

筹办宣传活动

宣传信息手册

目录

第一部分 — 与媒体打交道：您能提供什么？

- 了解您故事的价值

第二部分 — 识别有用的媒体

- 了解您的目标受众
- 使用哪个媒体？

第三部分 — 编写新闻稿

- 何时编写新闻稿
- 如何编写新闻稿
- 引子
- 样板用语
- 新闻稿支持材料

第四部分 — 联系记者

- 建立联系：报纸、杂志和博客
- 建立联系：电台
- 建立联系：邀请记者参加活动
- 时间安排

第五部分 — 社交媒体

- 为什么使用社交媒体？
- 使用什么社交媒体？
- 如何使用这些社交媒体平台？
- 您组织的声音

第六部分 — 评估您的报道

- 庆祝您的成功

第一部分 — 与媒体打交道：您能提供什么？

了解您故事的价值

记者总是对能够成为专题报道或新闻文章的新内容感兴趣。您的故事必须让人感觉兴趣盎然、引人入胜，并对其进行了透彻研究，这样它才能成为新闻。

以下是您可以通过媒体渠道发布的内容示例：

- 新的统计结果或数据
- 对各种近期事件的评论，例如卫生部长发表的声明或进行的变更
- 活动
- 全球新闻，例如出版物或统计结果
- 人们感兴趣的故事

第二部分 — 识别有用的媒体

了解您的目标受众

在选择要使用的媒体类型之前，务必要考虑一下您的目标受众，这一点至关重要。您希望针对的受众类型将影响您所选择的媒体类型。

例如，如果您的目标受众为政策制定者，您就可能希望联系专门的政治和医疗卫生媒体。而如果您的目标受众为患者和广大公众，那么报纸、杂志和电视/电台则是最佳选择。

确定目标受众之后，您需要编制一个可以取得联系的特定记者媒体清单，您会发现这样做大有用处。了解一下这些记者们通常报道哪些类型的新闻，以确定您与正确的联系人取得联系。

使用哪个媒体？

报纸和杂志

这些媒体提供两种类型的新闻报道：

- **新闻文章**报道那些在很短的时间内，便可为记者所捕捉到的时事新闻。这些文章一般通过全国或地区性日报、在线出版物或新闻布告栏等形式印刷发行。
- **专题文章**是指那些篇幅更长、探讨更深入的文章。专题报道通常需要提前六周进行准备，一般在月刊或周刊杂志或期刊上发表。

可以在线搜索本地、全国或地区性报纸。您可能希望缩小搜索范围，只搜索那些专注于健康专题，或那些包含您感兴趣内容的新闻报道。

电台和电视

电台和电视是向大众传播新闻报道的高效方法。通过这些媒体发布您的故事，即意味着：

- 在新闻布告栏张贴您的故事
- 在社区新闻中宣传您的活动
- 参加脱口秀或访谈节目

博客

博客正逐渐成为人们获取新闻的流行方式，在网上有成千上万的博客可供您选择。

- **查找博客：**您可以查找自己共事的知名组织（例如大学、研究中心等）是否提供博客。您也可以在线搜索健康博客。

- **研究博客：** 阅读之前在博客上发表的帖子，了解博客的主题方向。这将帮助您了解您的故事如何与其相关。

社交媒体

诸如 Facebook 或 Twitter 之类的社交媒体，是向广大受众发布和分享新闻的极佳工具。社交媒体通常可用来：

- 发布故事链接，以促使人们访问新闻网站，或鼓励他们分享故事
- 通过发起对话来使受众参与到您的故事中来
- 对故事发表评论，并邀请人们参与

有关您可使用社交媒体类型的详细信息，请参见**第五部分**。

第三部分 — 编写新闻稿

新闻稿应该精炼、有力并信息完整。根据您所报道故事的篇幅，一页纸应该足够。应包含知名合作伙伴和支持者的引语，才能让您的故事具有人情味。切记，新闻稿应包含：

- **简短标题**（几个词语即可）
- **副标题**（用一句话概括您的故事）
- 禁止发表的**时间和日期**（若您的新闻稿在您希望发表的日期之前发表）
- **引子**（参见下文）
- **样板用语**（参见下文）

引子

引子是指让故事变得引人入胜且密切相关的内容。在您的故事中加入引子，可提高其为记者所选用的机率。引子的示例：

- **时事问题**：将您的故事与有新闻价值的时事挂钩，例如政府声明、最近的突发事件和健康预算等。
- **数据**：发布令人震惊的统计结果，或用统计结果来支持您的故事。如果能提供新视角或关注点，您甚至可以使用以前的旧数据。
- **高调支持**：来自知名人物、运动员或明星的支持，有助于让您的故事广为人知。竭力找到对肝炎有很强个人联系的人，请他发表评论或提供照片，或邀请他们出席慈善足球赛等协调活动。
- **患者的故事**：案例研究可提供“真实生活”的鲜活视角，吸引人们关注您的故事。记者可能希望亲自采访相关人员，您也可以进行采访并对其故事进行报道。
- **图片**：添加图片能让您的故事更具吸引力，同时还能让记者更好地确定自己是否愿意撰写这个新闻报道。

查找数据

关于病毒性肝炎预防和控制的国家/地区报告：

<http://www.worldhepatitisalliance.org/en/global-policy-reports.html>

按国家/地区整理的病毒性肝炎死亡率：

<http://tellmaps.com/?subject=-1137244687>

样板用语

在新闻稿的末尾，撰写一段标准的样板用语是个很好的做法，用来介绍您的组织、联系方式、网站链接和其他参考信息。样板用语只是一小段文字，可帮助记者更好地了解您的可信度，如果他们愿意，样板用语可对您的故事加以扩展。

新闻稿支持材料

在递交新闻稿之后，您可能希望为记者提供更多资料，例如情况说明书、海报、图片或徽标等。

新闻稿支持材料信息

我们拥有许多您可用来创建新闻支持材料的有用事实和统计资料。请访问我们的网站，查找[事实速览](#)、[信息图表](#)以及来自[全球政策报告](#)中的统计数据

第四部分 — 联系记者

建立联系：报纸、杂志和博客

记者都赞赏专业素养，因此遵循以下几个简单步骤，可以有助于发展与记者的良好关系

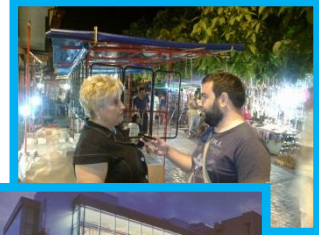
- **使用您的网络：**向您的合作伙伴寻求帮助，请他们帮忙介绍资深记者。制药界、政界或明星联系人可能都与记者建立了良好关系。该联盟还拥有全球记者数据库，如果不知道与谁联系，可向我们寻求帮助。
- **查看您的联系人：**找出到底应该给谁打电话。医药界或政界的作者/编辑，通常是开始联系时的最佳人选。如果您与电台联系，请核查负责报界问询的人员姓名。
- **他们希望如何与其取得联系？**找出他们最喜欢的联系方式（可能直接打电话更容易），这不仅有助于他们对您留下较深印象，还促进了双方关系的建立。
- **简明扼要：**用一段简短摘要，让他们了解您故事的大体内容，用“引子”引出故事，并询问他们是否感兴趣。如果您拥有某位明星的支持或案例研究，请告知他们。
- **电子邮件跟进：**用电子邮件跟进确认，其中包含新闻稿、新闻稿支持材料和详细联系方式。
- **随时响应：**如果记者决定对您的故事进行报道，让他们随时能联络到您非常重要。他们的交稿日期非常紧，因此可能需要您帮忙安排采访和获取进一步的信息。如果您有手机，请把手机号码告诉他们。
- **监控发表情况：**请记者把其写的新闻报道发一份副本给您。不过，记者常常忘记这件事，因此您需要密切关注新闻发表的进展情况。

建立联系：电台和电视

如上所述，确定您应该取得联系的电台/电视台，预先了解他们希望如何与其联系，以及联系多长时间。如果您在新闻布告栏中找到信息，请将您的新闻稿发给报纸记者。不过，如果您希望进行采访或讨论，就需要说服他们相信，您的故事是有意义且有趣的。您可能需要向他们提供：

- **数据**及其为何重要的原因（参见**第三部分**）

- **为什么选择现在联系他们：**是否有什么特别事件，让您的故事现在值得一提？
- **发言人：**让他们知道，谁可能会发表演讲。可以考虑邀请当地医生从临床角度发表演讲，并争取请到名人，以增加这一话题的热度。
- **关于热线电话、筛查/疫苗接种设施等方面的信息：**这将有助于听众了解，当他们听完广播之后，到哪里去寻求帮助。
- **采访问题：**主动提供当地流行性数据或有关当地活动的各种信息，以帮助记者完成采访问题。



建立联系：邀请记者参加活动

邀请媒体参加您的活动是一种好方法，可以扩大组织知名度，让大众了解您在做什么。可以在线搜索那些报道当地活动的出版物，或搜索那些曾写过类似报道的记者。在联系时提供以下信息：

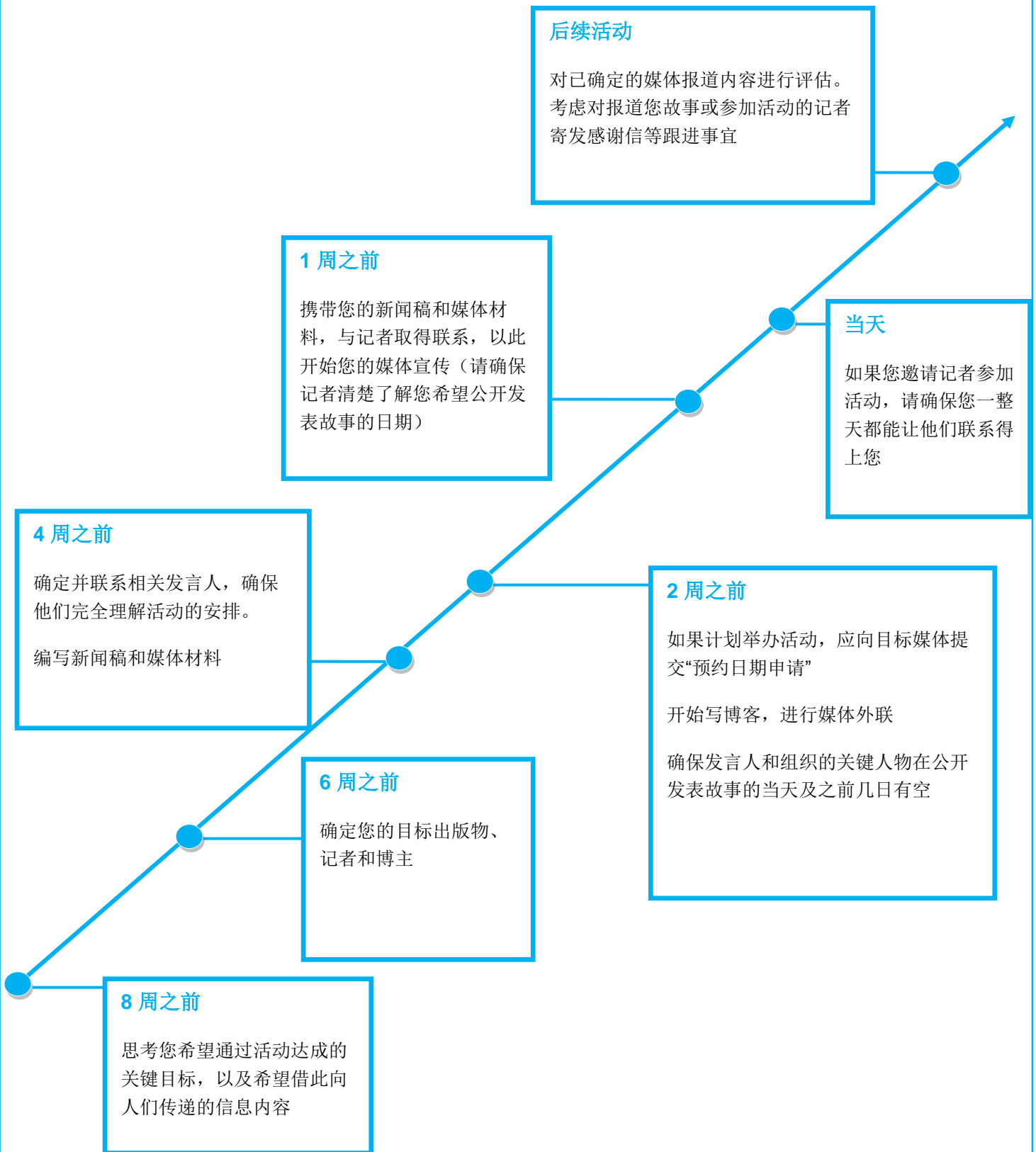
- **活动举办的时间和地点。**
- **活动的组织者：**记得加入组织的各种信息，包括详细联系方式、组织使命宣言等。
- **本活动具有特殊意义的原因：**可以是第一次举办本活动，也可以是您取得了令人瞩目的成果。
- **哪位发言人：**谁可以来发表演讲？是否有名人或知名人士可以与记者谈话？



建立个人关系

请尽量与关键记者建立个人关系，不要每年只打一次电话。阅读他们之前的文章，了解他们的兴趣，与他们定期通电话，只要有可能，尽量与他们中最重要的人物会面。

时间安排



第五部分 — 社交媒体

为什么使用社交媒体？

为您的组织开设社交媒体，以使覆盖人数得到大幅增加。发布图片，让与您共事的新人参与进来，是让别人获取活动新闻、了解您在做什么的绝妙方法。在轻松联络、建立交际圈以及成为针对病毒性肝炎方面热门话题的有影响力声音方面，社交媒体也是不错的选择。

如果您的组织没有 Facebook 或 Twitter 页面，请参考下面的说明，轻松快捷地进行创建。

使用什么社交媒体？

每种社交网络都有其独特性，因此选择与您目标相搭配的社交媒体是非常重要的。

- **Facebook:** 全球有 12.3 亿人使用 Facebook。许多人只用它与朋友聊天，但它也是让人们参与您组织活动并了解您在做什么的一种强大工具。
- **Twitter:** Twitter 也同样流行全世界，有超过 1 亿用户。Twitter 不太关注获取支持，更主要是用于信息分享和评论。有了 twitter 帐号，您不仅能对世界各地的重大事件发表评论，还可以让您组织的名字为人所知，让人们了解。
- **照片分享网站:** Flickr、Instagram 和 Pinterest 全都是照片分享网站。如果您的组织举办大量活动，经常拍摄照片，那么这些网站对您来说是不错的媒体。

还有几千种其他社交媒体网站可供使用，每种都各有其优点。考虑一下您和您的交际圈使用哪种网站，并考察其他组织使用什么社交媒体，有助于决定使用哪种媒体可以覆盖最多的人群。

如何使用这些社交媒体平台？

以下简介最流行的两种社交网络：

Facebook

设置：

- 为您的组织，而不是个人，设置一个网页。这将有助于监控您获得多少人的“喜欢”，并将您的组织与其员工区别开来。
- 为此，您首先需要登录 www.facebook.com，然后转到：
<http://www.facebook.com/pages/create.php>
- 您可以将管理员添加到您的页面，以便允许一人以上有权更新页面。
- 可以用过去的图片和活动来填充页面，让人们了解您通常做些什么事
- 使用您组织的徽标作为属性图片，有助于人们了解您的品牌

参与选项:

- 关注 Facebook 页面，了解人们对与您相关主题的所思所言
- 如有需要，参与对话并向现有群组提供信息
- 使用 Facebook 链接到您的网站和您所创建的其他在线内容
- 使用 Facebook 存放您想分享的任何视频或可视化内容

如何维护您的页面:

- 使用照片、链接、视频、可视化内容和信息，每周至少更新三次您的页面
- 对其他人的消息和帖子发表评论，以表明您参与到这个社区中
- 确保鼓励参与和讨论，例如提出开放式问题，或邀请别人出谋划策

有除 Facebook 之外的其他选择吗?

有；尽管 Facebook 有着巨大的全球使用率，但它不是唯一的社交网络，根据您所在的国家和地区，可以考虑使用其他社交网络。

VK（原名为 VKontakte）：这是欧洲的一种社交网络，它在讲俄语的国家/地区和以色列很流行，有超过 1.33 亿注册用户

QZone（QQ 空间）：这是中国最流行的社交网络站点，每月有超过 6 亿活跃用户。用户可以定制自己的博客，写日记，发照片和听音乐

Renren（人人网）：这是 Facebook 平台的中国克隆网络。这个平台的外观和使用感受与 Facebook 非常神似，每月有超过 4500 万活跃用户，总共 1.62 亿注册用户

Twitter:

设置:

- 访问 twitter 网站 www.twitter.com，为组织开设 twitter 帐号。
- 尽量在一切可能的位置使用您组织的徽标，让人们将其与您的品牌联系起来。
- 设置背景需要一点技巧。如果您遇到问题，可使用诸如 <http://social.com/twitter-background/> 之类的网站来帮助解决。

参与选项:

- 使用 twitter 关注您感兴趣主题的对话。
- 关注其他卫生保健组织、意见领袖或患者代言人
- 创建相关资料，用来在患者群体中引导兴趣关注点
- 提升您的网站访问流量，或通过发 tweet 分享博客内容
- 发布事件或活动
- 与关注您的受众保持联系，并与社区成员建立联系

如何发 Tweet:

- 对人们作出响应—Twitter 完全就是关于对话的工具，因此请提出问题，并答复他人
- 保持兴趣—确保您所说的内容为对话增添了价值，也是值得思考和分享的内容

有除 Twitter 之外的其他选择吗？

真正能与 Twitter 分庭抗礼的社交网络位于中国，它们是腾讯微博和新浪微博

您组织的声音

您的社交媒体将很快成为您组织的门面，因此请谨慎思考要树立什么样的形象。在发帖时需要考虑：

- 您想展示友好形象，还是正式形象？
- 您希望人们的关注是为了解您组织的相关信息，还是为寻找病毒性肝炎的新闻，或两者皆有？
- 建立您的交际礼仪和责任感，并确保所有团队成员对此均了然于心
- 您想更具鼓励性和人性化，还是更客观？
- 请记住，您在社交媒体上发表的任何内容，都会被潜在投资者和合作伙伴看到！
- 因此请谨慎发帖，发表的内容不能引起误解

社交媒体小技巧

尽量定期发帖，保持人们对您工作内容的兴趣。使用尽可能多的图片和照片。提供您的网站页面链接，并鼓励人们对您的工作进行更多了解，从而使用社交媒体来提高您的网站访问流量。

第六部分 — 评估您的报道

庆祝您的成功

如果您在媒体外联事务上取得成功，请确保不要浪费这些成果。特别是社交媒体，良好的外联会增加您与政府的对话权，以及对投资者的吸引力。因此请遵循以下三个简单的跟进技巧：

1. 核查您的媒体报道内容，并记录所撰写过的故事
2. 跟踪记录那些曾报道过您故事的记者，以便为未来的活动以及媒体外联奠定基础
3. 考虑在社交媒体平台上分享您所实现的报道内容，让您的故事走得更远