

GIOVANE HOLDEN EDIZIONI

Casa editrice e agenzia di servizi culturali



UFFICIO STAMPA

Gestione integrata della comunicazione:
dalla stampa (quotidiani, settimanali, mensili, periodici),
alle emittenti radiofoniche e televisive,
dalle agenzie di stampa,
ai siti internet e portali di informazione.
Tutto ciò che fa informazione viene utilizzato
in maniera sinergica per il raggiungimento dell'obiettivo.

INTRO

Spesso enti, associazioni, aziende raggiungono traguardi importanti oppure organizzano grandi eventi che passano inosservati in quanto nessuno lo viene a sapere, nessuno ne parla, nessuno ne scrive. Da qui la necessità di un ufficio stampa che lavori per migliorare la visibilità, l'informazione, creare l'indotto (e attirare eventuali sponsor).

Nell'organico di una società/ente la figura dell'addetto stampa è indispensabile se si vogliono raggiungere certi risultati.

Chi desidera far parlare della propria società, azienda, ente, iniziativa, evento, manifestazione, può contare sull'esperienza di un giornalista specializzato nella gestione di uffici stampa, al fine di ottenere visibilità sulla carta stampata, siti internet e accesso a spazi radiofonici e televisivi, opportunamente scelti e mirati a seconda del risultato che si vorrà ottenere.

L'addetto stampa:

- Stabilisce e cura relazioni e rapporti con gli organi di informazione
- Aggiorna l'indirizzario dei giornalisti e delle testate di interesse
 - Organizza conferenze stampa
 - Realizza la rassegna stampa

Il compito principale
dell'addetto stampa
è di *produrre informazione*.

Il percorso

Cosa fa, in pratica, un ufficio stampa?

Analisi delle informazioni fornite dal cliente e della loro potenzialità

Individuazione dei temi di interesse per i media

Definizione di un progetto di comunicazione alla stampa

Definizione dei tempi

Indicazione dei risultati attesi in termini di riscontri e pubblicazioni

Attuazione della strategia di comunicazione

Trasformazione delle informazioni in notizie

Diffusione delle notizie

Controllo dell'efficacia della diffusione

Rassegna stampa

Analisi dei risultati e indicazioni operative per successivi incarichi

La professionalità giornalistica è alla base di un ufficio stampa efficace

La **Giovane Holden Edizioni** ha scelto di affiancare alla collaborazione del proprio ufficio stampa un giornalista specializzato in questo campo. Questo perché gestire un ufficio stampa richiede conoscenza delle dinamiche editoriali, dei tempi e del linguaggio delle redazioni. È un lavoro che non si improvvisa. L'attività di ufficio stampa si basa sull'esperienza professionale e sulla conoscenza delle esigenze delle testate e dei media. In questo modo l'ufficio stampa è in grado di veicolare le informazioni che provengono dal cliente, trasformandole in notizie appetibili. Gestire in questo modo gli uffici stampa porta sempre a risultati concreti ed apprezzabili in ogni settore.

I veicoli

I veicoli che l'addetto stampa *sceglie e seleziona* accuratamente in relazione all'obiettivo da raggiungere sono:

- AGENZIE DI STAMPA
- SITI INTERNET e PORTALI DI INFORMAZIONE
- QUOTIDIANI
- PERIODICI
 - Settimanali
 - Quindicinali
 - Mensili
 - Bimestrali
- EMITTENTI RADIOFONICHE
- EMITTENTI TELEVISIVE

A livello

- Locale
- Regionale
- Nazionale