



SMART CAPITAL

activepay

eMARKET

Реальные услуги рядом с вами

Как накормить акул пера

...и остаться невредимым?

О чем я буду говорить?

- Не игнорируй это
- Времена НЭПа
- Алиса в закулисье
- О самых доступных занудах в мире
- Рутинка или событие?
- Три стратегии подготовки текстов
- Героизм – это выгодно
- SOS: локальный кризис–менеджмент

Нас тормозят стереотипы

СМИ на PR: сквозь призму
принципов

Почему *PR-officers* должны
соглашаться?

Вся входящая информация
летит в корзину

Если она не НЭП

Переделывать?

Некому и незачем

Пример из практики:

«Для развития простор огромный...
Тема сама по себе объемная и
тяжелая...

Мы очень долго думали про всякие
нюансы, и когда картина
вырисовалась в логичную схему, мы
ринулись в производство».

Он УЖЕ должен быть НЭП

Infox: «Большие деньги могут убить перспективный стартап»

САН/Internet.ru: В рунете появился первый соцсервис для инопланетян»

Ведомости: «Где я?»

Глобальный контекст

Деньги: «Помешательство в игровом масштабе»

Деловой Петербург: «Люди любят быть хорошими»

НТВ: «Сотовая навигация в помощь человеку»

Готовьтесь тщательно

- Что это за продукт?
- Какие проблемы человека (и человечества) решает?
- Чем отличается?
- К чему призывает?
- Шит «красной нитью»?
- СМИ: слово в слово!

Меняйтесь быстро

Ищите альтернативы- интересные темы имеют привычку «переползать» в более крупные источники.

Создавайте «ниши» и «стреляйте» из них.

Будьте доступной девушкой...

И «сводней» – одновременно!

Прославьтесь как «зануда», но не спамьте.

Лучше предлагайте легко тиражируемый «концентрат» о Вашей компании и ее продуктах.

Рутина или событие?

- Поменяйте почетное звание «вечно занятого» на статус «ловца на живца»
- Отводите час–полтора в день на то, чтобы спланировать PR
- Создавайте свои события из намека на спрос или встраивайтесь в чужие

Что такое хороший текст?

- Заголовок
- Подзаголовок
- Первые три предложения
- *Wall Street Journal*: «Не говорите мне ничего о решениях, они уже превратились в проблему».

Ты меня уважаешь?

- Чем именно хороша работа журналиста?
- Анализируйте материалы важных для Вас авторов
- Выясните, кто лучший в Вашей тематике, следите за его успехами
- Ваша любезность будет выделяться!

Героизм – это выгодно

СМИ всегда ищут «героев» – так дайте им их

Вам герои обеспечат отличное паблисити!

Начните с «Историй успеха»,
закончите благотворительностью.

SOS: локальный кризис–менеджмент

Иногда СМИ атакуют.

Жертвы атаки – крупные компании.

Повод – обман или ошибка, которую хотят замолчать.

Не подражайте *Brigestone* или *Toyota*

Резюме

- Делайте жизнь журналиста проще
- Будьте доступны и полезны
- Тестируйте исходящую информацию на НЭП
- Изобретайте поводы / вписывайтесь в них
- Следите за успехами нужных Вам журналистов
- Не теряйте инициативы в стрессе или кризисе
- Не награждайте себя «орденами занятости»
- Делитесь знаниями и они к Вам вернуться!

Остались вопросы?

- 8-916-429-666-9

- Skype: St.arbuck

- Оксана Мифтахетдинова

Стартапы фонда *Smart Capital*

Процессинговый сервис:

activepay

Биржа услуг в Интернет:

eMARKET
Реальные услуги рядом с вами

Интернет-студия:

PrimeWeb 
интернет-студия