

Calendario de Planificación de Difusión en los Medios

Al hacer planes para el Día Nacional de las Tierras Públicas de 2018, asegúrese de informar a los medios del área lo que está planeando y cómo participar. Utilice este calendario de planificación para mantenerse en el buen camino.

DOS A TRES MESES ANTES

Una vez que cuente con los detalles básicos de su evento (hora y lugar, actividades, dignatarios invitados u otros invitados especiales), envíe un breve correo electrónico a los periodistas locales para que el evento quede en su radar. Hágalos saber que los actualizará con detalles adicionales a medida que el día se acerque. Incluso puede invitar al periodista a visitar el sitio y hablar con el personal antes del evento.

UN MES ANTES

Con solo un mes antes del gran día, este es un buen momento para:

- Alertar a la sección del calendario de los periódicos locales, incluido el periódico diario, así como las publicaciones de la comunidad o el vecindario (impresas y en línea).
- Volver a consultar con los periodistas con los que se contactó desde el principio y completar los detalles adicionales. Confirme que planean asistir al evento.
- Si está emitiendo un aviso de prensa, desarrollar un cronograma para el proceso de aprobación. Piense cuándo desea enviar su comunicado y deje al menos dos semanas para el proceso de revisión.
- Actualizar su lista de medios. Revise su lista de medios para asegurarse de tener listos los contactos e información de contacto correctos mientras se prepara para enviar su aviso de prensa.
 - Contactos de periódicos (diarios y semanales y sitios de noticias en línea): editor de Metro of City, editores de calendarios/eventos, editores de fotografía, director de servicio comunitario o coordinador de servicios públicos, periodistas que cubren la asuntos ambientales, temas al aire libre, asuntos familiares y de crianza de los hijos y salud.
 - Contactos de TV: editor de redacciones, productos de programa de noticias matutino, director de servicios públicos y asuntos comunitarios.

- Contactos de radio: director de noticias, director de servicio público y asuntos comunitarios, una buena fuente para encontrar estaciones de radio públicas locales cerca de usted es <http://www.npr.org/stations/>.
 - Contactos de servicio de cable (Associated Press, Reuters, etc.): jefe de la oficina y/o editor de noticias locales.
 - ¿Cuenta con reporteros del área que hayan escrito sobre eventos similares a los suyos en su lista de prensa?
 - Socios de redes sociales: identifique las organizaciones locales que aceptarán publicar sobre el evento en sus cuentas de Facebook y Twitter antes y después del evento. Después del evento, asegúrese de compartir fotografías para que estos socios publiquen en sus medios digitales.
 - Sitios de noticias en línea que cubren su ciudad, pueblo o vecindario. Los sitios de noticias "hiperlocales" continúan creciendo y son un excelente recurso para promocionar sus eventos. Patch.com es un ejemplo de sitios de noticias "hiperlocales".
- ☐ Confirme los contactos/las personas de la comunidad que podrían participar o difundir su evento y/o la ceremonia de apertura. Esta lista debe incluir a los funcionarios públicos, maestros y administradores de escuelas, líderes de iglesias, directores de parques y recreación, celebridades locales y líderes de grupos cívicos (por ejemplo, exploradores, clubes de jardinería).
 - ☐ Confirme que las invitaciones se hayan enviado y aceptado, o agregue el enlace del Día Nacional de las Tierras Públicas (<https://NEEFusa.org/NPLD>) a su sitio web, junto con los materiales de difusión. Si mantiene un boletín electrónico o forma parte de una lista de difusión, distribuya información sobre el evento a través de dichas redes.

TRES SEMANAS ANTES DEL EVENTO

- ☐ Termine los materiales de prensa.
- ☐ Complete su kit de asesor de medios y de prensa, obtenga firma de cotizaciones, etc.
- ☐ Asegúrese de que sus materiales estén actualizados para reflejar detalles importantes:
 - El 22 de septiembre de 2018 es el 25.º Día Nacional de las Tierras Públicas de la NEEF.
 - Su evento es uno de más de 2.500 eventos que se realizan en todo el país en celebración de las tierras públicas.

- Toyota está patrocinando el NPLD por 20.º año consecutivo.
- Cite a los dignatarios o celebridades locales que asistirán.
- Asegúrese de que todos sus materiales de medios incluyan #NPLD y #NEEF25thNPLD.

- ☐ Confirme los planes para su evento de medios (si corresponde).

- ☐ Si tiene una ceremonia de apertura, confirme la lista de participantes. Asegúrese de que tengan claro su papel.

- ☐ Determine sus necesidades audiovisuales. ¿Tiene una fuente de energía? ¿Qué tipo de sistema de sonido se necesita? ¿Hay servicio celular disponible? ¿Necesita Wi-Fi para asegurarse de que las personas puedan compartir fotografías en línea en el momento y/o twittear sobre el evento en vivo?

- ☐ Explore el sitio del evento. Encuentre el mejor lugar para que los voceros se coloquen. Elija una ubicación con imágenes fuertes para mejorar sus posibilidades de cobertura de televisión y fotográfica.

- ☐ Revise la hoja de consejos para tomar buenas fotografías y videos en su evento y asigne personal/socios/voluntarios específicos que serán responsables de capturar buenas imágenes del evento.

- ☐ Finalice los arreglos logísticos. ¿Qué señalización necesita? Cree un logotipo para el podio, solicite un podio y mida el espacio disponible para un letrero para el mismo. Recuerde los pequeños detalles: velcro para su letrero, cinta para sus cables, etc. Determine si necesita sillas u otro equipo. Haga arreglos para comida y bebidas. Asegure una tabla para materiales de medios, incluidos los kits de prensa. Haga planes en caso de que llueva. Asegúrese de que haya suficiente espacio de estacionamiento. ¿Qué otros detalles logísticos específicos del sitio puede planificar de antemano?

DOS SEMANAS ANTES DEL EVENTO

- ☐ Obtenga los materiales para el evento:
 - Confirme que los letreros estarán completos, entregados y listos para su uso en el evento.
 - Finalice e imprima materiales de medios (kits de medios, folletos, etc. que necesitará para el evento).

- Obtenga materiales adicionales para el evento (un cronograma detallado para el día, instrucciones para gerentes de eventos, puntos de conversación para portavoces, etc.).
- Envíe avisos a los medios; haga una ronda de llamadas:
 - Finalice y difunda el aviso de prensa a su lista de medios. Asegúrese de incluir un nombre de contacto y un número de teléfono celular. Incluya los detalles del evento: dirección, fecha y hora, nombres de los oradores (si tiene un evento mediático) y cualquier otro detalle que los reporteros necesiten (por ejemplo, si la ubicación es difícil de encontrar, dé instrucciones muy claras, incluido el lugar donde el periodista o la camioneta de TV puede estacionarse).
 - Llame a todos sus contactos de medios para asegurarse de que sepan sobre el evento y que esté en sus agendas/calendarios de planificación.
 - Verifique con los editores de calendarios/eventos para confirmar que han incluido su evento del NPLD en sus listas actuales y futuras. Asegúrese de contactar a los editores de fotografía con detalles visuales sobre su evento del NPLD. Comuníquese con los productores de los programas de noticias locales de su área y ofrézcales con anticipación que entrevisten a alguien sobre el evento. El mejor momento para esta entrevista es durante la semana o el día antes del NPLD. En su presentación, asegúrese de resaltar cómo el evento involucrará a la comunidad local.

UNA SEMANA ANTES DEL EVENTO

- Cree un calendario detallado de cómo transcurrirá el día (quién dará la bienvenida a los periodistas, quién hablará cuándo, dónde se parará cada persona, etc.) y revíselo con todo el personal que estará en el sitio ese día.
- Continúe difundiendo su historia a los medios:
 - Envíe el aviso de prensa el lunes por la mañana antes del evento. Haga un seguimiento con un segundo aviso de prensa el viernes, el día antes del evento.
 - Realice un seguimiento de los avisos con llamadas telefónicas. El lunes anterior al evento, llame y confirme que los periodistas tienen en cuenta el evento. El día anterior al evento (viernes), llame y proporcione las actualizaciones de última hora: voceros adicionales, número previsto de participantes.
 - Confirme que cada medio de comunicación planea cubrir el evento. Asegúrese de enfatizar el valor informativo del evento. Si está entusiasmado, será más probable que asistan.
- Finalice todos los materiales de medios.

- ❑ Ensamble los kits de prensa. Asegúrese de que haya una versión electrónica disponible con un enlace directo que pueda compartir con la prensa el día de su evento y después.
- ❑ Si está organizando un evento de medios:
 - Tenga copias impresas del comunicado de prensa junto con una agenda que incluya todos los nombres de los oradores.
 - Cree una hoja de registro de prensa. Pregunte por nombre, medio de comunicación, número de teléfono y dirección de correo electrónico.
 - Planifique quién dará la bienvenida a los medios el día de su evento. Asigne a alguien para darle al periodista un recorrido rápido por el sitio y ayudarlo a encontrar las mejores personas para entrevistar. Identifique dos o tres personas/voluntarios que puedan contar su historia de una manera convincente y prepararlos para las entrevistas con los medios.

DÍA DEL EVENTO

- ❑ Control previo al evento:
 - Si está organizando una ceremonia de apertura, asegúrese de que su podio esté en su lugar temprano y que haya un buen telón de fondo. Tome una fotografía de alguien de pie en el podio para asegurarse de que no haya nada en el fondo que lo distraiga (por ejemplo: que no haya plantas o árboles que sobresalgan detrás de la persona, que luzcan como antenas o alas). Coloque el logotipo del NPLD 2018 en el podio.
 - Verifique su sistema de sonido.
 - Revise el cronograma con los oradores.
 - Confirme la lista de objetivos con la(s) persona(s) responsable(s) de las fotografías y videos. Esta es una lista de temas y momentos específicos que desea capturar para garantizar que tenga un testimonio visual fuerte del evento.
- ❑ Prepárese para los medios.
- ❑ Designe un área de registro de prensa cerca de la entrada al evento. Rotúlelo para que los medios sepan a dónde ir. Coloque la hoja de registro de prensa y los kits de medios (comunicado de prensa, agenda, hojas técnicas, etc.) en una tabla en el área de registro de prensa. En todo momento, un miembro del personal debe estar en la mesa para responder preguntas y asegurarse de que todos los medios se registren. Asegúrese de que todos los medios reciban el comunicado y el cronograma, incluidos los fotógrafos.

- Hable con los periodistas durante el evento para asegurarse de que tengan la información que necesitan, incluida la ortografía correcta y la información de contacto de todos los oradores.
- Si no está organizando un evento formal con un kit de medios y una tabla de registro de prensa, tenga listas copias de su comunicado de prensa para los medios que asisten.
- Proporcione a los periodistas el dato de una persona de contacto y un número de teléfono para realizar llamadas de seguimiento después del evento. Asegúrese de darles un número de teléfono celular donde puedan comunicarse con una persona en vivo con preguntas de último minuto mientras finalizan su historia.

DESPUÉS DEL EVENTO

- Tan pronto como sea posible después del evento (el sábado por la tarde o el lunes por la mañana), envíe su comunicado de prensa posterior al NPLD. Esto puede ser similar a su comunicado previo al evento, pero debe incluir la asistencia real u otros números impresionantes de impacto. Envíe el comunicado a todos los periodistas que no pudieron asistir al evento.
- Recapítule el NPLD en sus cuentas de redes sociales. Incluya fotografías, momentos destacados (número de participantes, millas de senderos despejados, bolsas de basura recogida, etc.) y enlaces a publicaciones/comentarios de asistentes evento y voluntarios del evento.
- Haga un seguimiento con una llamada telefónica al personal del fin de semana en la sala de redacción para preguntar si planean escribir una historia de seguimiento sobre la cantidad de voluntarios que tuvo y lo que se logró.

¿Tiene preguntas sobre la difusión a los medios? Envíenos un correo electrónico a NPLD@NEEFusa.org.

¡LE DESEAMOS UN MARAVILLOSO DÍA NACIONAL DE LAS TIERRAS PÚBLICAS!