

Konferencja prasowa to ważne wydarzenie, bo zwołuje się ją z niebyle jakiego powodu. Dziennikarze je lubią, bo podobnie jak w przypadku wywiadu, otrzymują informacje "z pierwszej ręki". Sprawdzone i pewne, choć nie na wyłączność. Tym razem jednak to my wychodzimy z inicjatywą i zapraszamy dziennikarza na spotkanie, bo mamy coś do zakomunikowania. Koniecznie coś naprawdę istotnego.

Zapraszamy (mailowo, listownie lub telefonicznie) dziennikarzy z naszej bazy kontaktów, wszystkich lub tylko tych, których dotyczy (interesuje) temat konferencji. Zaproszenie lepiej przygotować w formie pisemnej, dziennikarz będzie miał "na piśmie" wszystkie dane dotyczące spotkania. Zaproszenia powinniśmy wysłać około 10 dni przed konferencją. Można skontaktować się z dziennikarzami kilka dni przed konferencją, by potwierdzić ich przybycie, choć dziennikarze za tym nie przepadają. Nic nie stoi na przeszkodzie, by poprosić w treści zaproszenia o potwierdzenie przybycia (RSVP).

Termin konferencji nie powinien pokrywać się z innymi ważnymi wydarzeniami (w naszej branży lub w branży naszych gości, czyli w mediach). Sprawdźmy to. Inaczej frekwencja będzie kiepska. Przyjmuje się, że konferencję najlepiej zorganizować od wtorku do czwartku w godzinach 10-13, choć wybór dnia zależy może też od tematu. Dla przedsięwzięć artystycznych często wybiera się piątek. Konferencja prasowa trwa zwykle około godziny.

Miejsce spotkania zależy od naszych możliwości lokalowych, można zorganizować je w naszej siedzibie lub w wynajętym w tym celu hotelu, restauracji lub ośrodku konferencyjnym.

Konferencję rozpoczynamy od przywitania gości. Spośród organizatorów dobrze jest wybrać osobę, która poprowadzi spotkanie. Najpierw przywita zebranych, następnie przedstawi uczestników po stronie organizatora i plan spotkania, po czym zaprosi do zabrania głosu, a potem do zadawania pytań. Na koniec podziękuje za przybycie i pożegna gości.

Koniecznie powinniśmy przygotować materiały prasowe, czyli teczkę, która zawierać będzie informacje dotyczące tematu konferencji, informację prasową, ewentualne zdjęcia, dane szczegółowe, opis inwestycji - w zależności od tematu przedsięwzięcia.

Dla zaproszonych gości powinniśmy przygotować poczęstunek. Obowiązkowo należy podać herbatę, kawę i zimne napoje, ewentualnie ciastka. Czasem podaje się coś do zjedzenia, czasem przygotowuje upominki dla dziennikarzy, ale nie jest to wymogiem koniecznym. Upominki, czyli tzw. gadzety nie powinny być zbyt kosztowne.

Po konferencji warto przesłać uczestnikom podziękowanie za przybycie, a zaproszonym nieobecny materiał prasowy.