



KIT RELACIÓN CON LA PRENSA

Principios básicos y proposiciones

KIT RELACIÓN CON LA PRENSA

🕒 Para una promoción eficaz del evento

🕒 *Para reforzar el impacto de la campaña de información, rogamos a los Comités Nacionales del ICOM que participen a la difusión de la información a través de sus contactos con la prensa y los medios de comunicación e información.*

🕒 **Principio básico:**

*La circulación de la información por la red del ICOM, es decir del ICOM a los miembros y de los miembros a la secretaría del ICOM. Les invitamos a transmitirnos desde ahora todas informaciones útiles que nos permitirán elaborar un dossier de prensa atractivo para que los periodistas sean incitados a poner de relieve el evento y los museos que celebrarán el Día Internacional de los Museos. Envíen su información por correo electrónico a: **communication@icom.museum***

KIT RELACIÓN CON LA PRENSA

🕒 Principios generales de las relaciones con los medios de comunicación

- 🕒 *Pensar en un calendario para contactar a los periodistas según el tipo del medio de comunicación (para mensuales o semanales, cuatro meses antes); "medios calientes", como la radio, la televisión (una semana o algunos días antes del evento).*
- 🕒 *Actualizar su agenda de medios o fichero de prensa. No se olviden de las agencias de prensa.*
- 🕒 *No duden en llamar por teléfono a los periodistas de referencia. No enviar demasiados correos electrónicos.*
- 🕒 *Pensar en proveer cifras claves, ejemplos concretos, fotografías y contactos para las entrevistas.*
- 🕒 *Crear colaboraciones con periódicos importantes por ejemplo por medio de concursos, juegos, o a través de una sección especial, etc.*

KIT RELACIÓN CON LA PRENSA

- 🕒 **Planificación de las relaciones con la prensa y otros medios de comunicación**
 - 🕒 *Febrero de 2010: lanzamiento de la campaña. Envío de una nota o comunicado de prensa (cp) a los que figuran en su fichero, para anunciar el evento: presentación, diseño gráfico del cartel, fecha escogida en 2010 para celebrar el evento (un día, una semana, un fin de semana o hasta un mes). Recordar algunos elementos históricos sobre el Día Internacional de los Museos de 2009.*
 - 🕒 *Marzo de 2010: Nota de prensa (cp)– refuerzo. Envío de un comunicado de prensa con elementos más concretos, colaboraciones, circuitos, etc.*
 - 🕒 *Mayo de 2010: Nota de prensa – Imprescindible. Proponer listas de animaciones, recordar las informaciones prácticas. Envío de las invitaciones a la prensa.*
 - 🕒 *Por teléfono, contactos con los medios de comunicación (televisión, radio, web)*