

Чек-лист пресс-секретаря: готовимся к освещению крупного мероприятия

12 апреля уже во второй раз в стране пройдёт региональный этап Всероссийской ярмарки трудоустройства. Это по-настоящему масштабное мероприятие, которое требует от организаторов тщательной подготовки. Серьёзная нагрузка ложится и на пресс-службы центров занятости. И для успешного освещения важно не упустить ни одной детали. В этом пресс-секретарям поможет чек-лист, который мы составили и неоднократно проверили на практике.



Алина Огнева,
руководитель направления
информационного обеспечения
и коммуникаций ФЦК СЗ



все события в один пресс-релиз. Подумайте, какие ещё темы могут быть интересны СМИ, читателям и вашим подписчикам в соцсетях.

Вот примеры лишь некоторых из них:

- Более тысячи соискателей нашли работу на Ярмарке трудоустройства
- На Ярмарке трудоустройства предприятие N полностью закрыло потребности в специалистах
- 300 студентов прошли профориентацию на площадках Ярмарки трудоустройства
- 100 соискателей, которые нашли работу с помощью ЦЗН, поделились опытом в лектории Ярмарки трудоустройства
- 300 человек составили эффективное резюме с помощью карьерных консультантов
- ЦЗН представил на Ярмарке успешные практики по трудоустройству пенсионеров



Анонс и продвижение

1. Разработайте медиаплан по продвижению и освещению мероприятия

Он очень поможет, когда начнется горячая пора и выдавать новости и посты нужно будет буквально с колёс

2. Заранее придумайте инфоповоды, которые разойдутся по СМИ

Да, мероприятие всероссийского уровня само по себе сильный инфоповод. Но не стоит ограничиваться только тем, что ярмарка состоится или состоялась. И не пытайтесь вместить

3. При подготовке докладов для ключевых спикеров обсудите с ними, какие инфоповоды журналисты смогут найти в их выступлениях

Например, можно приурочить к дате проведения мероприятия открытие

нескольких женских или молодежных клубов, запуск нового сервиса, сообщить о каком-то важном результате работы.

4. Для привлечения гостей на мероприятие используйте максимум доступных каналов

Это может быть сайт, социальные сети, СМИ, рассылка писем партнерам и размещение информации на их ресурсах.

5. Попросите спикеров и важных гостей записать видеообращение с приглашением гостей

Распространите получившиеся ролики в соцсетях, на личных страницах членов вашей команды. Договоритесь, чтобы репосты публикаций появились в аккаунтах спикеров и партнерских организаций, ведущих блогеров.



Взаимодействие со СМИ

1. Заранее пригласите СМИ на мероприятие и в случае необходимости — аккредитуйте.
2. На площадке создайте зону для пресс-подхода, заранее определите спикеров и время его проведения. Сообщите об этом журналистам.
3. Подготовьте пресс-релиз и пресс-kit (в бумажном и электронном виде), который раздадите СМИ на площадке. И сразу сделайте проекты пресс-релизов и новостей, которые разошлётё и разместите в соцсетях в день мероприятия.
4. Обсудите с ведущими СМИ и по их запросу заранее подготовьте потенциальных героев публикаций и сюжетов. Например, ими могут стать участники первой Ярмарки, которые успешно нашли работу.

5. Оперативно обеспечьте СМИ качественными фотографиями и короткими видео с площадки. Для этого на мероприятие приглашаются профессиональный фотограф и видеограф, с ними заранее обсуждаются все точки съёмки.
6. Во время мероприятия ведите репортажи в социальных сетях.
7. Проводите оперативный мониторинг СМИ.
8. По окончании мероприятия направьте в СМИ заблаговременно подготовленный и отредактированный пресс-релиз с фотографиями и видео.



Что делаем после?

1. Можно неоднократно возвращаться к теме Ярмарки или другого большого события, если у него есть пролонгированный эффект. Например, информировать о результатах трудоустройства тех, кто получил приглашения на собеседование.
2. Опубликуйте фотоотчёт, также фотографии разошлите участникам мероприятия
3. Проводим мониторинг, фиксируем не только публикации, но и сообщения в соцсетях, на отзовиках. В случае критики — анализируем с организаторами и обрабатываем негатив.
4. Направляем персональные благодарности тем журналистам или партнёрам, которые помогли в освещении события.



Материалы вебинара о подготовке публичных мероприятий