

5 tipov na organizáciu virtuálnej tlačovej konferencie

BRATISLAVA, 19. NOVEMBER 2020: Rok 2020 spolu s pandémiou priniesol zmeny, ktoré radikálne zmenili chod našich všedných dní. Globálna kríza okrem iného zapríčinila aj prechod z fyzického do virtuálneho priestoru. Osobné stretnutia, výkon práce a podnikateľská činnosť sa pre mnohých presunuli do online sveta. Internet sa stal jedným z hlavných hrdinov príbehu písaného pandémiou. Kde bezpečnostné opatrenia rozdelili ľudí, organizácie a spoločnosti, tam ich virtuálne prostriedky spojili.

Pre poskytnutie akýchkoľvek dôležitých správ je, spomedzi iných komunikačných prostriedkov premostujúcich spoločnosti s verejnosťou, tlačová konferencia jedným z najefektívnejších nástrojov. Napriek tomu, že sa momentálne nedá uskutočniť v tradičnej forme, virtuálny formát môže byť rovnako účinný.

Náš slovenský PR tím agentúry Grayling zorganizoval a pripravil virtuálnu tlačovú konferenciu pre spoločnosť Visa pri príležitosti spustenia ich programu „Slovensko platí kartou“, prostredníctvom ktorého spoločnosť Visa s niekoľkými významnými partnermi podporuje slovenských živnostníkov a malých a stredných podnikateľov.

Konferencia mala veľký úspech, okrem vedenia spoločnosti Visa sa jej zúčastnili aj predstavitelia partnerov programu, zástupcov spolupracujúcich ministerstiev a bankového sektora. Konferencia vyvolala veľký záujem medzi pozvanými novinármi.

Odborníci z agentúry Grayling vám prinášajú **5 tipov ako sa pripraviť na organizáciu virtuálnej tlačovej konferencie:**

1. Šťastie praje pripraveným

Tak ako slúži mapa k zorientovaniu sa v priestore, tak je pri organizovaní akejkoľvek udalosti, obzvlášť, keď ju pripravujete prvýkrát, nesmierne dôležité detailné plánovanie. Je nevyhnutné mať nielen jasnú predstavu o cieľoch konferencie, ale zároveň aj čo najpodrobnejší časový plán príprav, rozdelenie zodpovedností, podrobný scenár samotného priebehu konferencie a tiež postupu pred ňou aj po nej.

Na začiatok môže byť nápomocné zodpovedať si niekoľko otázok:

- Ktoré médiá je potrebné na konferenciu pozvať a kedy sa rozpošlú pozvánky, kto to urobí a akým spôsobom?
- Kedy sa tlačová konferencia uskutoční?
- Koľko rečníkov sa konferencie zúčastní?
- Aký bude scenár konferencie?
- Aký bude záložný plán pre prípad akejkoľvek technickej poruchy?

2. Online platforma

Ak sa rozhodnete pre organizáciu podujatia vo vlastnej réžii, je potrebné si vybrať vhodnú virtuálnu platformu. Zoom, MS Teams alebo Skype sú len niektoré z mnohých možností. Vybrať si pre vás najvhodnejšiu platformu môžete na základe niekoľkých kritérií:

- Ktorá platforma najviac korešponduje s imidžom spoločnosti a formálnosťou konferencie?
- Aký je plánovaný počet účastníkov tlačovej konferencie?
- Bude/ú rečník/ci zdieľať prezentáciu?

- Budú sa môcť účastníci aktívne zapájať a klásť otázky?
- Budú na konferencii prítomní aj účastníci z iných krajín?

Aby sa účastníci mohli virtuálnej konferencie zúčastniť, potrebujú obdržať **odkaz a návod na pripojenie**. Poslať im ho môžete už v pozvánke alebo až po potvrdení účasti. Účastníkom môžete poskytnúť niekoľko možností pripojenia – priamo cez streamovací portál alebo cez telefón. Zároveň môže byť užitočné uviesť kontakt na osobu, ktorú môžu účastníci osloviť v prípade problémov s pripojením alebo akýchkoľvek otázok.

3. Ťažko na cvičisku, ľahko na bojisku

Ešte pred dňom samotnej tlačovej konferencie odporúčame otestovať pripojenie na virtuálnu tlačovú konferenciu, spravovanie pripojenia, kvalitu zvuku a obrazu a technické možnosti danej streamovacej platformy. Ideálne je urobiť si generálku konferencie len za prítomnosti organizátorov a rečníkov. Môže vám to pomôcť včas spozorovať akékoľvek chyby a vychytať „muchy“, ktoré môžete vyriešiť ešte pred samotným živým vysielaním.

4. Organizátori sú očiam neviditeľní

Ako pri bežnej tlačovej konferencii, tak aj v prípade jej virtuálnej verzie je potrebných niekoľko ľudí zabezpečujúcich hladký priebeh. Osoba zodpovedná za technickú podporu, moderátor/ka konferencie, osoba spravujúca virtuálnu miestnosť, v ktorej sa konferencia koná. Počet organizátorov, samozrejme, závisí od veľkosti konferencie a počtu účastníkov.

5. „Ešte raz, prosím?“ Materiál, ktorý poskytnete po konferencii môže byť smerodajný

Počas konferencie sa môže účastníkom oslabiť alebo prerušiť internetové pripojenie alebo v prostredí, v ktorom sa v čase konferencie nachádzajú – potencionálne aj v domácom – ich môže vyrušiť zvoniaci telefón, domáce zviera, dieťa či cinknutie mikrovlnky. Preto by mal byť niekto zodpovedný za to, že bude prítomným vypínať zvuk, aby ich nebolo počuť. Rečníkov naopak treba upozorňovať, aby mali zvuk zapnutý.

Po virtuálnej tlačovej konferencii, tak ako pri prezenčenej forme, je samozrejme rozoslať účastníkom tlačovú správu. Je na vás či účastníkom po konferencii poskytnete aj video alebo zvukovú nahrávku konferencie. Určite ich ocenia. Takisto poskytnutie kontaktu pre zodpovedanie otázok a komunikácia s účastníkmi bezprostredne po konferencii sú významnými faktormi vplývajúcimi na kvalitu mediálnych výstupov po tlačovej konferencii. Nezabudnite, že aj na toto si budete musieť vyhradiť čas.

Martina Kolláriková, Senior PR konzultantka spoločnosti Grayling Slovakia

Chystať virtuálnu tlačovú konferenciu bola skvelá skúsenosť a získali sme tak ďalšiu zručnosť nášho tímu. Pri organizácii musíte myslieť naraz na niekoľko vecí súčasne a začať rozmýšľať úplne inak ako pri tradičnej forme. Nech je váš klient akokoľvek skvelý a máte vybudované dôveryhodné vzťahy, ľudský faktor vždy spôsobí zdržanie, nečakané zvraty, či dotlačenie do výkonov na hrane možného. Majte to na pamäti.

Čo je jednoduchšie ako pri tradičnej forme:

- *Nemusíte myslieť na to, aby ste zabezpečili miesto konania s dostatočnými parametrami a v dostatočnom predstihu. Konferenciu netreba pripravovať tak skoro, teda aj pevný dátum nie je nutné stanoviť príliš dopredu.*

- Prenájom externých priestorov vám neuberá z rozpočtu.
- Šetríte čas sebe, rečníkom, aj novinárom, lebo sa nikto nemusí nikam presúvať. Konferencie sa môžete zúčastniť aj priamo z vlastnej postele.

Čo je výzva:

- Neustále myslíte na to, či to technicky dáte – nespadne v najnevhodnejšom čase internet? Nebudeme ako na duchárskej seanse: Haló! Počujeme sa? Ste tu? Nepočujeme sa!
- Obava, že vám novinári nenápadne „poutekajú“ v strede konferencie.
- Generálka je nevyhnutná. Z technických dôvodov, z organizačných dôvodov, v dôsledku neprítomnosti reči tela. Celá konferencia sa vlastne odohráva namiesto v 3D len v 2D priestore. Generáľkujte!
- Veľmi dôležité je rozdelenie tých malých drobných, zdanlivo bezvýznamných úloh tesne pred. Je potrebné zabezpečiť, aby všetci rečníci boli prítomní štvrt hodinu pred začiatkom. Novinári sa budú pripájať postupne a aby „nevošli“ skôr, treba ich vstup riadiť. Keď prichádzajú postupne, nemôžu vojsť do ticha, aby vedeli, že sú „tu“ správne. Treba sa im priebežne prihovárať. Takéto maličkosti sú dôležité ešte viac ako pri tradičnej forme.
- Chýbajú neformálne stretnutia a rozhovory priamo po konferencii. Veľmi chýbajú!

Viac informácií o spoločnosti Grayling získate na webe www.grayling.sk alebo na sociálnych sieťach [Facebook](#) a [Instagram](#).

KONIEC

O spoločnosti Grayling

Grayling (@GraylingPR) vyvíja inovatívne a integrované komunikačné riešenia, ktoré dokážu rýchlo zmerať a vyhodnotiť výsledky, čo vytvára jedinečnú konkurenčnú výhodu pre našich klientov. Spoločnosť Grayling pôsobí prostredníctvom svojej medzinárodnej siete, ktorá je vysoko flexibilná. Pri riešení klientskych zadanií a realizácii kampaní nepozná hranice – či už ide o tie geografické, medzi jednotlivými národmi, alebo naprieč disciplínami. Grayling je súčasťou Huntsworthplc. Viac informácií o spoločnosti nájdete na www.grayling.com.

V prípade záujmu o ďalšie informácie kontaktujte prosím:

Jana Strížová

Grayling Slovakia

Palisády 36, 811 06 Bratislava

E-mail: jana.strizova@grayling.com