



национальная ассоциация
БИЗНЕС-АНГЕЛОВ

Общая методология и механизм работы со СМИ

(PR-продвижение
Первой российской недели бизнес-ангелов
в регионах)

Март 2012 г.



- Цели

- Информирование и привлечение внимания деловой общественности к проведению Недели
- Привлечение внимания деловой общественности к деятельности бизнес-ангелов
- Привлечение внимания потенциальных участников к Неделе
- Обеспечение покрытия Недели в региональных СМИ

- Задачи

- Подготовка и реализация программы PR-поддержки Первой российской недели бизнес-ангелов
- Привлечение информационных партнеров





Подход к PR-поддержке: инструменты

- Равноценный акцент на анонс и отчет в СМИ по итогам Недели
 - Привлечение информационных партнеров
 - Проведение анонсирующей пресс-конференции/пресс-брифинга
- Продвижение ключевых спикеров и организаторов Недели
 - Интервью в СМИ-партнерах
- Организация локального пресс-офиса
 - Постоянная работа со СМИ в течение срока подготовки
 - Постоянная команда/PR-менеджер на проекте
- Оперативное освещение мероприятий Недели
 - Приглашение региональных СМИ к участию в мероприятиях



Анонсирование Недели

Анонсирующий пресс-релиз и приглашение к информационной поддержке Конгресса

- Рассылка информационного сообщения по списку СМИ, переговоры об информационном партнерстве

Интервью ключевых организаторов и спикеров

Этапы подготовки конгресса

- Появление новых мероприятий в программе, партнеров и спикеров

Пресс-конференция/пресс-брифинг (1-я половина апреля 2012 г.)

Выступление представителя региональных органов власти/представителя государственных институтов развития РФ и регионов РФ

Выступления организаторов и ключевых партнеров

Тематика

- Опыт работы с бизнес-ангелами в регионе и европейский опыт (сравнение)
- Цели и ожидаемые итоги проведения Недели в регионах

Подготовка к Неделе

Интервью ключевых лиц

Приглашение СМИ к участию в мероприятиях Недели

Участие журналистов в мероприятиях Недели

Приглашение на мероприятие

Интервью спикеров на месте

Отчет по итогам недели

Пресс-релиз по итогам Недели

Интервью ключевых спикеров и организаторов



Информационные партнеры

- Подготовка предложения для информационных партнеров
- Подписание соглашения с информационными партнерами
- Контроль выполнения взаимных обязательств с информационными партнерами
- Сбор публикаций

Постоянная работа со СМИ

- Создание и поддержка базы СМИ
- Организация интервью
 - Работа со СМИ по организации интервью
 - Утверждение материалов
 - Контроль выхода публикаций
 - Сбор вышедших публикаций
- Написание и рассылка информационных материалов для СМИ (включая материалы по региональным мероприятиям)
 - Пресс-релизы
 - Биографии
 - Другие материалы
- Организация пресс-конференции/пресс-брифинга
 - Аренда помещения
 - Приглашение СМИ
 - Производство пресс-пакета (см. Приложение 2)



Механизм работы со СМИ на мероприятиях Недели и по их итогам

Мероприятия Недели

- Написание и рассылка приглашения для СМИ
- Обзвон и предварительная аккредитация
- Составление предварительного плана-графика интервью по заявкам СМИ
- Ведение списка аккредитации, регистрация СМИ на мероприятиях
- Координация работы СМИ на мероприятиях
- Организация интервью на мероприятиях
- Обзвон и работа с запросами СМИ по итогам мероприятий
- Мониторинг вышедших публикаций по итогам мероприятий
- Предоставление отчета по итогам проведения Недели в регионе



Этапы работ в рамках PR-продвижения Недели в регионах	Примечания	март	апрель	май
Подготовительные работы				
Формирование и отправка письма-запроса в администрацию губернатора с вариантами взаимодействия с пресс-службой администрации	На основе информации, предоставленной Оргкомитетом Конгресса			
Получение необходимой информации от пресс-службы администрации	По результатам переговоров с пресс-службой администрации			
Получение общей методологии и механизма работы со СМИ для региона	Информация предоставляется Оргкомитетом Конгресса			
Знакомство и установление связи с центральным пресс-офисом Конгресса	Центральный пресс-офис Конгресса будет оказывать поддержку и координировать работу пресс-службы по продвижению Недели в регионе. Оргкомитет Конгресса предоставляет пресс-службе контакты центрального пресс-офиса			
Получение общего плана-графика PR-активностей	Информация предоставляется центральным пресс-офисом			
Формирование локального плана-графика PR-активностей в регионе	С учетом общего плана-графика PR-активностей с учетом программы мероприятий Недели в регионе			
Формирование базы СМИ по продвижению Недели в регионе	С учетом рекомендаций центрального пресс-офиса			
Подготовка предложения для информпартнеров	С учетом возможностей по их представительству на мероприятиях Недели. Примеры пакетов по информационному партнерству предоставляются центральным пресс-офисом по запросу пресс-службы			



Этапы работ в рамках PR-продвижения Недели в регионах	Примечания	март	апрель	май
Анонсирование Недели				
Первичные переговоры со СМИ, привлечение информпартнеров (подписание соглашений)	Информационные партнеры позволят обеспечить необходимое количество публикаций, анонсирующих мероприятия Недели			
Получение шаблонов информационных материалов по центральным информационным поводам Конгресса и Недели	Информация предоставляется центральным пресс-офисом			
Адаптация информационных материалов с учетом особенностей региона и мероприятий, проходящих в регионе в рамках Недели	На основе шаблонов информационных материалов с учетом рекомендаций центрального пресс-офиса			
Ежедневная работа со СМИ	Инициирование публикаций и ответ на входящие запросы СМИ; отслеживание выхода публикаций и соблюдения договоренностей с информпартнерами			
Формирование списка ключевых лиц Недели, доступных для интервью	Данный список позволит оптимизировать работу со СМИ и упростить формирование плана-графика интервью			
Организация интервью с ключевыми спикерами мероприятий/организаторами Недели в регионе	С учетом доступности ключевых лиц для СМИ			
Отслеживание выхода публикаций по проведенным интервью	Тексты интервью от СМИ необходимо согласовать с лицами, дававшими интервью, до их выхода			
Организация интервью с ключевыми спикерами/организаторами Конгресса по запросу региональных СМИ	Интервью организуются путем обращения в центральный пресс-офис			
Организация анонсирующей пресс-конференции/пресс-брифинга	Данное мероприятие позволит централизованно информировать СМИ о Неделе и получить дополнительные анонсирующие публикации. К участию в мероприятии необходимо привлечь знаковые фигуры для Недели и региональных СМИ			



Этапы работ в рамках PR-продвижения				
Недели в регионах	Примечания	март	апрель	май
Приглашение СМИ на мероприятия Недели				
Рассылка в СМИ программы Недели и приглашения на мероприятия Недели	В программе необходимо указать специальные мероприятия для прессы, если они будут предусмотрены в рамках Недели			
Подтверждение участия СМИ	Необходимо сформировать предварительный список аккредитации и список интервью на мероприятиях Недели по заявкам СМИ			
Сбор заявок по представительству информпартнеров на мероприятиях Недели	Согласно имеющимся договоренностям			
Формирования пресс-кита для СМИ на мероприятия	Пресс-кит должен включать информацию о мероприятиях Недели и ключевых лицах, которая оптимизирует работу СМИ и позволит получить максимум информации на мероприятиях			
Производство пресс-пакетов для СМИ на мероприятия	Печать пресс-пакетов необходимо запланировать минимум за неделю до мероприятия			



Этапы работ в рамках PR-продвижения Недели в регионах	Примечания	март	апрель	май
Работа со СМИ на мероприятии и по его итогам				
Аккредитация и регистрация СМИ на мероприятиях	На основе списков предварительной аккредитации			
Координация работы СМИ на мероприятиях	В том числе организация отдельных интервью в рамках мероприятий и пресс-брифингов			
Подготовка итогового пресс-релиза	Оптимально итоговый пресс-релиз по всей Неделе должен быть подготовлен в день закрытия Недели, новости по итогам мероприятий в рамках Недели также должны появляться в день их закрытия			
Рассылка итогового пресс-релиза по СМИ	Оптимально произвести рассылку постматериалов в день закрытия мероприятий			
Follow-up по рассылке пресс-релиза	Обзвон СМИ и инициирование публикаций			
Закрытие договоренностей с информпартнерами	Предоставление фотоотчетов по представительству информпартнеров на мероприятиях, а также взаимных подтверждений по другим условиям соглашений			
Мониторинг вышедших публикаций, обработка входящих запросов СМИ	Мониторинг публикаций рекомендуется проводить еженедельно в течение всего периода работы (по каждому информационному поводу)			
Формирование комплексного отчета по PR-продвижению Недели в регионе	На основе мониторинга вышедших публикаций, закрытия договоренностей с информпартнерами и проведенных активностей в рамках Недели			



национальная ассоциация
БИЗНЕС-АНГЕЛОВ

ПРИЛОЖЕНИЯ



Приложение 1

Рекомендуемый состав пресс-пакета

- Блокнот
- Ручка
- Папка
- Пакет
- Брендированная флешка с информацией (ключевая информация также должна быть распечатана)
 - Информация о мероприятии
 - Пресс-релиз об открытии мероприятия
 - Биографии ключевых спикеров
 - Фотографии ключевых спикеров
 - Информация о ключевых партнерах
 - Логотипы ключевых партнеров
 - Информация о рынке России (цифры и факты)
 - Презентации докладчиков



национальная ассоциация
БИЗНЕС-АНГЕЛОВ

Контакты

Центральный пресс-офис Конгресса:

Юлия Екимова,

8-909-7696-49-73

yulia.e@diversepro.ru