**Cabecera de la nota de prensa**

Este apartado es fundamental.

Es el primer contacto que el periodista tendrá con tu historia.

Por ende, necesitas impactarle para que quiera seguir leyendo tu nota de prensa entre las decenas que le llegan cada día.

Por eso es importante que contenga:

* Logo de tu empresa/negocio.
* Una imagen atractiva de ti (o de la persona que es protagonista de la nota de prensa).

Si consigues deslumbrarle en este primer impacto y continúa leyendo habrás superado el primer filtro.

**Titular**

Si la cabecera de la nota de prensa ha conseguido que detenga la vista en tu texto, ahora tienes que acabar de ponerle los dientes largos con el titular.

Su tamaño máximo debe de ser de dos líneas y en ellas has de ser capaz de sintetizar el valor principal de la historia que estás a punto de contar.

Para ello debes tener en cuenta dos matices.

Por un lado, la historia ha de ser lo suficientemente curiosa como para que los lectores del medio quieran pinchar en ella para conocerla.

Además, necesitas que de alguna manera el periodista también tenga interés en ella.

**Entradilla**

Seguro que la última vez que fuiste al cine miraste algunos trailers para decidir qué película veías, ¿verdad?

Pues justo ese es el papel de la entradilla. Es tu boiler plate.

Es un pequeño resumen de los puntos más importantes de la noticia que despierten el interés en leer el cuerpo.

Por ende, va más allá de sintetizar. Hay que redactar de una manera en la que se invite a continuar leyendo porque en su interior encontrarán mucha más información que les interesará.

Su tamaño máximo debe ser de 4 líneas.

**Cuerpo**

Jamás te publicarán una nota de prensa que abarque más de dos páginas de un documento de texto.

Recuerda que las personas cada vez tienen menos ganas de leer y por ello tu capacidad de sintetizar es fundamental.

Te recomiendo que cada nota de prensa que escribas lo hagas sobre un tema muy concreto y que evites cualquier elemento que sea prescindible para explicarlo.

A la hora de plantear los hechos, redáctalos de forma temporal. Cada párrafo debe contener una idea concreta.

**Boiler Plate**

Si esta es tu primera nota de prensa, estoy seguro de que este apartado te sorprenderá.

Las notas de prensa siempre tienen un pequeño espacio reservado para ofrecer información relevante del protagonista de la noticia.

Redacta unas cuantas líneas en las que expliques la información más relevante sobre la marca, la empresa o el emprendedor.

Recuerda que toda la nota de prensa debe entrar en 2 páginas como máximo. Todo el espacio que dediques a este apartado se lo estarás restando a la noticia en sí.

**Información de contacto**

¿Te imaginas que al periodista le enamorara tu historia y que quisiera saber más y no supiera dónde buscar?

En toda nota de prensa has de incluir la información de contacto para que el interesado pueda formularte todas las preguntas que le genere tu nota de prensa.

Te advierto de que la mayoría tan solo publicará la nota de prensa tal y como está. Sin embargo, en este mundo quedan periodistas de verdad que querrán ir más allá. ¡Tras el rastro de la noticia!

Incluye toda la información que sea de interés para ponerse en contacto:

* Nombre.
* Cargo.
* Número de teléfono.
* Dirección de email.

Espero que consigas muchos contactos a través de esta información.