



ПРЕСС-СЛУЖБА

Пресс-конференция

Пресс-конференции, брифинги, приемы,
пресс-ланчи, пресс-туры,

Творческие конкурсы,

Семинары и тренинги по профилю
деятельности компании,

Участие в акциях, которые проводят СМИ
(дискуссии, круглые столы, прямые
эфир),

Ваши варианты:

Пресс-конференция

- Цель – адресное распространение информации (новостей, документов, фотографий) среди представителей редакций СМИ.
- Встреча с журналистами:
 - Ускоряет процесс поступления информации в редакции,
 - Характеризуется авторитетностью источников новостей и достоверностью сведений,
 - Позволяет привлечь внимание и дополнительный интерес к деятельности компании.

Количество пресс-конференций

- График проведения необходимо разрабатывать заблаговременно,
- Количество встреч с журналистами регулировать в зависимости от потребностей компании: ежеквартально, ежемесячно, ежегодно;
- Приглашать журналистов как минимум раз в полгода, но лучше – чаще.

The screenshot displays the Interfax website's Press Center section. At the top left is the Interfax logo. To its right is a navigation menu with links: "В России", "В мире", "Экономика", "Спорт", "Культура", "Москва", "Все новости", "Фото", "Сюжеты". A search icon is located on the far right. The main content is divided into two columns. The left column is titled "Пресс-центр" and "Предстоящие события". It lists three upcoming events: 1) March 21, 11:00 (Tuesday): "Пресс-конференция в «Интерфаксе», посвященная обзору ответственности и рисков директора"; 2) March 21, 16:00 (Tuesday): "Пресс-конференция в «Интерфаксе» министра образования Подмосковья М.Захаровой"; 3) March 23, 11:00 (Thursday): "Пресс-конференция в «Интерфаксе», посвященная досрочным муниципальным выборам в Подмосковье". Below this is a section for "Прошедшие пресс-конференции" with one item: "КПРФ проигнорирует митинг в честь присоединения Крыма, поскольку власть не занимается". The right column is titled "СЮЖЕТЫ" and lists: "Кризис на Украине", "Военная операция России в Сирии", "Лига чемпионов УЕФА-2016/17", "Допинг в российском спорте", and "Все сюжеты". Below that is "САМОЕ ЧИТАЕМОЕ" with two items: "В МИРЕ: В Польше рассказали о восстановлении экспорта яблок в РФ благодаря Белоруссии" and "В РОССИИ: Крушение Ту-154 в Черном море объяснили странным поведением пилота".

интерфакс
INTERFAX

В России В мире Экономика Спорт Культура Москва Все новости Фото Сюжеты

Пресс-центр

Предстоящие события

21
марта, 11:00
вторник

Пресс-конференция в «Интерфаксе», посвященная обзору ответственности и рисков директора

21
марта, 16:00
вторник

Пресс-конференция в "Интерфаксе" министра образования Подмосковья М.Захаровой

23
марта, 11:00
четверг

Пресс-конференция в "Интерфаксе", посвященная досрочным муниципальным выборам в Подмосковье

Прошедшие пресс-конференции

КПРФ проигнорирует митинг в честь присоединения Крыма, поскольку власть не занимается

СЮЖЕТЫ

- Кризис на Украине
- Военная операция России в Сирии
- Лига чемпионов УЕФА-2016/17
- Допинг в российском спорте
- Все сюжеты

САМОЕ ЧИТАЕМОЕ

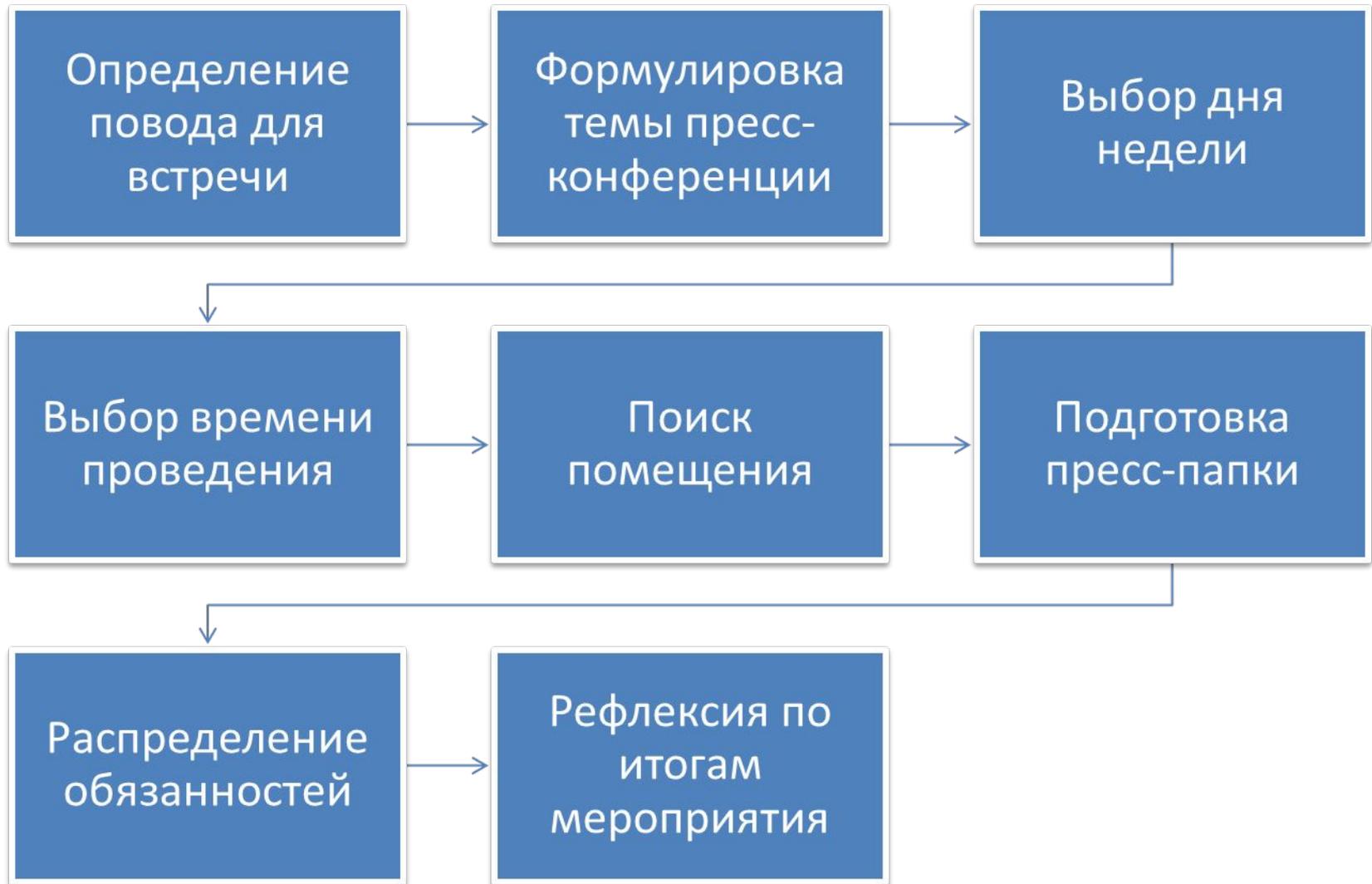
В МИРЕ
В Польше рассказали о восстановлении экспорта яблок в РФ благодаря Белоруссии

В РОССИИ
Крушение Ту-154 в Черном море объяснили странным поведением пилота

Источник:

<http://www.interfax.ru/presscenter/>

Проведение



Повод для встречи

- Самый сложный этап в процессе подготовки новостного мероприятия. Информационный повод должен сделать событие интересным аудитории и журналистов

Факторы привлекательности информационного повода

- Интересен для целевых групп, вовлеченных в проект
- Соответствует текущему социальному, политическому, культурному контексту
- Имеет краткую и ёмкую формулировку
- Имеет необычную подачу или эмоциональный оттенок

Компетенции, знания и навыки специалистов пресс-службы

- Владение текущей социально-политической и экономической ситуацией
- Обладание актуальной базой СМИ (медиакарта)
- Правильное определение целевой группы (электорат и СМИ)
- Умение ставить ясную цель, формулировать задачи, планировать результат
- Уметь выявлять возможные риски

Итоги работы компании за год
Важное событие в жизни организации
Анализ ситуации на рынке
Освоение нового вида услуг
Открытие нового объекта

КОСМОС

Главное



Ракета "Ангара" в ближайшие 5-7 лет заменит "Протон"



Астронавты на МКС трижды выйдут в открытый космос в марте и апреле



РКК "Энергия" приступила к изготовлению космического корабля "Федерация"



Подготовка космонавтов к полету может занимать до 15 лет

День недели

- Предпочтительным является день, свободный от мероприятий, которые могут отвлечь журналистов:
 - Крупные события в городе или регионе;
 - Проведение официальными пресс-конференций органов власти;
 - Праздничных, выходных дней, а так же понедельник или пятницу.

Время

- Рекомендуемое время – от 11 до 15 часов:
 - Если начать позже, журналисты могут не успеть смонтировать материал и поместить в вечерние выпуски ТВ и радио;
 - Если начать раньше, большинство журналистов не приедут, поскольку с утра могут проводиться редакционные совещания или поленятся.

Помещение

- Количество мест – не менее 20 человек:
 - Полупустой зал создаст ощущение «незначительности» события;
 - Слишком тесное размещение создаст ощущение неуважения к труду журналистов.
- Эргономика – необходимо предусмотреть пространство для хождения операторов с камерой по залу в поисках ракурсов.
- Интерьер:
 - Пресс-вол (фон позади спикеров): можно разместить логотипы, слоганы, тему конференции.
 - Заранее посмотреть как будет выглядеть интерьер, попадающий в объектив: необходимо избегать лишних проводов, спущенных штор, трещин в стене.
- Кофе-брейк:
 - Предусмотреть напитки и лёгкую закуску до или после пресс-конференции.

Пример

Помещение для пресс-конференции



Сценарий пресс-конференции

- Основные этапы:
 - Встреча и регистрация представителей прессы;
 - Открытие, представление организаторов конференции;
 - Вступительное слово ведущего;
 - Выступления основных участников;
 - Вопросы журналистов и ответы на них;
 - Заключительное слово ведущего и закрытие.



Рефлексия после проведения

- Благодарность журналистам за то, что пришли,
- Уточнение времени выхода публикации/сюжета,
- Оценка количества и контента публикаций,
- SWOT анализ по результатам проведения мероприятия,
- Корректировка следующего мероприятия с учётом плюсов и минусов предыдущего.

Тема события «Проблемы ЖКХ» (по мотивам русской народной сказки «Теремок»).

1. Определить повод для встречи;
2. Сформулировать тему пресс-конференции;
3. Выбрать день недели и время проведения;
4. Выбрать спикеров, модератора;
5. Составить сценарий мероприятия;
6. Провести пресс-конференцию.

По объекту исследования

Придумать и описать специальное мероприятие для журналистов, для этого определить:

1. Тематику,
2. Количество приглашённых,
3. Цели и задачи мероприятия,
4. Что нужно получить на выходе (как измерять эффективность).
 - Объём – 2-3 слайда.
 - Оценка – 5-10 баллов.
 - Дедлайн – 2 недели.

Библиография

1. Проведение пресс-конференций.
Режим доступа
<http://www.advertiser-school.ru/pr-theory/press-conference.html> (дата обращения:
18.03.2017)
2. ТАСС Главные новости. Режим доступа
<http://tass.ru/spb> (дата обращения:
18.03.2017)

© Ирина Григорьевна Дашевская, 2017

Использование информации возможно без каких-либо ограничений

Ссылка на источник желательна, но не обязательна

Рисунки и фотографии не являются собственностью автора