

Antetítulo:

Utilízalo para aportar algo de contexto al titular y no incluyas punto al final.

Titular:

Utiliza la idea más vendible, pero procura que aparezca el nombre de la empresa. Tampoco incluyas punto al final.

Cuerpo del texto:

Empieza indicando el nombre de la empresa, el lugar y la fecha, utilizando una fuente en cursiva.

Redacta la información siguiendo la pirámide invertida: el objeto de la noticia, lo más novedoso e importante, va el principio. Continúa ordenando la información de más importante a menos, para que resulte más fácil de resumir.

Utiliza un párrafo diferente para cada una de las ideas principales. Añade los precios o el resumen de las características del producto o servicio, si corresponde.

Fotografías:

Puedes insertarlas en la nota de prensa, pero incluye también un link para descargarlas en alta resolución.

Pies de foto:

Identifica a las personas que salen en las fotografías o escribe los nombres de los productos que se muestren, poniendo el número de referencia del producto si es necesario.



Botones de redes sociales:

Inserta hipervínculos a los perfiles

Datos de la empresa:

nombre, teléfono de contacto para prensa, dirección web, dirección física