

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

300-2 000
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

vkontakte.ru/yana.troshina



Анатолий Ларин

me@alarin.ru

<http://pr-hero.ru>