



«Как написать пресс-релиз о новой услуге?»

У вас появилась новая услуга. Что следует сделать?

Верно, сообщить об этом — как действующим, так и потенциальным клиентам. Кроме новой страницы на сайте, письма в рассылке и сообщения в социальных сетях необходимо подойти к вопросу официально, как это принято в корпоративной сфере.

Если вы желаете привлечь внимание общественности к своей новой услуге, вам необходимо подготовить пресс-релиз со всей необходимой информацией для PR этой услуги.

Так уж сложилось, что к нам обращаются клиенты, которые не полностью используют возможности пресс-релиза. А когда мы видим такие PR-тексты от других компаний, складывается впечатление, что это не пиар, а некий отчёт для «галочки».

Итак, давайте вместе с вами разберёмся, как выжать максимум возможностей из пресс-релиза по факту запуска новой услуги.

Поиграем в «Почемучку»

Пресс-релиз начинается не с первого слова текста, а с мозговой деятельности. Прежде чем приступить к написанию текста, нужно подготовить информацию, отвечающую нескольким вопросам:

- 1. Какова главная цель пресс-релиза?*
- 2. Почему эта услуга важна для клиентов?*
- 3. Почему она актуальна именно сейчас?*

Главная цель по идее понятна — не сообщить, а привлечь внимание и стимулировать стартовый спрос.

Осталось сыграть в «почемучку» и дать ответы на два остальных вопроса. Хорошо подумайте и чётко сформулируйте в одном предложении (максимум 15 слов), зачем вы внедрили эту услугу, что стало причиной её актуальности?

Если есть сложность — ради тренировки возьмите услугу из другого бизнеса, которой вы сами на днях воспользовались и ответьте по ней на два наших «почему»-вопроса. Так вам проще будет справиться с ответами для своего продукта.

Готовим представление услуги

Следующий этап — представление самой услуги, которое должно состоять из таких пунктов:

1. Чёткое наименование услуги (желательно, просто и запоминающееся).
2. Её расшифровка — то есть, предназначение.
3. Целевая аудитория услуги.
4. Результат и польза для клиентов.

Положительным тактическим элементом станет комментарий представителя компании, в котором он расскажет, почему принято решение о внедрении этой услуги, с какой целью и чего ожидать клиентам.

На этом заготовки можно заканчивать и переходить непосредственно к написанию.

Мне не хочется комментировать каждую строчку, мы привыкли к тому, что наш читатель — подкованный специалист, умеющий читать между строк.

Единственное, предоставим в ваше распоряжение чек-лист по стилистике написания пресс-релизов.

Чек-лист по написанию пресс-релиза

1. Заголовок информативный — содержит название компании и информации о заявляемом событии.
2. Ориентируйтесь на общий объём пресс-релиза до 3000 знаков.
3. Стилль описания — информационный. Никаких рекламных и «продающих» приёмов.
4. Пресс-релиз пишется от третьего лица, никаких «мы», «я», «наша компания» и т.д.
5. Не нужны метафоры, аллегории и другие литературные приёмы.
6. Избегайте вопросительных и восклицательных предложений.
7. Как правило, пресс-релиз пишется в настоящем или будущем времени.
8. Максимальная длина предложения — две строки.
9. Максимальный объём абзаца — 4-5 строк.
10. Забудьте о профессиональном жаргоне, вы пишете не для своих сотрудников, а для массовой аудитории.
11. Минимизируйте количество глаголов, которые используются в пассивном залоге.

12. В пресс-релизе не должно быть информации, которую нельзя подтвердить документально.
13. В первом абзаце предоставляются ответы на вопросы — кто, что, где, и когда?
14. Основной текст пресс-релиза пишется по принципу «перевернутой пирамиды», детализируя информацию из вводного абзаца.
15. Пресс-релиз завершается указанием справочной информации о компании (название, дата основания, сфера деятельности, основные услуги или продукция, достижения), а также её контактного лица.
16. Приветствуются фотографии и иллюстрации, которые относятся к информационному поводу.

Шаблон пресс-релиза о новой услуге

Для лучшей наглядности, я приведу примерный классический шаблон пресс-релиза о новой услуге, который легко можно адаптировать для любой компании.

В _____ компания «_____» запустит новую услугу —
«_____».

«___» _____ 2014 г. компания «_____» внедряет новую услугу —
_____.

Решение о её запуске было принято в связи с _____.
Эта услуга привлечёт внимание клиентов, которые _____.

Главная уникальность услуги «_____» заключается в _____.

(ДЕТАЛЬ 1) — преимущество (выгода) в информационном стиле.

(ДЕТАЛЬ 2) — преимущество (выгода) в информационном стиле.

(ДЕТАЛЬ 3) — преимущество (выгода) в информационном стиле.

Вот как комментирует это событие (ФИО представителя компании):

«Мы всегда следим за рынком и анализируем потребности своих клиентов, чтобы соответствовать их ожиданиям. Мы приняли решение, что эта услуга нужна именно

сегодня, потому что _____. Она поможет нашим клиентам _____. Для её запуска и сопровождения мы создали _____. Поэтому, каждый желающий сможет _____. А в связи с тем, что услуга новая и только внедряется, каждый клиент получит от нас подарок в виде _____».

СПРАВОЧНАЯ ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ.