

"Напишите о нашей компании", или как правильно общаться со СМИ

- Анастасия Джмухадзе
 - Знать СМИ, редактора и журналиста
 - Быть оригинальным или стать экспертом
 - Научиться давать комментарии
 - Рассказать журналисту о себе
 - Забыть стереотипные заблуждения

Знать СМИ

Знание ЦА издания – это отраслевой междусобойчик.

Деловые издания – для всех, кому интересны бизнес и деловая жизнь.

Узнайте имя редактора и журналиста, его почту и телефон.

Мониторьте СМИ. Вы их не читаете – они о вас не пишут.

Следите за тем, что пишут по вашей отрасли.

Быть оригинальным

Делайте интересный продукт, сервис, бизнес-модель, управленческую схему.

Если вы “заправляете картриджи”, найдите про всех заправщиков картриджей. Станьте экспертом.

Рассказывайте не о “позитивных изменениях бизнес-климата отрасли”. Не повторяйте то, что сказали комментаторы до вас.

Правильные комментарии

5 “не”

- Бизнес
- Отрасль
- Партнеры и конкуренты
- Управление (общие вопросы)

Не говорите на пиар-языке, говорите по-русски (“Мы активно работаем над повышением эффективности ключевых процессов в рамках проекта по увеличению клиентоориентированности”).

Не давайте приблизительных данных. Владейте фактурой. Не знаете – уточняйте. Приблизительные данные – незнание или вранье.

Не бойтесь. Говорить о себе, конкурентах и партнерах, давать их телефон. No comments – хуже всего.

Не говорите “не для печати”. Станете серым кардиналом или раздражите журналиста “куском мяса”.

Не пишите самостоятельно и не давайте этого делать пиарщикам. Все понимают в воспитании детей, политике и журналистике.

Самопрезентация

Расскажите о себе на сайте.

Не заставляйте проводить расследование, чтобы узнать ваше имя, адрес или телефон.

Научите секретаря отличать СМИ от торговых агентов.

Пишите журналисту о себе и своих новостях. (Фактура, чем это грозит или на что влияет, прогноз, кто и когда может рассказать).

Применяйте принцип “Охуеть!” Говорите о том, что клево, и не говорите, когда не о чем. Новость или информповод – это “Охуеть!”

Заблуждения

Журналисту можно позвонить и сказать: напишите о нашей компании.

Журналисту надо предложить денег. Или попросить у него денег.

Журналиста надо позвать на пьянку (пресс-конференцию с банкетом, фуршет, корпоратив).

Журналист обязательно должен написать, если вы ему что-то прислали или рассказали.

Журналист внесет вас в “базу контактов”, “передает коллегам”, “поставит в тематический план”.

Анастасия Джмухадзе

Журналист,
редактор,
автор частных проектов.

- Slon.ru, “Управление компанией”,
“Секрет фирмы”
- +7 919 7620338
- anastasia.jmukhadze@gmail.com

