



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<br>Недели в регионах   | Примечания   | март | апрель | май |
|--|--|------|--------|-----|
| <b>Подготовительные работы</b>   |  |      |        |     |
| 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<br>Недели в регионах  | Примечания  | март | апрель | май |
|---|---|------|--------|-----|
| <b>Анонсирование Недели</b>   |   |      |        |     |
| 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  |      |        |     |
| <b>Организация анонсирующей пресс-конференции/пресс-брифинга</b>  | 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 |
| <b>Приглашение СМИ на мероприятия Недели</b>                            |  |      |        |     |
| 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<br>Недели в регионах            | Примечания  | март | апрель | май |
|---|---|------|--------|-----|
| <b>Работа со СМИ на мероприятии и по его итогам</b>                 |   |      |        |     |
| 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](mailto:yulia.e@diversepro.ru)