

CÓMO DESARROLLAR CAMPAÑAS EFECTIVAS EN LOS MEDIOS *(Developing an Effective Media Campaign)*

Pasos al planificar y crear una campaña efectiva en los medios:

Paso 1. Decida qué es lo que quiere alcanzar. Algunos ejemplos son:

- obtener cobertura o exposición positiva de su producto o servicio
- realzar la imagen y reputación de su compañía
- atraer y comunicarse con clientes prospectos

Paso 2. Defina claramente el *ángulo* noticioso

- Asocie su información con un evento noticioso del día o de la semana
- Realice una encuesta o sondeo
- Emita un informe especial
- Celebre un aniversario
- Presente un premio o una beca
- Obtenga el endoso de alguna figura pública
- Auspicie un equipo deportivo
- Relacione su actividad con algún día festivo
- Anuncie un nombramiento o ascenso
- Realice o asista a talleres y conferencias
- Reaccione a las decisiones tomadas por otras compañías

Paso 3. Compile una lista de medios

- Utilice directorios de medios tales como:
 - Bacon's Newspaper Directory
 - Bacon's Publicity Checker
 - Broadcast/Cablecasting Yearbook
 - Editor and Publisher Yearbook
 - Hudson's News Media Contacts Directory
 - United Way Media Factbook
 - Gale Directory of Publications and Broadcast Media

- Analice y escoja diversos medios considerando lo siguiente:

- Demográficos- ¿El medio llega al público que a usted le interesa comunicarse?
- Los tipos de noticias que cubre el medio- ¿Su noticia es apropiada para dicho medio?
- Niveles de distribución- ¿Cuán grande es la audiencia del medio escogido?
- Diseñe una base de datos o gráficas de:
 - Personas de contacto, números y direcciones
 - Fechas límites, frecuencia de las publicaciones e itinerarios del programa

Paso 4. Desarrolle una Carpeta de Prensa

Paso 5. Prepare una **carta de presentación**

- Una carta de presentación es una correspondencia corta, de aproximadamente una página, que acompaña un comunicado de prensa o una carpeta de prensa.
- La carta debe explicar inmediatamente porqué la audiencia de ese medio en particular estaría interesado en la noticia de su empresa.
- Debería incluir algunos detalles interesantes y sugerir algunos posibles enfoques para presentar la noticia

Paso 6. Envíe por correo el material y **dele seguimiento.**

Comuníquese con el reportero, el representante del medio o el director de servicio público y asegúrese que hayan recibido el material. Mantenga contacto con ellos regularmente, enviándoles información al día, como por ejemplo comunicados de prensa adicionales, artículos recientes y nuevas gráficas.

- Organícese antes de llamar
- Trate de llamar durante la mañana o tempranas horas de la noche. Éstas suelen ser horas tranquilas para los reporteros
- Pregúnteles primero si están muy ocupados. Si lo están, sugiérales otra hora para llamar. Si no lo están, asegúrese de explicarles su noticia en no más de 2 minutos.
- Debe estar preparado para volver a enviarles su noticia por fax o E-Mail.