

**10 REGOLE SEMISERIE
PER UN BUON COMUNICATO STAMPA**



1.

Regola della zia Tenete sempre presente che state scrivendo con la speranza di ritrovare il vostro comunicato stampa in un tg, sito o giornale. Non siete quindi di fronte ad una platea di esperti del settore, anzi molto più spesso avrete a che fare con un pubblico che sfoglia distrattamente le pagine di un sito o di una rivista magari mentre fa dell'altro. La semplicità del messaggio è quindi la chiave di tutto. Fate capire di cosa state parlando. E qui la "regola della zia" è fondamentale. Chiamate vostra zia (ma va bene anche un vostro vicina di casa, un ex compagno di classe che non vedete da tempo, un cliente del bar sotto casa) e spiegategli cosa volete dire. Se lo capisce al primo colpo allora siete sulla buona strada.

2.

Regola delle 10 righe Tenete sempre presente la famosa regola della 5W (What, Who, When, Where, Why). Nelle prime righe del comunicato stampa deve comparire cosa, chi, dove, quando e perché. Ovvero un giornalista deve poter capire alla perfezione cos'ha di fronte leggendo le prime dieci, quindici righe del vostro comunicato stampa. Diversamente il rischio è che cestini il tutto prima di arrivare alla fine.

3.

Regola delle 10 parole Il titolo è tutto. Prima di iniziare a scrivere un comunicato stampa chiedetevi "cosa voglio comunicare?". E prima ancora di chiedervi questo chiedetevi "qual è il titolo?". Una riga, due righe al massimo, dieci, venti parole che rendano accattivante, insolito, curioso, affascinante, seducente quello che state dicendo. Se non ci riuscite è molto probabile che non abbiate niente da dire.

4.

Regola del leggo quindi sono Conoscere come è fatto un giornale o un sito o un tg, sapere quali sono le notizie del giorno, quali sono i temi caldi della politica e dell'economia aiuta più di ogni altra cosa. Se si sta parlando di tale riforma economica o degli effetti di una decisione politica citare tutto ciò nel vostro comunicato stampa convincerà giornalisti e blogger di trovarsi di fronte ad una vera notizia. Conoscere bene un blog, un magazine o un tg significa anche capire quali sono i gusti dei giornalisti che ci lavorano o quale stile preferiscano.

5.

Regola del tu vuoi ffa l'americano Non siamo più nel dopoguerra e il sogno americano si è in parte rivelato per quello che è. Quindi partiamo da un presupposto: quello che si dice con parole inglesi può benissimo essere detto anche usando l'italiano. Non si tratta di patriottismo linguistico ma di evitare il rischio di darsi delle arie usando parole complesse o straniere (e peraltro in molti casi incomprensibili ai più). Siate schietti, sinceri ed evitate l'effetto "pallone gonfiato". Usate l'italiano, l'Americano continuate a considerarlo un ottimo aperitivo.

6.

Regola della pigrizia Si è soliti dire che fare il giornalista sia sempre meglio che lavorare. E allora non illudetevi che i giornalisti decidano di iniziare a lavorare solo per voi. Diamogli un comunicato stampa fatto bene, con un titolo decente, non troppo lungo ma completo, scritto (preferibilmente) in lingua italiana corretta e senza errori di grammatica o battitura. Un prodotto pronto ad essere messo in pagina di sicuro invoglierà i più pigri a fare Ctrl+C Ctrl+V.

7.

Regola del "virgolettato" Per "virgolettato" si intende una citazione tra virgolette. Inserite sempre nel vostro comunicato stampa una o un paio di dichiarazioni dell'amministratore delegato, del direttore generale, dell'ideatore o di chiunque abbia un ruolo fondamentale nella notizia che state veicolando. Eviterete così che il giornalista sia costretto a chiamarvi per chiedervelo.

8.

Regola dell'oratore - declinazione della regola della zia

Completato il vostro comunicato stampa leggetelo ad alta voce. Se non ci sono sfilze di subordinate, periodi lunghi quindici, venti righe, parentesi inutili e se riuscite a prendere fiato rispettando la punteggiatura e senza rischiare asfissie allora probabilmente è ben fatto. Ricordatevi che state parlando, e lo state facendo di fronte ad una platea che non conoscete e non è venuta a bussare alla vostra porta per chiedere informazioni tecniche e dettagliate. Siate quindi discreti, sobri e fate in modo che leggere il vostro lavoro risulti il più piacevole possibile.

9.

Regola della casalinga Non nascondere la polvere sotto il tappeto, siate trasparenti e sinceri. Pulizia, correttezza, semplicità pagano sempre. Quindi se citate numeri e statistiche dite anche la fonte, spiegate con chiarezza chi sono i protagonisti, chi dice cosa, quali sono gli scopi o le utilità. Con un comunicato stampa fate entrare (virtualmente) i giornalisti nella vostra azienda o nella vostra vita. Fatela trovare in ordine e non li costringerete a trovare la vera notizia scavando tra un mare di cose accatastate. Ricordatevi che per mentire, insabbiare, mistificare le informazioni bisogna essere molto più bravi di quello che pensate.

10.

Regola delle paillettes Comunicare non è una cosa da tutti i giorni. E' un festa, un evento, un capodanno. E allora fate bella la vostra azienda/business o cliente, valorizzatela, pensate a tutte quelle cose che voi date per scontato ma che scontate non sono. Cercate di guardare alla routine quotidiana con gli occhi di un nuovo assunto, scoprirete cose interessanti. Nelle aziende italiane, anche nelle pmi, nelle micro imprese familiari è nascosto un tesoro di notizie, basta tirarle fuori e farle brillare nel modo giusto. I risultati non tarderanno ad arrivare.

Se tutto questo non fosse sufficiente, se avete ancora dubbi e proprio non riuscite a mettere un punto al vostro comunicato stampa scriveteci, il nostro staff sarà lieto di consigliarvi ed aiutarvi.