



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

c

Modul 3

Stimulace poptávky – nástroje pro rozvoj nových
agropodnikatelů ve vašem regionu

1 cvičné zadání a studijní případ jako řešení zadání



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Napište tiskovou zprávu pro vaše Centrum chuti

Začněte otázkami :

Kdo?

Co?

Proč?



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Kde?

Kdy?

Jak?



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Vše shrňte, zapamatujte si odstavce a rozdělte text na části.

Kvalitní článek zahrnuje:

Tisková zpráva by měla být informativní. Jejím úkolem je informovat publikum o události, službě, produktu, případně poskytnout doplňující informace k tématu. Články tohoto typu nám pomáhají budovat naši značku v médiích. Ale k tomu, aby takový článek chtěl zveřejnit kdokoli, musí být zpráva objektivní, stručná, konkrétní, jasná a především zajímavá.

Fakta by měly být uvedeny v poznámce. Dalšími důležitými prvky jsou:

- název,
- titulky, pokud se používají,
- vedoucí (první odstavec za nadpisem obsahuje nejdůležitější informace ve 2-3 větách),
- tělo (následující odstavce).

V případě portálu Tisková zpráva můžete uvést také kontaktní číslo nebo adresu osoby, která se konkrétní problematikou zabývá.

Nejdůležitější je zahájit text (a tedy i vedoucí) nejrelevantnějšími informacemi. Slouží k tomu pravidlo pěti otázek: kdo?, byl?, kde?, kdy?, proč? Následující odstavce uvádějí méně důležitá fakta, dodatečná fakta, rozvíjející hlavní otázky od vedoucího.

Zajímavý název je polovina úspěchu. Zde si můžete dovolit určitou volnost a pohrát si s jazykem. vytvořte nadpis-citát, nadpis-kaligram, nadpis-otázku, nadpis-vykřičník atp.

Pamatujte, že tisková zpráva není reklama. Novinářský text musí být objektivní, proto se vyvarujte:

- psaní v první osobě
- používání zabarvených slov jako „úžasné“

Pamatujte také, že krátké věty, odstavce a jednoduchá slovní zásoba upoutají pozornost spíše než složité syntaktické konstrukce.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Uvědomte si, že tisková zpráva by měla být zajímavá, měla by zaujmout čtenáře (a novináře). Proto byste měli psát tak, aby informace nebyly omezeny na vytváření nudných a strnulých vět.

Text by měl být správný z hlediska jazyka, pravopisu a interpunkce. Zveřejnit článek, jehož autor se neunavoval nahlédnout do slovníku, je projevem lajdáctví a lenosti.

Níže je uveden příklad tiskové zprávy, která se považuje za dobrý příklad ve veřejném mínění.

”

Gerber® se stal vítězem devátého ročníku vyhledávání fotografií

Baby Kairi pojmenovala 2019 Spokesbaby

ARLINGTON, Virginia, 26. února 2019 /PRNewswire/ – Lídr v oblasti výživy raného dětství Gerber, dnes oznámil rozkošný nový přírůstek do rodiny Gerber s vítězem svého devátého ročníku Photo Search. Baby Kairi z Hickory v Severní Karolíně zaujala porotu svým jemným výrazem a výrazem úžasu v očích. Kairi byla vybrána jako letošní Spokesbaby mezi rekordními 544 000 záznamy na Instagramu. Jako tvář Gerbera pro letošní rok se Kairi objeví na sociálních sítích Gerber a její rodina obdrží 50 000 dolarů.





Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

"Hned, jak jsme viděli její fotografii, zamilovali jsme se do Kairiných výrazných očí a andělské tváře, dívali jsme se do budoucnosti a těšili jsme se ze všeho, co obsahuje," řekl Bill Partyka, prezident a generální ředitel Gerber. „Věříme, že každé dítě je Gerber dítě, a letos jsme nadšeni, že jsme poznali Kairi jako novou tvář Gerber. Byl to neuvěřitelný rok, kdy jsme oslavili náš mluvčí 2018 Lucase Warrena a jeho rodinu a jsme nadšeni, že vidíme svět. se zamilujte do našeho nejnovějšího Spokesbaby."

Jelikož svět přijal příběh Lucase, Gerber ho pozval, aby sloužil jako čestný soudce v letošní porotě, aby ukončil jeho vládu jako Spokesbaby a pomohl přivítat Kairiho v rodině Gerberových.

"Když jsme se poprvé dozvěděli, že vyhrála Kairi, zůstali jsme beze slov a nemohli jsme tomu uvěřit. Jsme nesmírně nadšeni, že naše sladká Kairi je Gerber's Spokesbaby 2019," řekla Kairina máma Ying Vue. „Kairiina osobnost je větší než život a vždy si zachovává odvážný postoj."

Doufáme, že Kairina jedinečná, zábavná osobnost a živé výrazy obličeje vyzařují pozitivitu po celém světě, stejně jako to činí každý den u nás doma!"

Vyhledávání fotografií, které bylo spuštěno v roce 2010, bylo inspirováno nesčetnými fotografiemi pořízenými v průběhu let od rodičů, kteří vidí své ratolesti v ikonickém logu Gerber, na kterém je původní Gerber dítě Ann Turner Cook.

Vyhledávání fotografií každým rokem roste. Gerber vidí, jak svět přijal uvítanou každého Spokesbaby, a proto plánuje globálně spustit Photo Search před svým 10. výročím, aby pokračoval v oslavách dětí ze všech komunit.

Gerberův závazek udělat cokoli pro miminko, který zajišťuje, že všechna miminka začnou co nejlépe, pokračuje ve vzpomínce na miminka a batolata každého věku a původu.

Kairiny fotografie a další informace o Photo Search 2018 a Gerber naleznete na Gerber Facebookové stránce nebo Gerber webové stránce Spokesbaby.



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

O Gerberovi

Společnost Gerber byla založena v roce 1928 ve Fremontu ve státě Michigan. Společnost Gerber Products Company se připojila k rodině Nestlé 1. září 2007. Společnost Gerber Products Company je lídrem v oblasti výživy v raném dětství.

ZDROJ Gerber

související odkazy

<https://www.gerber.com>

<https://www.prnewswire.com/news-releases/gerber-names-winner-of-ninth-annual-photo-search-300800462.html>