

El Poder de la nota de prensa perfecta



Es necesario replantearse tanto el papel que cumple la nota de prensa, como el modo de difundirlas

Estas diez recomendaciones son el primer paso para que los emprendedores consigan la repercusión que desean en sus comunicaciones.

◀ **Decide cuál es el mejor formato**

¿por qué una nota de prensa?, ¿y una entrevista?, ¿por qué no un desayuno informativo?”. Una vez hayas contestado estas preguntas y hayas decidido que la nota de prensa es el mejor formato para comunicarte con tu público, deberás tener en cuenta otros factores.

◀ **Define quién eres**

En primer lugar, es importante comunicar por qué has creado la empresa, qué problema pretendes solucionar o qué necesidad vas a cubrir así como qué novedad aportan.

◀ **Busca el consejo de profesionales**

En la mayoría de las situaciones, los emprendedores suelen lanzarse ellos mismos a hacer una nota de prensa que normalmente suele ser un texto demasiado comercial que luego envían a periodistas con el convencimiento de que será publicada. Error. Asesórate. (Tienes a tu disposición agencias de comunicación especializadas en Startups.)

◀ **Piensa en el medio**

Es fundamental que te pongas en el lugar de periodista. Es por eso que hay que pensar qué es interesante para su medio y sus lectores.

◀ **Diferénciate**

Es imprescindible “evitar el enfoque demasiado corporativo”. En este sentido, la mejor manera de

hacer es buscar aquello “que te/os hace únicos y especiales”. Además, es necesario “ofrecer datos noticiosos y comunicar de forma atractiva”.

◀ **Analiza todos los factores**

La nota de prensa tiene que ser relevante, con un enfoque correcto sobre el tema... no podemos decir obviedades ni caer en el autobombo. A partir de ahí es fundamental saber escribir con claridad y con la estructura básica de un formato periodístico, incluir datos y declaraciones que enriquezcan el tema, etc. (De ahí la importancia de asesorarte)

◀ **Construye una historia**

Los periodistas buscan historias, no publicar notas de prensa”. Partiendo de esta base, asegúrate de que la información que envíes a un periodista “tenga una buena historia y un buen titular que llame la atención”.

◀ **Usa un tono informativo**

La nota de prensa se tiene que basar “en un hecho novedoso de la compañía o, cuanto menos, poder asociarse de la manera que sea a la actualidad del momento en el que se difunde.

◀ **Ve la grano**

Los “periodistas no son nuestros correctores estilísticos, así que cuanto más ‘mascada’ envíes la NdP, más fácil será que la publiquen. Si eres capaz de resumir en una frase el beneficio o el valor que aporta tu proyecto, ya tienes mucho ganado”.

◀ **No dejes de leer**

Como última recomendación... no dejes de leer, de moverte, curiosar e investigar. Hay muchas obras que pueden ayudarte a comunicar de la mejor manera y enfocar tu negocio.