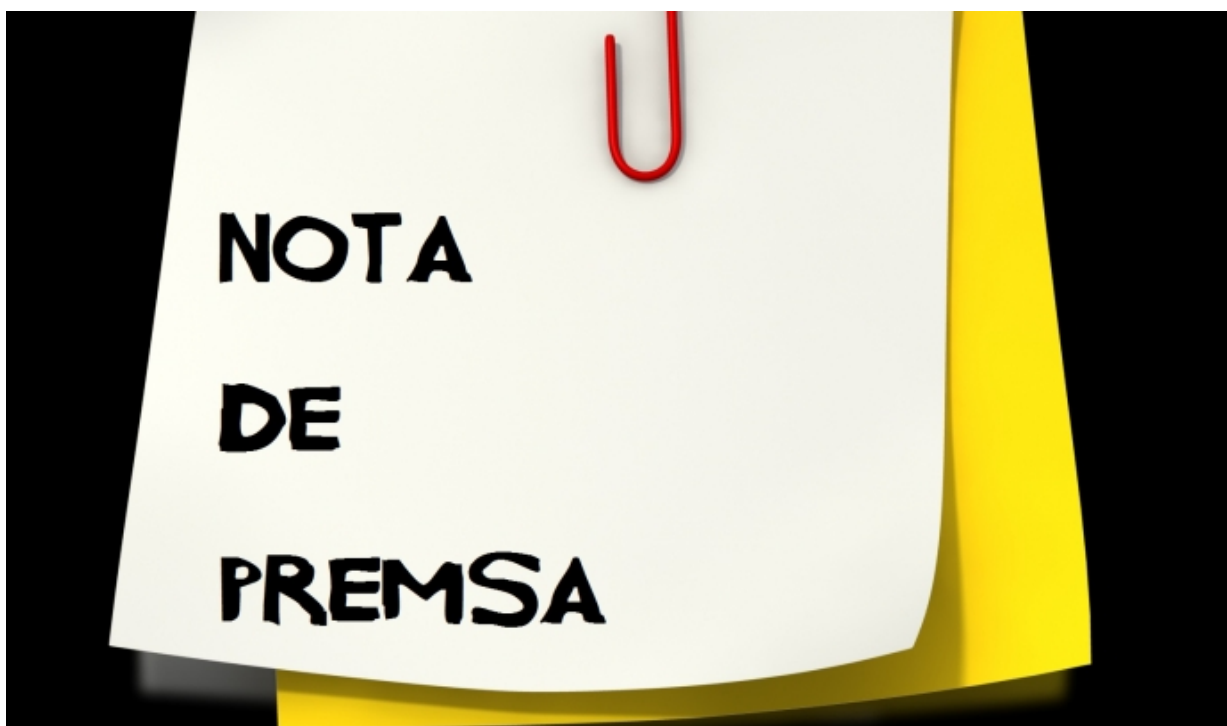


8 claus per elaborar i fer eficaç una nota de premsa



02/04/2014

Autor/a: Josep Carbonell



Les notes de premsa, una eina útil per arribar als mitjans de comunicació.

8 claus per elaborar i fer eficaç una nota de premsa

02/04/2014

Resum:

En aquest recurs us presentem un seguit de bones pràctiques a tenir en compte a l'hora d'enviar una nota de premsa.



ÍNDEX

[Definir el missatge que volem transmetre](#)

[Definir el públic al que ens dirigim](#)

[Estructura del missatge](#)

[El titular](#)

[Contingut de la nota de premsa](#)

[Informació addicional](#)

[Com enviem la nota de premsa?](#)

[Contacte posterior](#)

Definir el missatge que volem transmetre

Com a exercici previ a l'elaboració d'una nota de premsa, és necessari pensar i consensuar quina és la idea que l'entitat vol transmetre. **Necessitem un missatge precís, generar una història que, sense amagar la realitat, provoqui l'interès del receptor.** És important recordar que les bústies d'entrada dels correus electrònics dels periodistes treuen fum i són poques les notes de premsa que arriben a ser llegides.

Per fer el missatge atractiu, és clau tenir en compte:

- **Singularitat.** Què té de singular o exclusiu? Què el fa diferent?
- **Valor social.** Té alguna implicació solidària? A qui beneficia?
- **Credibilitat.** És important acompanyar el missatge amb l'opinió d'experts en la matèria o aportar dades, per dotar-lo de més veracitat i ressò mediàtic.
- **Valor afegit.** En què millora allò existent? Com es posiciona respecte a la competència o altres entitats relacionades

Definir el públic al que ens dirigim

Un altre aspecte previ a tenir en compte abans d'escriure una nota de premsa és analitzar el context i decidir a qui ens volem dirigir.

- **És important crear llistes personalitzades per a cada nota de premsa.** D'aquesta manera, ens assegurem que la documentació arriba al públic potencial en cada cas i evitem bombardejar tots els nostres contactes amb informacions que en molts casos poden ser de poc interès.
- **Analitzar els nostres contactes.** El coneixement dels receptors ens permetrà fer llistes personalitzades més acurades i fins i tot, saber a qui hem d'adreçar el missatge, quin és el millor horari per fer l'enviament, o altres aspectes que ens permetin realitzar una nota de premsa més personalitzada.

Estructura del missatge

Un cop definit el missatge i el públic al que va dirigit, cal pensar com organitzem la nota de premsa. **L'estructura ha de ser clara i facilitar la seva lectura.** Si elaborem un contingut desordenat i sense una lògica prèviament definida, el fracàs està garantit.

Tota nota de premsa ha de tenir:

- **Títol**
- **Subtítol**
- **Cos del missatge amb una entradeta inicial**
- **Annexos**

El titular

De la mateixa manera que succeeix amb les notícies, si hi ha un element cabdal en tota nota de premsa, aquest és el titular. De res ens servirà generar un contingut brillant si no dotem l'encapçalament de la força necessària per atreure l'atenció del receptor.

Què cal tenir en compte per elaborar un bon titular:

- **Breu:** El titular ha de contenir poques paraules. Excepte en casos excepcionals, és important que siguin d'una sola línia.
- **Concís:** Es tracta de condensar l'essència de la informació amb les paraules clau.
- **Clar:** Cal evitar que l'encapçalament provoqui ambigüitat en el lector.

Contingut de la nota de premsa

A l'hora de redactar el contingut, no podem deixar de banda que l'objectiu prioritari és facilitar la feina del receptor. Amb tota probabilitat, el periodista que rebí el missatge no li dedicarà més d'un minut i per tant, cal donar la informació ben mastegada perquè decideixi acabar-se el plat i promocionar-lo. Com ho fem?

- **Estructura del text.** És important començar amb una entradeta que serveixi de resum del que posteriorment es desenvoluparà. En ella han d'estar visibles les 6W (Què, qui, com, per què, on i quan).
- **Piràmide invertida.** Una bona manera d'estructurar el text, que consisteix en organitzar la informació amb les dades de major a menor importància.
- **Facilitar precedents i contextualitzar la informació.** No podem donar per fet que el receptor sap el que creus que sap.
- **Evitar fer publicitat pura i dura** i posar preus. Una nota de premsa no és un anunci.
- Com més **breu** millor.
- **Evitar faltes d'ortografia.** La feina mal feta perd credibilitat.
- Utilitzar **llenguatge precís** per evitar ambigüitats i confusions.
- **Utilitzar el present i el futur** i evitar el passat i les passives.

Informació addicional

Per donar major credibilitat al missatge i facilitar la seva comprensió és recomanable **acompanyar el contingut amb material fotogràfic, audiovisual, links i documents adjunts**. Evitar documents que pesin molt per evitar problemes amb l'obertura del correu electrònic.

Com enviem la nota de premsa?

Un cop tenim enllestida la nota de premsa, procedim a enviar-la a la llista de contactes prèviament elaborada. A l'hora de realitzar aquest procés, és imprescindible:

- **Fer una darrera revisió** de la nota de premsa i dels contactes.
- **Pensar l'assumpte del correu electrònic.** Moltes vegades no som conscients de la importància d'aquest i és imprescindible ja que d'ell dependrà que el receptor decideixi obrir el missatge. En la majoria de casos, utilitzar el titular de la nota de premsa resulta efectiu.

Contacte posterior

Per donar més ressò a la nota de premsa i alertar al periodista, en alguns casos, no està de més **fer una trucada al receptor** per informar de l'enviament i assabentar-se de la seva correcta recepció.

Etiquetes: [comunicació associativa](#), [mitjans de comunicació](#), [nota de premsa](#), [entitats sense ànim de lucre](#)

URL d'origen: <https://xarxanet.org/projectes/recursos/8-claus-per-elaborar-i-fer-eficac-una-nota-de-premsa>