

Jak psát tiskové zprávy, aby je média vzala? Buď to svěřte nám, nebo nastudujte u odborníků.

Doporučujeme [Feedit.cz](https://feedit.cz)

Ukázka z jejich manuálu:

NEJČASTĚJŠÍ NEŠVARY

- Nečísľujte stránky, tisková zpráva žádné stránky nemá.
- Tisková zpráva v PDF patří automaticky do koše a odesílatel na černou listinu.
- Tady navíc platí, že Tiskové zprávy vždy posílejte v příloze či přímo v těle e-mailu. Ke stažení někde z webu? To není dobrý nápad ...
- Do tiskových zpráv nepatří superlativy „největší“, „jedinečný“, „unikátní“ vytváří punc nedůvěryhodnosti. A zkuste šetřit i vykřičníky!!!!
- COKOLIV PSANÉHO VELKÝMI PÍSMENY - Ne, ani nadpisy se nepíší VELKÝMI PÍSMENY, ani názvy firem, pokud nejsou zkratkou – IBM.
- Odřádkování uprostřed odstavců rozhodně nevydávejte za snahu o typografii. Prostě před „a“, „i“, „o“ a dalšími podobnými se ENTER netiskne, o tohle se přece stará samotný textový editor.
- Titulky rozdělené na více řádků zjevně také nikdy nezmizí. Souvisí s tím ale hlavně jedno důležité pravidlo: titulek tiskové zprávy není odstavec, měl by být co nejkratší a zaujmout prvními slovy.
- Odkaz na tiskovou zprávu na webu firmy by měl vždy být součástí posílané tiskové zprávy. Jsme přeci jenom v době internetové.
- Odkaz na tiskovou zprávu dlouhý desítky až stovky znaků je velmi zvláštní zlozvyk. Což se naučit používat zkracovače? A vůbec nejlépe, používat takový CMS, který nevytváří odkazy s desítkou parametrů.

Praktické rady – [Feedit.cz](https://feedit.cz)