

COME PROMUOVERE UN EVENTO ED ATTIRARE UN MARE DI PERSONE CON UN COMUNICATO STAMPA

Scopri come promuovere un evento sui media scrivendo un comunicato stampa efficace

Report a cura di ComunicatiStampa.net, il primo ed unico servizio in Italia di invio comunicati stampa via email, web e social media

Stai organizzando un **evento** e cerchi un modo efficace per **promuoverlo**?

Hai **paura** che il tuo evento possa essere un “**fiasco**”?

Una delle migliori opportunità che non devi assolutamente perdere per attirare le folle è quello di **pubblicizzare il tuo evento su giornali, tv, radio e siti web** per informare quante più persone possibili, incuriosirle ed invogliarle a partecipare al tuo evento. La fortuna di chi organizza una manifestazione oggi è che quasi tutti i media, sia locali che nazionali, hanno uno spazio dedicato agli “**Eventi del giorno**”, una vera e propria **agenda** in cui vengono raccolti tutti gli appuntamenti di arte, cultura, musica e spettacolo più interessanti della giornata o della settimana che si terranno in città (o nelle varie città se si tratta di media nazionali, regionali, o di settore).

Solitamente le redazioni posizionano lo **spazio degli eventi** nelle pagine culturali, in dei trafiletti in alto, sul lato delle pagine o in una mezza pagina, riportanti il titolo dell’evento, la data ed il luogo in cui si terrà l’evento.

All'appuntamento più importante del giorno viene poi anche dato un risalto maggiore con un articolo, una recensione o un'intervista a centro pagina, con un ritorno ancora maggiore di visibilità e di immagine per l'evento stesso.

Questa agenda, curata dalla redazione, è una fantastica opportunità per te che hai bisogno di *promuovere un evento*, e farlo conoscere alle migliaia di lettori o ascoltatori (in caso di radio e tv), potenziali partecipanti all'evento.

Arrivati a questo punto ti chiederai: come si riesce a far inserire un evento in questa rubrica?

Ti rispondo subito: il modo più veloce ed efficace per far conoscere il tuo evento ai giornalisti ed alle redazioni è quello di **scrivere un comunicato stampa**, con tutti i dettagli del caso, in modo da rendere subito ben chiaro di cosa si tratta e facilitare il lavoro dei giornalisti interessati, mettendo immediatamente in evidenza tutti i dettagli principali dell'evento che vuoi promuovere.

GUIDA SU COME SCRIVERE UN COMUNICATO STAMPA PER UN EVENTO

Vediamo ora insieme una serie di consigli e “dritte” su **come scrivere un comunicato stampa efficace per promuovere un evento** sui media nel modo più giusto.

1. Dati. Innanzitutto accertati che nel comunicato stampa ci siano tutti i dettagli necessari sull'evento che stai promuovendo. Riporta tutti i particolari essenziali subito all'inizio del comunicato, in modo da rendere immediatamente chiaro alla redazione che riceverà il comunicato stampa di cosa si tratta. Questi i dati che non dovranno mai mancare in un *comunicato che pubblicizza un evento*: Titolo dell'evento, Giorno, ora, luogo con indirizzo completo, Descrizione dell'evento, Prezzo del biglietto, Contatti per la richiesta informazioni (Telefono, email, sito web, socialmedia). Se il tuo evento si tiene all'aperto inserisci anche un luogo alternativo (se previsto) in caso di cattivo tempo. Ricorda infine che titolo,

luogo e data dell'evento vanno inseriti anche nell'oggetto della mail con cui invierai il comunicato stampa.

2. Descrizione. Dopo aver introdotto il comunicato con tutti i dati essenziali del tuo evento prosegui con una descrizione dettagliata dell'appuntamento. Ricordati di non andare mai oltre 1 pagina nella descrizione dell'evento perché rischieresti di annoiare chi legge, perdendo la focalizzazione sui contenuti principali dell'evento a cui si dovrebbe dare maggiore importanza.

3. Foto. Inserisci nel comunicato un paio di belle foto ed un link dove trovare altre foto e video piacevoli in grado di creare fascino ed interesse intorno al tuo evento. Usa il sito internet ufficiale dell'evento, Flickr o lo spazio del tuo ufficio stampa online, come quello offerto da ComunicatiStampa.net ad esempio, per creare delle gallerie in cui pubblicare delle belle foto descrittive dell'evento. Ricorda che una bella foto è meglio di mille parole, visto che è in grado di suscitare emozioni e sensazioni: non trascurare mai questo dettaglio se vuoi promuovere con successo il tuo evento!

4. Contatti. Inserisci alla fine del comunicato tutti i dettagli sugli organizzatori e su chi firma il comunicato, compreso telefono, email, sito web dell'evento, link alla pagina Facebook e/o all'evento Facebook. Tutti questi recapiti servono ai giornalisti per eventuali interviste, approfondimenti e per reperire ulteriori informazioni ed aggiornamenti sull'evento.

5. Invio. Invia il comunicato stampa 2 mesi prima dell'evento se lo stai inviando a dei mensili, se invece lo stai inviando a Tv, radio, giornali e siti internet puoi seguire una sequenza di invio dei comunicati stampa strutturata in questo modo: 1 comunicato 7/10 giorni prima dell'evento, 1 comunicato 4 giorni prima ed 1 comunicato la mattina del giorno prima dell'evento (per ricordare alla redazione uno degli eventi del giorno!).

Bisogna seguire più invii del comunicato perché purtroppo non sempre viene "recepito" dalle redazioni al primo tentativo a causa dell'eccessivo numero di comunicati ricevuti ed a causa del pesante carico di lavoro a cui oggi i giornalisti sono costretti: per

questi motivi sono necessari più lanci dello stesso comunicato, magari con l'inserimento di aggiornamenti e nuovi particolari, sia per attirare la loro attenzione e sia per ricordare loro l'evento nel caso siano sfuggiti gli invii precedenti (testa anche titoli diversi nel campo dell' oggetto della mail).

Il comunicato stampa di un evento, a differenza magari di altri tipi di comunicati, è solitamente più ben accetto dai media, sia perché di norma non è troppo commerciale e sia perché le redazioni hanno sempre bisogno di nuove informazioni ed appuntamenti con cui aggiornare le loro agende. Se saprai **giocarti bene la carta del comunicato stampa per segnalare e creare interesse intorno al tuo evento** vedrai giornali, tv, siti web e/o radio riportare il tuo appuntamento nelle loro rubriche, con un conseguente **successo di pubblico, partecipazione e di... incassi!**

ESEMPIO COMUNICATO STAMPA PER UN EVENTO

Ti riporto ora degli esempi, con dei dati inventati, per farti capire meglio come scrivere un *comunicato stampa per un evento*.

TITOLO

Riporta nel titolo il nome, data e luogo dell'evento, da inserire anche nel campo dell'oggetto dell'mail.

Ad esempio:

“Concerto di Vasco Vasco, Napoli 26 luglio 2015” oppure “Il 26 Luglio a Napoli il Concerto di Vasco Vasco” o scegli una formula simile che preferisci.

INTRODUZIONE

Comincia il comunicato così, inserendolo direttamente nel corpo della mail (evitando gli allegati che risultano sgraditi, inutili e perditempo):

Comunicato Stampa

Concerto di Vasco Vasco

Sabato 26 luglio 2015, ore 21:00

Stadio San Paolo

Via Paolo Santo, 25, Napoli

Costo: 35€ prato, 45€ curva, 65€ tribuna

Infoline: 081 889900

Ticket: www.ticketvasco.it

COMUNICATO

Continuando con l'esempio del concerto ora comincia a scrivere il comunicato in questo modo:

Comunicato Stampa

Napoli, 20 giugno 2015 – Si terrà il 26 luglio prossimo presso lo stadio San Paolo di Napoli, il nuovo concerto di Vasco Rossi, 3a tappa del tour "VascoVasco", che vede ritornare il cantante in città dopo ben 10 anni di assenza. Una lunga e prolungata assenza a cui il cantante ha voluto mettere fine scegliendo personalmente questa data per accontentare tutti i fan....ecc. ecc..

In caso di inaugurazione di una mostra di un artista invece puoi cominciare il comunicato stampa dell'evento in questo modo:

Comunicato Stampa

Inaugurazione mostra d'arte "Artè" di Manuela Art

Sabato, 26 luglio 2015

Vernissage ore 18:00

Castel dell'Ovo

Via dell'Ovo, 12 – Napoli

Ingresso gratuito

Infoline: 081 889900

Web: www.sitomanuelaartè.it, www.sitocastedellovo.it

Napoli, 20 giugno 2015 – Sabato 26 luglio prossimo verrà inaugurata presso Castel dell'Ovo a Napoli la nuova mostra d'arte di Manuela Art, artista poliedrica, famosa nel mondo per il suo stile personale denominato "artè". Dopo i successi di Berlino, Toronto, New York e Hong Kong l'artista italiana ha scelto per la sua tappa italiana Napoli, e precisamente Castel dell'Ovo, per la sua pittoresca cornice, che si sposa a "pennello" con lo stile unico delle sue opere. Ben 30 quadri saranno esposti nelle sale....ecc.ecc.

In caso di presentazione di un libro puoi invece cominciare il comunicato dell'evento in questo modo:

Comunicato Stampa

Presentazione libro "White" di Manuela Write

Sabato 26 luglio 2015, ore 17:00

Libreria Feltrinelli

Via dei Librai, 12 – Napoli

Ingresso gratuito (fino a esaurimento posti)

Info: 081 889900

Web: www.sitolibraio.it www.sitoscrittrice.it

Facebook: [facebook.com/linkeventofacebook](https://www.facebook.com/linkeventofacebook)

Napoli, 20 giugno 2015 – Sarà presentato sabato 26 luglio prossimo, presso la libreria Feltrinelli di Via dei Librai 12, il nuovo libro intitolato White di Manuela Write, la nota scrittrice reduce dal successo di Red, il precedente romanzo che ha venduto oltre 1 milione di copie solo in Italia. L'autrice, che sarà per la prima volta a Napoli e che si dichiara entusiasta dell'evento perché da sempre molto affascinata dalla città, incontrerà i suoi lettori e fans alle ore 17:00 presso la sala conferenze della Feltrinelli e sarà intervistata dal giornalista Alessandro Cultura del quotidiano Il Mattino. White narra delle nuove avventure di Elle, già protagonista dell'altro romanzo della Write...ecc.ecc.....

Chiaro come cominciare a scrivere il comunicato stampa?

Dopo l'introduzione ora continua pure a scrivere il comunicato per l'evento con una **descrizione dettagliata** della manifestazione,

riportando dettagli ed anteprime ma senza svelare tutto, in modo da suscitare la curiosità e la partecipazione dei lettori.

Se possibile riporta anche alcune **dichiarazioni** degli organizzatori o dei protagonisti dell'evento in un virgolettato, facendo in modo che queste dichiarazioni siano in grado di suscitare attenzione ed empatia da parte dei lettori, invogliandoli a partecipare all'evento. Ad esempio:

“Sono felice di organizzare questa mostra a Napoli, capitale della cultura mediterranea anche perché è una città che per le sue caratteristiche sento molto vicina ed in sintonia con il mio modo di vedere e fare arte” conclude infine l'artista Manuela Art”.

Ricorda: non andare mai oltre una pagina di lunghezza per non disperdere l'attenzione dei giornalisti e dei lettori e cerca di **mantenere il focus sugli aspetti che più potrebbero interessare ai potenziali partecipanti.**

Non ti è ancora chiaro come si scrive un comunicato stampa e ti piacerebbe approfondire le tecniche per scrivere e diffondere al meglio un comunicato stampa vincente?

[Allora scarica subito lo Special Report Gratuito che ho scritto per te “I Segreti dei Comunicati Stampa” per imparare tutte tecniche ed i segreti su come avere visibilità grazie ai comunicati stampa!](#)

COMUNICATO STAMPA EVENTO: COME INVIARE I COMUNICATI STAMPA

Una volta scritto il comunicato per l'evento qual'è ora il modo migliore per [inviare un comunicato stampa](#) a tutti i media locali o nazionali?

Innanzitutto chiariamo che se stiamo parlando di un evento locale il comunicato lo devi inviare solo ai media locali, della tua città o provincia, o al massimo regionali (di solito i media regionali hanno una sezione dedicata alle notizie di ogni provincia), mentre se è un

evento di interesse nazionale il comunicato lo devi inviare anche ai media di tutta Italia.

Per non perdere tempo nell'[invio dei comunicati stampa](#), **risparmiare mesi di lavoro e di fatica nel raccogliere le migliaia di indirizzi di giornalisti** e redazioni a cui inviare i comunicati e per ottenere **maggiori risultati dalle tue campagne stampa** ti consiglio di usare la piattaforma di [ComunicatiStampa.net](#), il primo ed unico servizio di invio comunicati stampa via email, web e socia media, creato appositamente per facilitare l'invio dei comunicati, risparmiare tempo e fatica, e dare la massima visibilità possibile ai tuoi comunicati stampa, risolvendo per te tutti i problemi connessi all'invio dei comunicati.

Con questo è tutto: spero di esserti stato di aiuto nel rendere migliore il tuo comunicato stampa in modo da pubblicizzare e dare il maggior successo possibile al tuo evento.

Alla prossima!

Michele Rampino

Fondatore di
[ComunicatiStampa.net](#)

Tag: [inviare comunicato stampa](#)