

trenta righe

di COMUNICAZIONE

Rapporti con la Stampa

È decisamente un ottimo primo passo iniziare a considerare la stampa come una risorsa strategica

anche per la vostra azienda, il vostro business, i vostri prodotti, i vostri progetti.

A costo di sembrare qualunquista ad alcuni e cinico ad altri, cerco di dimostrare ogni giorno che i giornalisti non sono una categoria "ostile"; che la stampa è tanto importante quanto potenzialmente utile per promuovere iniziative di valore se la si conosce, la si capisce, la si rispetta e la si sa "usare"; che interagire senza preparazione con i giornalisti può essere come buttarsi in acqua se non si sa nuotare: pericoloso; che sempre più aziende, imprenditori e professionisti fanno della loro comunicazione con la stampa un ulteriore elemento di differenziazione e competitività. **E voi?**

Non è però sufficiente iniziare a interagire con la stampa per ottenere attenzione e spazio sui media. Sono in fondo poche le attenzioni da avere nei confronti della stampa, ma bisogna considerare alcuni elementi fondamentali; vediamone alcuni. **Primo:** gli spazi giornalistici non si comprano, ma si può progressivamente conquistare una certa visibilità sulla stampa. A proposito: "la stampa" è una categoria astratta. In realtà si tratta di persone - i giornalisti - che collaborano a vario titolo e con differenti livelli di esperienza con giornali, periodici, radio o TV. **Secondo: i giornalisti sono persone.** Sottolineerei che i giornalisti sono persone **che lavorano**; un lavoro scandito da ritmi spesso frenetici e argomenti che si accavallano: due aspetti sui quali i singoli giornalisti hanno raramente un controllo diretto. **Terzo: cercare di dettare tempi e notizie è inutile** (oltreché irritante per i giornalisti e controproducente per voi). **Quarto:** conoscete la storiella del padrone che morde il cane? È vera: **le notizie cattive** o curiose trovano molto, molto, molto più spazio sulla stampa delle notizie buone (le eccezioni sono poche; tanto vale rassegnarsi). Tutto ciò premesso, riassumiamo a grandi linee cosa fare: **individuare i contatti giusti** (ovvero chi è il giornalista che di solito scrive degli argomenti di cui vorreste che la testata si interessasse); **stabilire un contatto** (telefonico e via e-mail); **proporre professionalmente la notizia**, "vestendola" degli elementi di interesse che dovrà avere per il giornalista e per la testata per cui lavora (non solo per voi...); **preparare e inviare un testo** - il vostro Comunicato Stampa - in cui sintetizzate gli elementi chiave della notizia e inserite una frase/opinione virgolettata di commento. **Una cosa proprio da non fare?** Chiedere di vedere l'articolo prima della pubblicazione... **Infine una raccomandazione:** prima di contattare un giornalista o di accettare di parlare con un giornalista che vi cerca, **chiedetevi perché lo fate.** Fissate un obiettivo da raggiungere, e conseguitelo! E non lasciatevi trascinare durante conversazioni e interviste: **smentite e correzioni valgono poco.**

L'esperienza e la competenza di [YOURBRAND] COMMUNICATIONS aiutano aziende, business, prodotti e progetti a instaurare e mantenere rapporti con la stampa funzionali al conseguimento di **obiettivi specifici e misurabili**, in contesti positivi e per gestire al meglio situazioni difficili. **Paolo Casciato**

Se avete la sensazione che la stampa vi ignori o pensate che a volte travisi alcune notizie che vi riguardano, chiedetevi cosa fate voi per la stampa. No, non basta comprare spazi pubblicitari. Se volete provare a far parlare "bene" di voi, fate il primo passo: fornite ai giornalisti notizie vere, ben scritte, utilizzabili

Vi sorprenderà scoprire quanto i giornalisti apprezzino un aiuto concreto da parte vostra.

Nessuna illusione: non deciderete mai se, cosa o quando scriveranno, ma instaurare un dialogo su basi di rispetto e interessi condivisi è possibile, ed è quanto i giornalisti si aspettano da voi. Anche da voi. Provate!

[YOURBRAND] COMMUNICATIONS

CONSULENZA, FORMAZIONE e STRUMENTI di COMUNICAZIONE

www.ybcom.org

☎ 3666 852484

info@ybcom.org

[YOURBRAND] COMMUNICATIONS

com .org

società di relazioni e comunicazione