

OH LA LÀ! COMUNICACIÓ | PRESENTA LES MINIGUIES

¿CÓMO SALIR EN
MEDIOS
DE COMUNICACIÓN?



#MINI
GUIES
OHLALA



-MINIGUÍA.

CÓMO SALIR EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN -

- 1- ¿Puedo ser noticia?**
- 2- Cómo escribir una nota de prensa.**
- 3- ¿A quién le interesa mi nota de prensa?**
- 4- ¡Enviar!**



1- ¿Puedo ser noticia?

Esta es la pregunta del millón de dólares. ¿Puede cualquier empresa ser noticia en los medios de comunicación? La respuesta es muy sencilla. Sí.

No es necesario que seas una gran multinacional o una start up súper tecnológica, aunque seas una PYME puedes salir en los medios de comunicación. La clave está en saber encontrar el hecho noticiable, el valor añadido o lo que nuestra empresa aporta a la sociedad.

Por ejemplo, en Oh la là! Comunicació hemos trabajado con empresas e instituciones como la Sagrada Familia o Penguin Random House Grupo Editorial con muy buenos resultados, pero también hemos trabajado con pequeñas y medianas empresas como el espacio gourmet de Rambla Catalunya Reserva Ibérica con impactos en medios tan importantes como RAC1, La Vanguardia, el Periódico etc ... O con productoras teatrales como Las Antonietes con impactos en medios como el País, el Mundo, TV3, etc ... Todos podemos encontrar nuestro hueco.

¡IMPORTANTE! Antes de empezar a escribir y contactar con diferentes periodistas es muy importante hacer una pequeña cura de ego. ¿Realmente es relevante lo que tiene que decir mi empresa? Si crees que aún no es el momento, espera. Si empezamos a enviar notas de prensa a los medios de comunicación podemos convertirnos en spam y cuando llegue el momento de comunicar un hecho importante no nos harán caso.



2- ¿Cómo escribir una nota de prensa?

Una vez tenemos claro que es el momento de salir en los medios de comunicación tenemos que empezar a pensar en redactar una nota de prensa, el documento a través del cual informamos a los periodistas de nuestras noticias.

Antes de empezar es importante que tengas claro qué quieres decir y que seas breve y conciso. Los periodistas reciben cada día muuuuchas notas de prensa por eso es importante que, con un vistazo, puedan hacerse una idea de lo que queremos decir. Piensa que una nota de prensa no debe ocupar más de 1 página y media, máximo 2.

Vamos por partes:

Ante título

Pon el logotipo de tu empresa, de esta manera el periodista sabe quién la está escribiendo. Además en esta parte de la nota de prensa podemos poner nuestro eslogan o alguna frase que nos ayude a introducir el tema general del documento.

Titular.

Podríamos decir que es la parte más importante del documento. El titular puede hacer que un periodista descarte o no leer la nota de prensa.

En esta parte tenemos que resumir, en un máximo de 2 líneas, la noticia base de nuestro comunicado.

Destácalo con mayúsculas y negrita.

Subtítulos.

En esta parte debemos destacar un par (máximo 3) de puntos que creemos que son relevantes en nuestro comunicado y que no hemos podido explicar en el titular. Estos puntos sirven de resumen para el periodista.

Cuerpo de la información.

Ante todo sitúa al periodista citando la ciudad donde pasa la noticia y el día en que envías la nota de prensa (ej. Barcelona, 14 de abril de 2016).

Es importante que informes al periodista siguiendo un orden de mayor a menor importancia. Comienza haciendo una pequeña introducción del tema (desarrolla el titular) y a partir de ahí vas introduciendo la información por orden de importancia.

Si puedes complementar la información corporativa (de tu empresa) con datos de tu sector o datos generales, conseguirás que la información sea más atractiva para el periodista. Piensa que si pueden relacionar tu empresa con datos sectoriales será más probable que publiquen tu información.



También es importante que dentro del cuerpo de la información haya declaraciones del responsable del contenido de la noticia o algún testigo que avale lo que estamos comunicando. Los periodistas valoran poder tener declaraciones directas (en 1ª persona) sobre cualquier noticia. Recuerda que las declaraciones se escriben entre comillas y en cursiva.

Párrafo corporativo.

En un máximo de 7-10 líneas haz un resumen sobre tu empresa. La nota de prensa informa sobre un tema en concreto y este apartado sitúa al periodista sobre la empresa que está informando.

Quién eres y qué haces, cuando se creó la empresa, datos relevantes ...

Datos de contacto.

Sobre todo recuerda dar tus datos de contacto para que el periodista, si quiere, pueda ponerse en contacto contigo para ampliar la información.

- Nombre de la empresa
- Nombre responsable de comunicación
- Teléfono
- Mail

¡Tips!

1- Cuando vayas a escribir recuerda que en la nota de prensa tiene que aparecer la respuesta a las famosas 5 W's del periodismo:

- What?
- Who?
- When?
- Where?
- Why?

Antes de empezar a escribir la nota de prensa, escribe en una hoja la respuesta a estas preguntas, verás que te servirá de ayuda!

2- Parecerá extraño, pero los periodistas no quieren una gran maquetación y un gran diseño en las notas de prensa que reciben. Lo que quieren es que sea fácil de leer y de copiar y pegar, así que no le des más vueltas y envía la nota de prensa en formato word.

Eso si, que no tenga una gran maquetación no quiere decir que no tenga que estar ordenada, limpia y clara.

3- Copiar la nota de prensa (con logotipo incluido) al cuerpo de texto del mail, así permitirás que el periodista pueda echar un vistazo a la información en 1 minuto.



- EJEMPLO DE NOTA DE PRENSA -

Logo — LESANTONIETESTEATRE 

Antetítulo — Del 4 de mayo al 5 de junio

Titular

**LES ANTONIETES ESTRENAN «MOLT SOROLL PER RES»
CON LAS ENTRADAS AGOTADAS EN LA SALA MUNTANER**

Subtítulos

- La compañía y productora Les Antonietes trae a Barcelona, después de más de 10 años, el espectáculo “Molt soroll per res”.
- Oriol Tarrasón vuelve a dirigir la compañía después del éxito de «Mal de la joventut».

Entradilla

Barcelona, 3 de mayo de 2011. La compañía y productora teatral Les Antonietes ha presentadp esta mañana en rueda de prensa el nuevo espectáculo “Molt soroll per res”, de William Shakespeare, que se estrenará mañana en la Sala Muntaner.

Con las entradas agotadas para la estrena, Les Antonietes afrontan este nuevo repto con toda la energía y ganas que les caracteriza.

Continuando fieles a la dirección de Oriol Tarrasón y al reparto de “El mal de la joventut”, espectáculo que presentaron el año pasado en la misma sala, Les Antonietes apuestan por un proyecto arriesgado de 8 actores con todas las consecuencias que esto conlleva. *“Nosotros queremos hacer teatro y no queremos renunciar a este gran equipo solo por no poder contar con suficientes recursos económicos. Es difícil pero tiramos adelante y luchamos para poder continuar produciendo espectáculos.”* Comenta la Antonieta Maria Ibars.

Oriol Tarrasón, que actualmente es el coprotagonista de la serie de TVE “Los misterios de Laura”, quiere que en esta versión el público se divierta, disfrute con el juego de la seducción y sienta que vivir puede ser un juego. *“Después de «El mal de la joventut» nos apetecía hacer alguna cosa divertida, hacer que el público disfrutase con una comedia. Al principio tenía algunas reticencias a hacer un Shakespeare, pero en seguida vimos que la obra valía mucho la pena!”* comenta el director.

Párrafo
corporativo



Les AntonietesLes Antonietes son una productora y compañía teatral creada por Maria Ibars y Annabel Castan el año 2007. Des de sus inicios han realizado 4 obras teatrales: "L'Aigua" de Jesús Moncada, "Magnòlies negres" de Mercè Rodoreda, "El Mal de la Joventut" de Ferdinand Brückner y "Molt Soroll per Res" de William Shakespeare.

Que Jesús Moncada fuese el autor de su primera obra no és casual. Les Antonietes son unas enamoradas de la obra del escritor de Mequinensa y de cara a la temporada 2012 tienen previsto realizar una serie de actos conmemorativos al autor al autor.

www.lesantonietes.com

Horarios "Molt soroll per res" en la Sala Muntaner

Del 4 de mayo al 5 de junio

De miércoles a sábado a les 20:45

Domingos a les 18:30

<http://www.salamuntaner.com>

Datos de
contacto

Si estás interesado en hablar con Les Antonietes o quieres más información puedes ponerte en contacto con nosotros.

Oh la là! Comunicació

Tel: 93 237 82 52

Anna Parnau aparnau@ohlalacomunicacio.com

Caro Alvira calvira@ohlalacomunicacio.com



3- ¿A quién le interesa mi nota de prensa?

Una vez tienes la nota de prensa a punto toca pensar a quien la enviamos. Es evidente que lo queremos enviar a diferentes periodistas, pero ¿a quiénes? Está claro que no todos los periodistas estarán interesados en tu tema concreto.

No olvides que el objetivo final de aparecer en los medios de comunicación es llegar a tu público objetivo, poder dar a conocer información relevante para ti a tus potenciales clientes. Por eso es básico analizar qué medios de comunicación consume tu público objetivo y pensar si tu información encaja en su línea editorial.

Para empezar, créate una base de datos de periodistas afines a la información de tu negocio, por ejemplo:

- Si tu contenido está relacionado con el mundo empresarial: periodistas especializados en economía.
- Si tu contenido está relacionado con tendencias y moda: periodistas especializados en moda.
- Si tu contenido está relacionado con deportes: periodistas especializados en deportes.
- Si tu contenido está relacionado en salud o bienestar: periodistas especializados en salud.

Una vez ya sabes a qué grupo de periodistas debes enviar la nota de prensa hazte un listado de los medios que crees que puede interesar tu noticia y busca qué periodista escribe sobre el tema.

Es muy importante que distingas bien el grupo de periodistas al que enviarás la nota de prensa y que el contenido esté adaptado a su especialidad. Piensa que si envías una nota de prensa que habla, por ejemplo, de novedades empresariales a un periodista que escribe de moda te puedes acabar convirtiendo en spam.

¡IMPORTANTE! No olvides incluir en la base de datos las agencias de noticias. Muchos medios de comunicación se nutren de las noticias aparecidas en las agencias como EFE, Europa Press o la Agencia Catalana de Noticias.



4- ¡Enviar!

Parece imposible pero ya lo tienes todo listo. Tienes una nota de prensa estupenda y una base de datos de periodistas afines a tu empresa. ¡Ahora toca enviar!

Si la base de datos no es extremadamente grande, lo mejor es que hagas un mail personalizado a cada periodista presentándote y haciendo un breve resumen de la noticia.

Una vez enviado, espera un par de días a ver si tienes respuesta y, si no has obtenido los resultados esperados, puedes llamar a los periodistas que crees que les encajaba más tu noticia para saber si la han recibido.

¡IMPORTANTE! No llames nunca a un periodista exigiendo que hable de tu nota de prensa o preguntando de manera inquisitiva si la publicará. El criterio de publicación de los medios lo marcan ellos, no tú.



Si no tienes noticias, ¡genéralas! Seguro que tienes información y más capacidad de salir en los medios de lo que crees!

Si quieres que te echemos una mano para conseguirlo, llámanos ;)

Oh la là! Comunicació

93 125 33 73

www.ohlalacomunicacio.com



Oh là là!

C O M U N I C A C I Ó