

Швейцарсько-українська програма “Розвиток торгівлі з вищою доданою вартістю в органічному та молочному секторах України”

Співпраця з журналістами

ПРО ЩО ПОТРІБНО ЗНАТИ?

Олена Остапенко

- 14 років досвіду на телебаченні
- Сертифікована тренерка з медіаграмотності
- Засновниця і тренерка «Школи комунікації»
- Авторка курсу «Експерт онлайн»
- Засновниця і тренерка дитячої школи журналістики «Телевізія»



Про що будемо говорити?

- Навіщо вам ЗМІ?
- Як привернути увагу журналістів?
- Готуємо прес-реліз або прес-анонс.
- Види співпраці з журналістами
- Де шукати журналіста
- Підготовка до інтерв'ю
- Аналіз матеріалів та фідбек від аудиторії.



Навіщо вам
ЗМІ?

1. Публікації формують попит
вашої цільової аудиторії.

2. Наповнення пошуковиків та тематичних сайтів інформацією про подію \ компанію \ продукт



Фото автора PhotoMIX Company: Pexels

3. Зростає впізнаваність

4. Експертність спікера підвищує репутацію

5. Демонструється впевненість
в товарах \ послугах \ програмах,
зростає довіра.

6. Журналіст – «посол» до вашої цільової аудиторії.



Фото автора Brett Sayles: Pexels

Чи був у вас досвід співпраці із
журналістами?
Якщо так, який з пунктів, ви
вважаєте, реалізувався?

Як привернути увагу журналістів?

Крок 1.
Визначіть навіщо це вам?
Чи готові ви до такої співпраці?

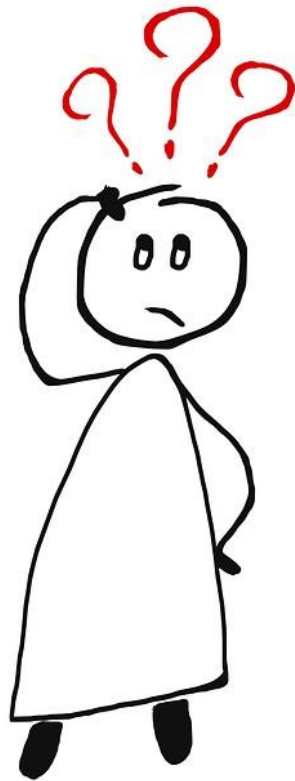


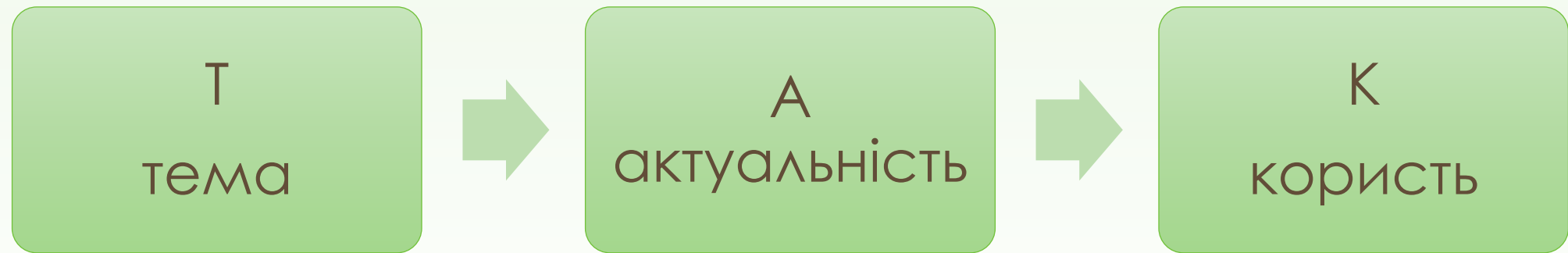
Фото ElisaRiva, сайт Pixabay

Крок 2

Аналіз інформації.



Схема 2. Правило «ТАК»



Що працює?

ІСТОРІЯ АБО ГЕРОЙ

Новизна

ЦИФРИ, ФАКТИ, НОВОВВЕДЕННЯ, ДОСЛІДЖЕННЯ, ПРАКТИКИ

Унікаємо «джинси»



Фото Couleur сайт Pixabay

Має бути інформаційний привід

Ефект «фіолетової корови»
Назвіть 3 позиції, чим ваш проект\продукція\стиль ведення бізнесу
відрізняється від інших?

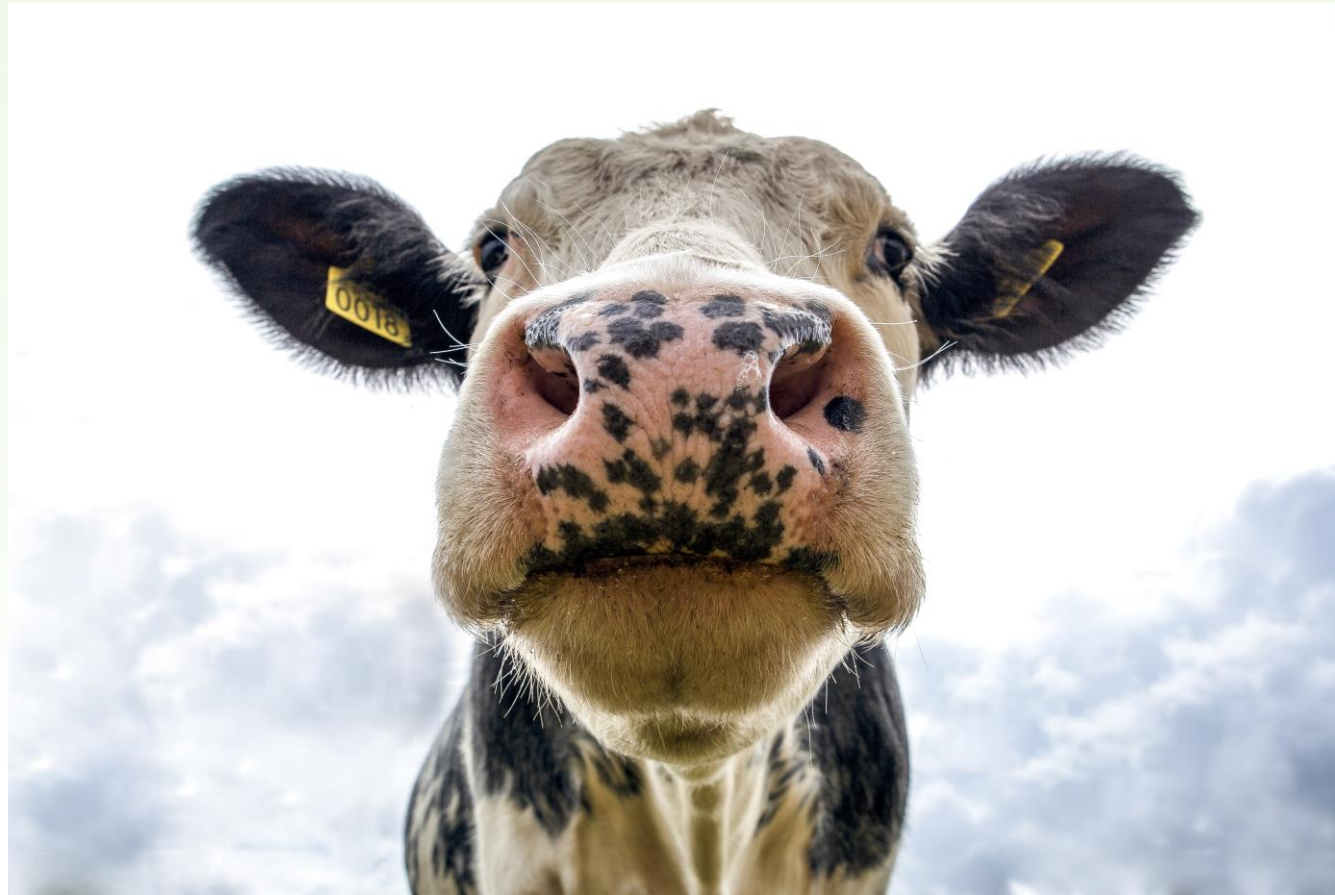


Фото автора Jan Koetsier: Pexels

Обираємо ЗМІ

Вид	Охоплення	Тематика	Рейтинг\репутація
• ТБ • РМ • періодика • інтернет	• місцеві • національні	• профільна • загальна	• високі

Види співпраці з журналістами

- Прес-тур
- Прес-конференція
- Експертне інтерв'ю
- Подія
- Реклама



Де шукати журналіста?

- Соцмережі
- Спільні знайомі
- Адмінресурс
- Пряма розсилка чи дзвінок



Фото Alexas_Fotos сайт Pixabay

Структура прес-анонсу

Організатори (має містити всі контакти і лінки)

Коротко суть

Де

Коли

Чому важливо бути

Прес-реліз – повноцінний журналістський матеріал



Чого варто уникати?

- Професійного жаргону, складних слів та термінів
- Одне речення - одна думка
- Художніх образів
- Яскравого оформлення
- Помилوک
- Скорочень
- Неперевірених фактів та оціночних суджень

Як підготуватись до інтерв'ю

- Не просіть запитання
- Підготуйте організаційні моменти, людей, місце
- Продумайте тези відповідей, підготуйте дані. Говоріть простою мовою.
- Підберіть зовнішній вигляд
- Не нервуйте!



Що потім?

- Збір матеріалів
- Аналіз
- Робота над помилками)

Повторимо?



Дякуємо за увагу!

