**Wysyłanie informacji prasowych w Internecie**

**Redaktor, który odpowiada za jej dystrybucję informacji prasowej ma cel, by dotrzeć do jak największej liczby osób i wzbudzić zainteresowanie opisywanym tematem czy produktem. W tym artykule podpowiadamy początkującym dziennikarzom gdzie i jak wysyłać informacje prasowe w Internecie, aby zwiększyć szansę na jej publikację.**

Każdy redaktor powinien mieć sporządzoną listę portali, które publikują materiały prasowe. Można je podzielić na dwie główne grupy: płatne i darmowe. Warto wykorzystywać zwłaszcza możliwości bezpłatnego zamieszczania publikacji. Oczywiście, często musimy liczyć się z różnymi ograniczeniami: publikacje przysługują w określonym terminie (np. raz na 1 miesiąc), brak możliwości dodania linku, grafiki. Przed wysłaniem materiału prasowego do konkretnej redakcji, powinniśmy przestudiować obowiązujący regulamin, dzięki czemu oszczędzimy czasu nie tylko sobie, ale pracownikowi przyjmującemu materiał. W regulaminie znajdziemy informacje na temat objętości artykułu, liczby dostępnych linków, zdjęć, w jakim formacie przesłać plik z tekstem czy grafikę.

Warto pamiętać o tym, żeby materiału odnoszącego się do konkretnego wydarzenia nie wysyłać na ostatnią chwilę. Jeśli w piątek o godzinie 15 redakcja otrzymuje materiał o imprezie, która zaplanowana została na najbliższy weekend to szanse na jego opublikowanie maleją praktycznie do zera. Innym błędem jest wysyłanie tekstów pod niewłaściwy adres. Przez to pani Maria, która redaguje dział „moda” czy „kobieta" musi odrzucać artykuły o sporcie czy budownictwie, a pan Dawid, który opiekuje się działem motoryzacyjnym otrzymuje tekst o najnowszych sukienkach na lato. To jeden z głównych powodów dla którego przesyłane materiały lądują w koszu.

Wśród portali,które oferują publikacje darmowe można wymienić między innymi [www.prasa24h.pl](http://www.prasa24h.pl/), [www.turystyka24h.pl](http://www.turystyka24h.pl/) czy [www.budowlane24h.pl](http://www.budowlane24h.pl/)

.

W większości portali internetowych znajdziemy ofertę publikacji artykułu sponsorowanego. Płatne teksty znacznie szybciej zostaną zrealizowane przez redakcję, najczęściej nie mają ograniczeń, a dodatkowo będą promowane w coraz silniejszych serwisach społecznościowych, takich jak Facebook czy Google Plus.

Warto pamiętać o tym, że jeśli płacimy za publikację, warto umiejętnie dobrać portal, w którym znajdziemy czytelników zainteresowanych konkretną tematyką. Jako przykład można podać tutaj portal www.turystyka24h.pl, który umożliwia promocję produktów turystycznych, wycieczek, biur podróży czy ekliniki.pl – medycyna, zdrowie, uroda. Podobne przykłady można mnożyć: www.szkolenia24h.pl (kariera, edukacja, biznes), czy www.budowlane24h.pl (budownictwo, nieruchomości, mieszkanie). W znalezieniu konkretnych portali może pomóc serwis pośredniczący w publikacjach, jak choćby www.whitepress.pl. Wystarczy się zarejestrować, by uzyskać dostęp do listy interesujących serwisów z uwzględnieniem własnych kryteriów – tematyki, ceny, czy liczby odsłon. Jeśli naszym celem jest głównie pozyskanie aktywnego linku, wtedy trzeba zwracać uwagę na takie parametry witryny jak Page Rank, Page Authority, Domain Authority, Trust Flow.

Co do samego artykułu, to powinien on być oczywiście napisany poprawnie, posiadać zdjęcia. Co ważne, dobrze by był unikatowy, gdyż Google traktuje zduplikowane teksty jako mało wartościowe.

Po przesłaniu artykułu do konkretnego portalu zostaje już tylko czekać na jego zamieszczenie, a po ewentualnej publikacji wypada podziękować, (najlepiej w e-mailu) i w ten sposób zrobić pierwszy krok do budowania pozytywnych relacji z danym redaktorem.