

Как организовать пресс-ланч и подружиться с журналистами

Личным опытом поделились пресс-секретари Центра занятости Севастополя **Екатерина Торопова** и **Анна Березина**



Зачем нужен пресс-ланч

Пресс-ланч — это не просто мероприятие с потенциальным освещением важной для пресс-службы темы, но и эффективный инструмент для установления и поддержания тёплых рабочих отношений с представителями различных региональных СМИ. Этот формат позволит вам встретиться с журналистами изданий, телеканалов, радио даже без явного информационного повода, создавая при этом плодотворное взаимодействие.



С чего начать

Начните анонсировать событие за несколько недель до его проведения. Следует позаботиться о создании материалов, которые будут вызывать интерес у журналистов и общественности. Это поможет поддержать атмосферу ожидания и предвкушения предстоящего пресс-ланча.

Важно уделить особое внимание подготовке информационных материалов, которые будут представлены на мероприятии. От раздатки до выступления спикеров. Информация должна быть четкой, конкретной и интересной для аудитории. Креативный подход к представлению информации способствует созданию яркого и запоминающегося впечатления.



Кого и куда приглашать

Используя опыт нашего обучения, мы создали медиакарту региона. Это помогло нам создать грамотно подобранный список гостей-журналистов, редакторов и руководителей СМИ.



Оформление места проведения мероприятия, грамотное расположение логотипов и информационных материалов, а также удобное размещение демонстрационного оборудования — все эти мелочи способствуют созданию уютной и профессиональной атмосферы на пресс-ланче.



Важные детали

Бренд «Работа России». Обратите внимание на качество оформления презентации, табличек для спикеров, бейджей, папок, блокнотов, чтобы они были брендированы и логотип был виден даже на фотографиях. В помощь вам наш любимый брендбук «Работа России».

Освещение и расположение. Свет на площадке пресс-ланча имеет очень большое значение. Важно, чтобы его было достаточно для качественной фото- и видеосъемки. Также необходимо обеспечить отсутствие фонового шума.

Интересный и подготовленный спикер. Предложите журналистам обаятельного, уверенного и погруженного в тему эксперта. В нашем случае, мы пригласили на пресс-ланч заместителя губернатора города и заместителя директора Департамента труда и социальной защиты населения.

Мини-фуршет. Приятное угощение и напитки помогут создать комфортную атмосферу и расположить журналистов к организаторам мероприятия. Этот элемент подчёркивает заботу хозяев события к приглашённым гостям.

Памятные презенты. Не скупитесь на милые сувениры для предсатвителей СМИ. Ручки, календари, блокноты и благодарственные письма создадут положительное впечатление и будут напоминать о бренде и ваших инфоповодах журналистам в течение долгого времени.

Презентация пресс-службы. Попросите руководителя ЦЗН представить пресс-секретарей журналистам в самом начале мероприятия. Так они поймут, что в учреждении есть коллеги, с которыми можно напрямую оперативно взаимодействовать, с большой вероятностью возьмут ваш контакт и распросят об иных новостях и событиях, которые можно будет осветить в ближайшее время.



Мы довольны результатом, предлагаем и вам попробовать новый формат для привлечения СМИ региона. Уверены, что пресс-ланч станет значимым и запоминающимся событием для всех участников!