Notas de prensa: cómo conseguir publicidad gratuita y efectiva para tu proyecto

FUENTE: Merce Castells.
Artículo publicado en emprendedores.com

Da a los medios de comunicación lo que ellos quieren y probablemente ellos te darán lo que tú necesitas: publicidad gratuita.
Constantemente leemos o escuchamos en los medios de comunicación, notas de prensa sobre nuevos Web sites, novedades, modificaciones, etc. Y la pregunta clave es: Por qué no mi Web?

La respuesta más sencilla, posiblemente sea que no conocen nuestro Web site.
Así que depende de nosotros hacer que nuestra Web sea conocida. Eso es parte fundamental del marketing on-line.
Los medios de comunicación están buscando constantemente nuevas informaciones y noticias de interés para sus lectores. Por otra parte, el correo electrónico está reemplazando poco a poco a otros medios como las notas de prensa en papel, al fax, o al teléfono. Es más rápido, es más sencillo y es más económico. Sin embargo, el spam o publicidad indiscriminada, es un error que no debemos cometer.
Podemos mandar una nota de prensa a cualquier medio de comunicación con un simple click y obtener una amplia difusión de nuestra web. Es fácil, parece sencillo y es prácticamente gratuito. Pero hay algunas cosas que debemos tener en cuenta antes de ponernos a redactarla. Una nota de prensa inadecuada, no sólo no nos beneficiará ni nos ayudará a conseguir nuestros objetivos, sino que incluso puede perjudicarnos mucho. Vamos a ver lo que podemos hacer y lo que NO debemos hacer.

1ª) Cómo redactar una nota de prensa
1. Antes de escribir, piensa qué es lo que quieres comunicar. Míralo desde el punto de vista del periodista que leerá tu mensaje. ¿Por qué podría interesarle tu mensaje? ¿Qué le aporta?. Es muy importante el título de tu mensaje. Los periodistas son profesionales muy ocupados y tienen dos cosas en mente: los temas que interesan a sus lectores y los intereses de su editor o grupo editorial. Con una primera lectura del título y de las primeras líneas posiblemente ya habrán decidido si puede ser interesante, o definitivamente, no lo es, y tu mensaje va directamente a la papelera de reciclaje.

nexo3w
diseño web :: consultoría informática :: comunicación
c/. Cocherito de Bilbao, 20 Dpto. 10 - 48004 BILBAO
Tel./Fax: 944 110 170 Móvil: 665 712 310
nexo3w@nexo3w.com www.nexo3w.com

2. La nota de prensa debe ser breve, clara, concisa e informativa. Con una página es suficiente. No les cuentes tu vida. Recuerda que en realidad, ellos no estaban previamente interesados. Has sido tu quien les has mandado un mensaje. Si piensan que es interesante y necesitan más información, no te preocupes, ya se pondrán en contacto contigo. La mejor manera de evitar quejas acerca de mensaje no solicitado, es mandar una breve nota, informando del tema, y solicitando permiso para mandar una nota más larga con más información.

3. Escribe en el extremo superior izquierdo la fecha, nombre, teléfono y dirección de correo electrónico de la persona de contacto, así como la fecha a ser publicada. Ejemplo:
Fecha del día. Para publicación inmediata
Persona de contacto.
Teléfono de la persona de contacto.
E-mail de la persona de contacto.

4. El título y el primer párrafo es lo más importante. Debe resumir el objetivo de la nota de prensa en unas pocas líneas: quien, dónde, qué, cuando. No utilices signos de exclamación ni frases excesivamente largas. Evita adjetivos como "fabuloso", "maravilloso", "único", etc. Debe estar redactada en el estilo del medio de comunicación al que te diriges. Si el medio es muy "formal", no mandes algo demasiado informal. Si el medio es informal, no mandes un mensaje excesivamente serio y/o pedante.

5. Se honesto y no te pongas más flores de las que hay. Por ejemplo, no digas que ofreces un producto o un servicio, si en realidad, de momento no lo ofreces. Cuando lo hagas, redacta una nueva nota de prensa.

6. Una vez lo hayas escrito, revísala. Olvídate de que eres tú quien lo ha escrito y ponte en el papel del periodista: ¿Qué harías si recibieses ese mensaje? ¿Qué impresión obtienes de la persona o empresa que ha escrito esa nota de prensa? Es muy importante que lo releas y lo re-escribas tantas veces como sea necesario hasta que estés completamente seguro de que estás diciendo lo que quieres decir y de la forma más correcta y adecuada. Una vez lo hayas escrito, no lo mandes todavía. Continúa leyendo…

2º) A quien mandamos nuestra nota de prensa: cantidad vs calidad
Utiliza el "marketing de bisturí". Selecciona cuidadosamente los medios de comunicación que pueden estar interesados en lo que tu anuncias. Si acabas de inaugurar una web buenísima sobre el Punto de cruz, posiblemente sea una pérdida de tiempo que mandes una nota de prensa al respecto a una publicación especializada en la Bolsa. Hacer un envío

nexo3w
diseño web :: consultoría informática :: comunicación
c/. Cocherito de Bilbao, 20 Dpto. 10 - 48004 BILBAO
Tel./Fax: 944 110 170 Móvil: 665 712 310
nexo3w@nexo3w.com www.nexo3w.com

indiscriminado a todos los medios de prensa conocidos, además de ser una pérdida de tiempo, puede ser considerado spam (publicidad no deseada) y puede perjudicarte más de lo que imaginas. Selecciona los medios de comunicación que están centrados en los temas que tú tocas o que se dirigen al público que te interesa. Si no lo tienes muy claro, pregunta a tus clientes acerca de las revistas o periódicos leen habitualmente. Y cada vez que visites a un amigo, a un socio o a un cliente fíjate en que tipo de prensa tienen en su oficina o sala de espera. Lo sabrás para la próxima vez.

Una vez seleccionados los medios a los que quieres dirigirte, No envíes masivamente el mismo mensaje para todos. Personaliza tu nota de prensa. Tómate el tiempo necesario para averiguar el nombre del periodista que posiblemente pueda estar interesado en leer tu nota. Es la mejor manera para maximizar la respuesta adecuada. Por ejemplo, en un periódico, hay varias secciones. Si tu nota hace referencia a un tema económico, no mandes tu mensaje al periodista que lleva las crónicas de sociedad. Es importante que tu nota de prensa vaya dirigida a la persona adecuada. Así podrás hacer un seguimiento y la próxima vez que le mandes una nota de prensa, ya no serás un desconocido para él.
Ten paciencia y no temas estar perdiendo el tiempo. Piensa en el impacto positivo que tendrá la publicación de tu nota de prensa en tus objetivos. ¿De qué te sirve mandar una nota de prensa a 200 medios de comunicación si luego no es publicada o si lo es, está redactada de tal forma que te perjudica?

Recuerda: selecciona y personaliza, pero ten cuidado. Personalizar no es sinónimo de tutearle como si fueseis amigos de toda la vida. Sé "políticamente correcto". Muestra tu respeto a los profesionales a los que te diriges mediante la forma en que escribes y la forma en que te comunicas. Si tienes fotos que quieres que incluyan, escribe una nota al final comunicándolo. Si les interesan, ya te las pedirán. No mandes todavía ese estupendo vídeo o colección de fotos que ocupan 8 MB…
Antes de mandar tu nota de prensa a todos los medios que has elegido, testéala. Elige unos cuantos medios de comunicación y espera la respuesta. En función de los resultados, revísala y continúa.

3ª) Qué es lo que NO debemos hacer.
Mandar una nota de prensa con más de un destinatario en el To:, CC:, y mucho menos BCC. Si, ya sabemos que es mucho más rápido, pero en realidad, posiblemente estés perdiendo el tiempo y las posibilidades. Otra vez recuerda: selecciona y personaliza. Es la clave.
Esperar que la nota de prensa sea publicada al día siguiente. Una vez hayan recibido tu nota y hayan decidido publicarla, posiblemente tarden unos días (a veces semanas) en publicarla. Recuerda que al igual que tu, tienen una

nexo3w
diseño web :: consultoría informática :: comunicación
c/. Cocherito de Bilbao, 20 Dpto. 10 - 48004 BILBAO
Tel./Fax: 944 110 170 Móvil: 665 712 310
nexo3w@nexo3w.com www.nexo3w.com

agenda apretada y ya han hecho su planificación.
Ser un "pesado", llamando e escribiendo constantemente para preguntar si han recibido, han publicado o tienen dudas o preguntas sobre tu nota de prensa. Si lo has mandado a la persona adecuada, probablemente lo ha recibido. Si tiene dudas o preguntas, se pondrá en contacto contigo.
No devolver una llamada telefónica o un e-mail de un medio de comunicación, o hacerlo con retraso.
Desanimarnos si no publican nuestra nota de prensa. Revisa los pasos que hemos comentado y vuelve a empezar otra vez.
Una vez la nota de prensa ha sido editada, olvidar enviar una nota de agradecimiento.
No mantener tu base de datos actualizada y mandar una nueva nota de prensa a aquel periodista tan amable…pero que ya no trabaja allí!
Mandar una nota de prensa con errores de ortografía o tipográficos. Ten especial cuidado con el nombre de la persona y medio de comunicación al que te diriges.
Una nota de prensa bien redactada, publicada en el medio de comunicación adecuado, es publicidad gratuita de calidad y en cantidad.

FUENTE: Merce Castells.
Artículo publicado en emprendedores.com.

nexo3w
diseño web :: consultoría informática :: comunicación
c/. Cocherito de Bilbao, 20 Dpto. 10 - 48004 BILBAO
Tel./Fax: 944 110 170 Móvil: 665 712 310
nexo3w@nexo3w.com www.nexo3w.com