



# МЕДИАПОДДЕРЖКА

ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
ОРГАНИЗАЦИИ

# ЕСЛИ НЕТ ОСВЕЩЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЯ – НЕТ МЕРОПРИЯТИЯ

- ♦ Рунет – 82 000 000 россиян. Это 67% населения страны;
- ♦ Дневная аудитория Первого канала и сайта «ВКонтакте» в 2016 году стала сопоставимой;
- ♦ «ВКонтакте» - 70 миллионов посетителей ежедневно во всем мире. Из них 48 миллионов – россияне;

Вывод: присутствовать в Сети и грамотно организовывать медиаподдержку крайне ВАЖНО

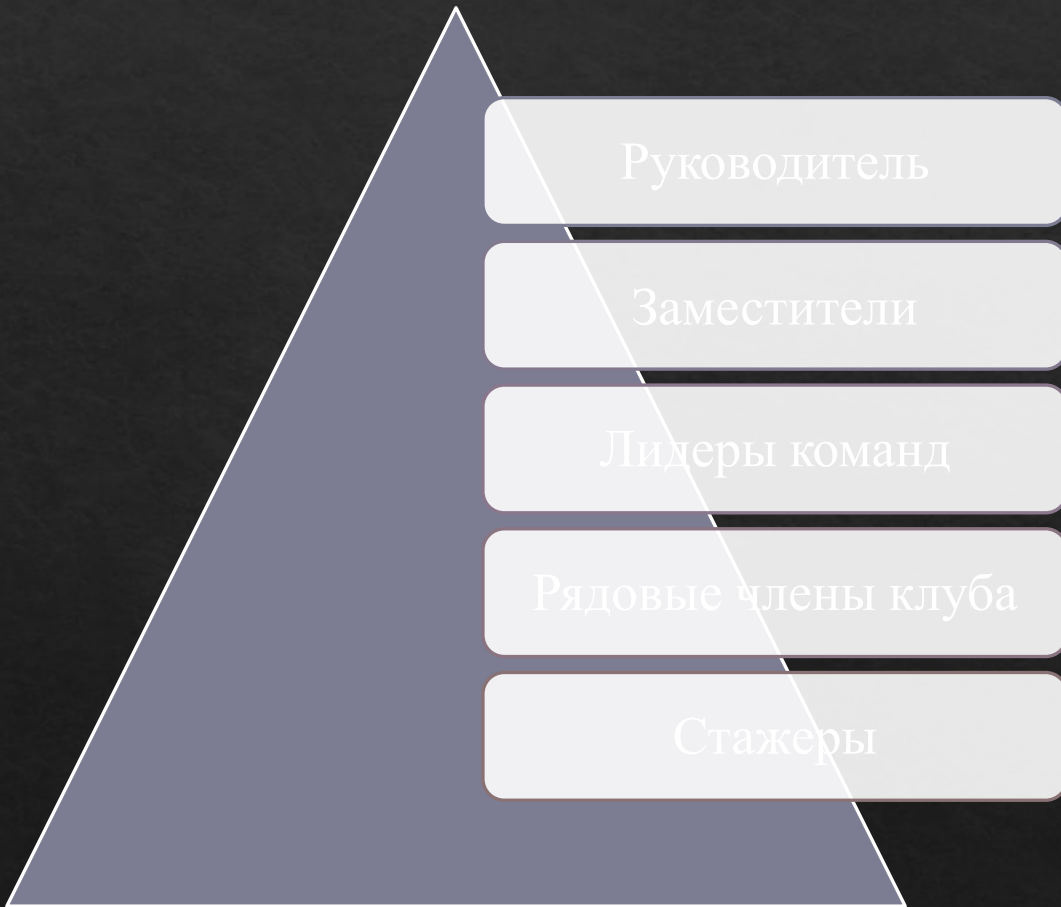


# ЕСЛИ НЕТ ОСВЕЩЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЯ – НЕТ МЕРОПРИЯТИЯ

- ◆ У деятельной и активной общественной организации должна быть медиакоманда, а в идеале и аппарат пресс-службы

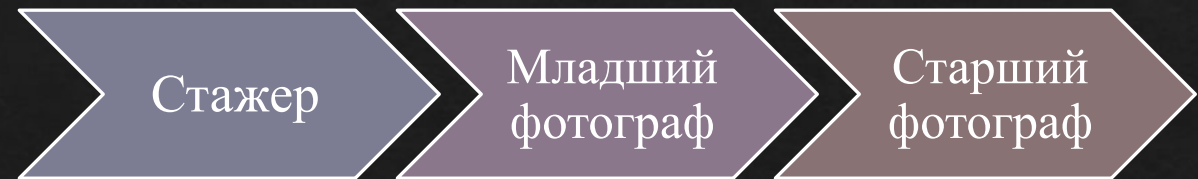


# СТРУКТУРА МК «Буревестник»



Внедрена система званий (на примере фотографов).

- Стажер работает в сопровождении мл. или ст. фотографа;
- Младший фотограф самостоятелен;
- Старший фотограф может получать коммерческие заказы;



# Как это работает?

«Арт-подготовка» мероприятия

Анонсы в группах в соцсетях, инстаграме,  
афиши (если есть нужда)

- ◆ Рассылка пресс-релизов в СМИ
- ◆ Рассылка пост-релизов, фото, видео  
(если просят) в СМИ
- ◆ Рассылка готовых статей под  
конкретные издания

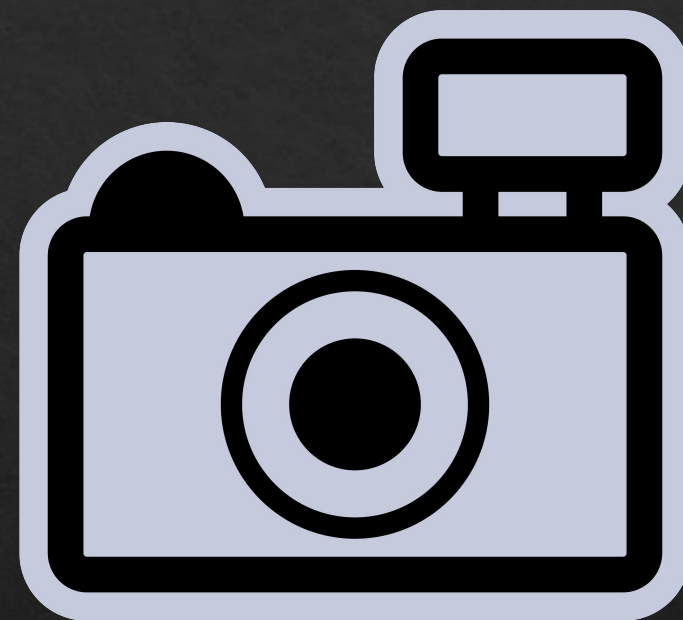


# Как это работает?

Медиакоманда направляется на мероприятие

Минимальный актив:

- ◆ Фотограф (обязательно)
- ◆ Журналист (желательно)
- ◆ Видеограф (желательно)
- ◆ Инстаграмер (желательно)
- ◆ Ведущий Перископ-трансляции (если есть нужда)



# Как это работает?

Медиапродукт

Сроки:

- ◆ Текст: от 1 до 8 часов
- ◆ Фото: от 3 до 8 часов — небольшая партия фото для статьи, до суток - полный фотоотчет
- ◆ Видео — от суток до недели
- ◆ Инстаграм — либо реальное время, либо упоминание в течение 3-8 часов.



# ТЕКСТ

Текст должен отвечать хотя бы на вопросы

- ◆ «Кто?»
- ◆ Где?
- ◆ Когда?
- ◆ Зачем?





# ПИРАМИДА НОВОСТИ



# ВИРУСНОСТЬ и ИНТЕРЕС

- ◆ Заголовок ловит читателя

# ВИРУСНОСТЬ и ИНТЕРЕС

- ◆ Читатель всегда помнит, что в интернете есть другие тексты и хочет быть уверен, что читает из них самый лучший

# ВИРУСНОСТЬ и ИНТЕРЕС

Самые работающие старты для статей

- ◆ 1. Отвлекательный. Вытащите самый интересный факт из текста и дайте ему раскрыться в первом абзаце. Первый абзац должен стать сам по себе отдельной маленькой историей.
- ◆ 2. С места в карьер. Это не курсовая работа, здесь не нужно доказывать "важность исследования".
- ◆ Начинай как можно ближе к концу

# ВИРУСНОСТЬ и ИНТЕРЕС

- ◆ Не делай длинными предложения

# ВИРУСНОСТЬ и ИНТЕРЕС

◆ И полюби кнопку Delete.

Благодарю за внимание

Почта: [burevestnik-media@yandex.ru](mailto:burevestnik-media@yandex.ru)

