

Como criar um bom dossier de imprensa



ELSA FERNANDES
The Cherry Bicycle
hello@thecherrybicycle.com

Criar e manter atualizado um bom dossier de imprensa, disponível no seu site ou pronto a enviar caso exista um pedido nesse sentido, é fundamental para qualquer empresa ou projeto que está a crescer. Captar a atenção da imprensa e de bloggers e conseguir que os seus produtos ou serviços sejam noticiados não é bom apenas para o ego. Contribui decisivamente para a notoriedade da sua marca, divulga-a de forma gratuita e pode ajudá-lo a vender mais.

O que se espera de um dossier de imprensa é que ofereça aos jornalistas e bloggers interessados em dedicar-lhe alguma atenção material e informação sobre a sua empresa. Na fase inicial de um projeto, funciona sobretudo como uma forma de o dar a conhecer; em projetos mais consolidados, garante que os profissionais têm acesso a informação correta, atualizada e dentro dos prazos apertados que regem as publicações.

O que deve incluir no seu dossier de imprensa?

- Texto de apresentação da empresa ou projeto (poderá usar o texto que preparou para página de apresentação do seu site). O texto não deverá ter mais que uma página e deve ser simples e direto. Aposte num título forte e informativo. Guarde todos os documentos em formato word para facilitar o trabalho de edição.
- Biografia do responsável ou responsáveis pelo projeto. O texto também deve ser breve, não ultrapassando a meia página.
- Logótipo da empresa em diferentes formatos (.eps e .jpg são fundamentais).
- Duas a três fotografias de produto / serviço com qualidade de impressão.
- Fotografia do responsável ou responsáveis pelo projeto com qualidade de impressão.
- Screenshots do seu site ou aplicação (fundamental se se tratar de uma loja online ou de uma aplicação).
- Cópia ou listagem de artigos já publicados na imprensa.
- Contacto para mais informações, incluindo um número de telemóvel.

Como usar o dossier de imprensa?

O dossier de imprensa deve estar dispo-

nível para consulta no seu site (na área de imprensa ou de apresentação da empresa) e acompanhar sempre o envio de notas de imprensa de forma a fornecer informação de fundo sobre a empresa.

Se está a apresentar o seu projeto ou empresa ao mercado pela primeira vez ou a lançar novos produtos ou serviços, é uma boa aposta considerar o envio de um dossier de imprensa pensado especialmente para a ocasião e que poderá incluir, por exemplo, amostras das novas linhas de produtos, catálogos, brochuras.

Para este tipo de ações tenha sempre em atenção a qualidade e originalidade dos materiais de suporte que escolhe. Quanto mais original for o seu dossier de imprensa, maiores são as hipóteses de captar a atenção do seu público. Se o dossier for enviado por correio ou entregue em mão, não se esqueça de lhe juntar uma pen com todos os conteúdos em formato eletrónico ou indicar o endereço onde se encontram disponíveis online.

Lembre-se que os meios de comunicação social e blogues só poderão dedicar-lhe atenção se tiverem informação sobre si. Trabalhar a sério no seu dossier de imprensa é o primeiro passo para se tornar a melhor fonte de informação sobre o seu trabalho. ■

www.startandgo.pt

START&GO

