

Scrivere e far pubblicare un comunicato stampa

Garantire il futuro

Parlare e far parlare (bene) di sé non è sempre facile, per non dire delle difficoltà a trovare un mezzo d'informazione disposto a pubblicare il nostro comunicato.

Suggerimenti per la pratica

Quello che dal punto di vista della società deve essere assolutamente pubblicato non sempre risponde ai criteri in base ai quali le redazioni giudicano un articolo interessante per i lettori.

Anche nel campo dello sport e delle società sportive minori per essere giudicati interessanti una notizia o un fatto devono presentare un elemento particolare, che li distingua da quanto avviene nelle altre società. Più dei 75 anni di attività dello sci club del tale villaggio interessa al pubblico sapere che alla cerimonia è intervenuta in prima persona Michela Figini.

Molte redazioni locali hanno chiare regole su cosa pubblicare riguardo alla scena sportiva locale e alle società sportive della regione. Il responsabile della comunicazione di una società dovrebbe innanzitutto conoscere questi principi; molte

federazioni sportive svizzere offrono corsi introduttivi e workshop destinati proprio a queste persone.

Naturalmente la chiave del successo restano pur sempre le conoscenze ed i contatti del singolo con i giornalisti; si tratta di contatti che ogni società sportiva può intrecciare, basandoli su una seria ed affidabile collaborazione con i giornalisti.

Ogni società sportiva dovrebbe innanzitutto redigere un piano direttivo in materia di comunicazione, che contenga tutte le possibili attività in questo ambito, da internet ai volantini, alle informazioni in bacheca ai fascicoli informativi ai calendari delle manifestazioni ai bollettini comunali.

Molto spesso un estraneo scrive testi più interessanti di un insider coinvolto in prima persona nell'attività sociale a vario titolo (allenatore, membro del comitato o simili).

Spesso una breve comunicazione di una ventina di righe ha maggiori probabilità di essere pubblicata di una comunicato di due pagine, perché il segreto sta nella concisione, ed in ogni caso non si dovrebbe mai dimenticare che un'immagine vale più di mille parole.

