

MUNI

Tiskový mluvčí ZURb1227

Tisková konference (TK)

- Tisková konference – královna v oblasti média relations
- Volba tématu
- Místo konání
- Termín a čas
- Pozvánka
- Tiskové materiály
- Obsah a struktura

TK tradiční nástroj media relations

- Osobní kontakt představitelů organizace s větším počtem novinářů najednou
- Osobní zkušenost novináře s návštěvou organizace, firmy
- Atraktivnější z pohledu určité exkluzivity
- Vysoké nároky na čas novináře i na čas účastníků TK

Nic nerozladí novináře tolik, jako čas strávený na tiskové konferenci, ze které nemá co napsat nebo natočit

TK - výhody a nevýhody

+

- + vyjádření více mluvčích
- + audio nebo videozáznam, fotografie
- + osobní vztahy
- + zásah většího počtu novinářů současně

-

- nákladná, organizačně náročná
- vysoký počet TK
- časová náročnost
- prostor pro nepříjemné otázky
- nezvládnutá TK může zhoršit celkovou image

V jakém případě TK pořádat?

- pouze v případě, že máte aktuální, závažné nebo zajímavé sdělení
 - (které si umíte představit jako článek v novinách nebo reportáž v TV)
- téma, sdělení je zajímavé pro širší veřejnost
- téma lze komunikovat z různých úhlů pohledu, je konfliktní, vyvolává emoce, protichůdné názory, mimořádná příležitost k setkání se zajímavým člověkem
- lze očekávat dotazy ze strany novinářů, téma je komplikovanější, potřebuje vysvětlení
- pamatujte na audio a video

Kdy TK pořádat?

- Počty TK v posledních letech výrazně rostou a tím roste i konkurence k vámi pořádané TK!
- O účasti novinářů na TK proto rozhoduje:
 - Atraktivita tématu, nebo pořádající instituce
 - Konkurence událostí, které probíhají souběžně
 - Možnost získat unikátní záběry, fotografie, navštívit běžně nedostupné místo apod.
 - Vzdálenost místa konání TK od redakce

Místo konání TK

- dostupnost - přesně určit místo v pozvánce
- důstojnost
- přiměřenost - pozor na přílišnou okázalost
- signál, elektřina

Termín konání TK

- aktuálnost

- neexistuje vhodný ani nevhodný den /mimo víkend/
- nejčastěji úterý až čtvrtek

- čas od 10 do 15

- konkurenční události

- předvídatelné (MSV), nepředvídatelné
- ověření v ČTK
- kolize s obdobnými událostmi – např: dvě nemocnice v jednom městě

- okurková sezóna

Pozvánka na TK

Kdy a jak zvat?

- elektronicky
- závisí na periodicitě médií, která zveme
- /zpravidla týden, maximálně 10 dnů předem
- identifikovatelný předmět: „Pozvánka na...“
- základní informace v těle mailu: datum, čas, místo,

Ověřování účasti?

připomenutí den před akcí

Materiály pro TK

- bodový scénář – pouze pro potřebu organizátorů
- tisková zpráva
 - rozeslat bezprostředně po skončení TK
 - v případě žádosti o zaslání předem žádost o embargo
- doplňující informace
- obrázky, fotografie
- datový nosič - CD, DVD, USB flash disk
- propagační materiály
- prezenční listina

Jak má TK vypadat ?

- celková délka trvání cca 45 minut (max. 60 minut)
- úvodní blok informací 15 - 30 minut
- počet vystupujících 3-5
- role tiskového mluvčího:
 - vítá, zahajuje, představuje,
 - řídí,
 - otevírá prostor pro dotazy, umravňuje, ukončuje

POZOR!!! TK končí až v okamžiku, kdy poslední novinář opustí sál.

Rozesílání materiálů z TK: Komu?

Vždy bezprostředně po skončení TK!!!

- medialist = seznam konkrétních novinářů a redakcí, které může téma zajímat,
- spolupracující organizace, klienti, partneři
- vyvěšení na web organizace instituce

Rozesílání materiálů z TK

- srozumitelný předmět
- snadno identifikovatelný odesílatel
- vhodné oslovení
- kontakt
- přílohy v běžně používaných formátech s přiměřenou velikostí

Pár rad na závěr

- TK není školení ani přednáška
- nepoučujte novináře, neříkejte jim, co a jak mají psát,
- nezačínejte větou, že novináři píšou jen o katastrofách, ale vy teď pro ně máte atraktivní pozitivní téma
- nečtěte svůj projev z papíru
- neodkazujte se pouze na to, že všechny informace jsou ve vytištěných materiálech, pokud k tomu nemáte, co dodat, pak jste neměli TK svolávat
- zopakujte základní a dejte prostor na dotazy