

# Стартапы и СМИ

# КТО МЫ

**Яна Трошина**

Контент-редактор ДП

ВКонтакте

Агентство NextMedia



**Анатолий Ларин**

Интернет-маркетинг

PR Hero

# План

1. Что такое PR и зачем?
2. Пресса
  1. Что такое информационный повод и как им стать?
  2. Шесть типичных ошибок, которые совершают *стартаперы* при общении с прессой;
3. Цифры
  1. Habrahabr
  2. Онлайн новостные площадки
4. Соц. медиа

**PR — public relations**  
**или связи с общественностью**

PR — public relations  
или связи с общественностью

**Отношения с прессой**

**Социальные сети**

**Пресса**

# Информационный повод — это

вы:

1. Что такое информационный повод и как им стать?
2. Определение списка профильных СМИ, пишущих про то, что читают люди, которые вам нужны;
3. Следить за СМИ, искать авторов. Не в воздух обращаться.

# Как писать письмо



1. Определиться с адресатом;
2. Начать с доброго слова;
3. Проявить осведомленность, предложить продолжение материала;
4. Рассказать о пользе, которую вы можете принести самому изданию;
5. Объем письма не должен превышать тысячи знаков.



# Вам никто не ответил?

Нет, вы **не**  
«неудачники», а  
журналист **не**  
«подлец».

1. Возможно письмо затерялось в почте (из-за большого объема) или вы просто поленились, отправив одно письмо сразу в несколько изданий;
2. Отправить еще раз;
3. Позвонить или выследить (совместные мероприятия).

# Получилось - журналист прислал вам вопросы

1. На все ли вопросы вы готовы ответить? Не стоит лить воду про коммерческую тайну :-)
2. Попросите журналиста прислать текст на согласование. Если отказался - сошлитесь на закон о СМИ. Вежливо, без угроз.

# Текст вышел



1. Поблагодарить за эффективную работу;

2. Можно написать письмо на адрес главного редактора (сам журналист об этом не знает).

# Ошибки



1. А сколько у вас **стоит** публикация?
2. **Обманывать** журналиста - плохо. Проверить иногда не может, но кто-нибудь точно расскажет.
3. Не указывать в одной адресной строке десятков получателей. **Эксклюзив** нужен. (bcc?)

# Ошибки



4. Не писать с ошибками имя и фамилию журналиста, лучше уточните их заранее;

5. Не считать, что после выхода публикации работа окончена - участвовать в обсуждениях на сайте;

6. Не писать в личном блоге гадости, думая, что никто не увидит.

**Хабр и онлайн-СМИ**

# Habrahabr.ru

IT тематика,  
технические  
подробности  
4 000 — 20 000  
просмотров

~2 000 переходов



# Санкт-Петербург

ДП NEXТ (Ирина Кружилина)

ДП ВКонтакте (Маша

<sup>300-2 000</sup>  
Егорова)  
*просмотров*

Россия 2.0

Пятый канал

СТО



# Интернет

UNOVA (форма)

Роем.ru (подсказать новость)

Стартап Афиша (Маруся

Подлеснова)

ArcticStartup.com (Анна Бесонова)

WebCrunch.ru (колонка)

BizTimes

Startup Point

# Социальные медиа

# Контакты

**Яна Трошина**

[yana.troshina@gmail.com](mailto:yana.troshina@gmail.com)

[vkontakte.ru/yana.troshina](https://vkontakte.ru/yana.troshina)



**Анатолий Ларин**

[me@alarin.ru](mailto:me@alarin.ru)

<http://pr-hero.ru>