**Czym jest informacja prasowa i dlaczego nie jest artykułem sponsorowanym? ?**

**Czym jest informacja prasowa i dlaczego nie jest artykułem sponsorowanym? ?**

**Informacja prasowa, komunikat prasowy lub materiał ekspercki – to najprościej mówiąc forma oficjalnego kontaktu z dziennikarzami. Wysyłanie tego typu treści przez agencje PR ma na celu przekazanie informacji na tematy związane z daną firmą, komunikowanie o ciekawych nowościach lub wydarzeniach.**

**Materiały wysyłane dziennikarzom, mogą być przez nich wykorzystane w całości (na zasadzie kopiuj, wklej), mogą stanowić jedynie inspirację do stworzenia własnego artykułu, wywiadu czy audycji, ale też równie dobrze mogą trafić do kosza. Mimo wszystko w dobrym stylu jest rozesłanie dziennikarzom takiego komunikatu, który mógłby być opublikowany w całości, bez konieczności wprowadzania zmian.**

**Dziennikarz, który wykorzystuje materiał prasowy ma prawo podpisać się pod nim własnym nazwiskiem, może też napisać, że został on przez niego opracowany, ale jeżeli naczelni tego nie praktykują można podpisać materiał promocyjny.**

**Nie wszyscy specjaliści od marketingu - i nie tylko - rozróżniają komunikaty prasowe od artykułów sponsorowanych. Różnica jest banalnie prosta. Publikacja informacji prasowej jest całkowicie bezpłatna i uzależniona od tego czy wystarczająco ciekawa i odpowiednio napisana. Natomiast artykuł sponsorowany jest formą pisanej reklamy, za którą klient musi zapłacić.**

Czym jest informacja prasowa i dlaczego nie jest artykułem sponsorowanym? ?

Informacja prasowa, komunikat prasowy lub materiał ekspercki – to najprościej mówiąc forma oficjalnego kontaktu z dziennikarzami. Wysyłanie tego typu treści przez agencje PR ma na celu przekazanie informacji na tematy związane z daną firmą, komunikowanie o ciekawych nowościach lub wydarzeniach.

Materiały wysyłane dziennikarzom, mogą być przez nich wykorzystane w całości (na zasadzie kopiuj, wklej), mogą stanowić jedynie inspirację do stworzenia własnego artykułu, wywiadu czy audycji, ale też równie dobrze mogą trafić do kosza. Mimo wszystko w dobrym stylu jest rozesłanie dziennikarzom takiego komunikatu, który mógłby być opublikowany w całości, bez konieczności wprowadzania zmian.

Dziennikarz, który wykorzystuje materiał prasowy ma prawo podpisać się pod nim własnym nazwiskiem, może też napisać, że został on przez niego opracowany, ale jeżeli naczelni tego nie praktykują można podpisać materiał promocyjny.

Nie wszyscy specjaliści od marketingu - i nie tylko - rozróżniają komunikaty prasowe od artykułów sponsorowanych. Różnica jest banalnie prosta. Publikacja informacji prasowej jest całkowicie bezpłatna i uzależniona od tego czy wystarczająco ciekawa i odpowiednio napisana. Natomiast artykuł sponsorowany jest formą pisanej reklamy, za którą klient musi zapłacić.