

КАК ПРИВЛЕЧЬ ВНИМАНИЕ ЖУРНАЛИСТОВ

И РАЗМЕЩАТЬ
ПУБЛИКАЦИИ В СМИ



ОЛЬГА КАМЕНСКАЯ

Ольга Каменская

**Как привлечь внимание
журналистов и размещать
публикации в СМИ**

*http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=69396373
SelfPub; 2023*

Аннотация

Вам подойдет это пособие: – если вы хотите увеличить свое присутствие в СМИ как эксперта,– если вы хотите научиться новым навыкам и работать с экспертами,– если вы хотите получить интересную удаленную работу.

Содержание

ПРЕДИСЛОВИЕ	4
ВВОДНЫЙ УРОК	5
КАК ПОДГОТОВИТЬ ЭКСПЕРТА	10
КАК НАЙТИ ЭКСПЕРТОВ	12
Конец ознакомительного фрагмента.	13

Ольга Каменская

Как привлечь внимание журналистов и размещать публикации в СМИ

ПРЕДИСЛОВИЕ

Привет! Меня зовут Ольга и я продюсер. Более 3 лет я размещаю публикации, интервью и комментарии во всех ведущих СМИ. Пул моих экспертов выходит в эфиры ТВ и радио. Очень рада через это пособие поделиться знаниями и опытом в профессии продюсер по СМИ. Материалы рассчитаны для начинающих продюсеров и экспертов. Желаю приятного чтения, пользы и успешного применения полученных знаний!

ВВОДНЫЙ УРОК

Зачем это все нужно

Для кого это пособие

Пособие подойдет для следующих целей:

- если вы хотите **увеличить свое присутствие** в СМИ как эксперта
- если вы хотите научиться **новым навыкам и работать с экспертами**
- если вы хотите получить **интересную удаленную работу**

Почти половина людей в России в возрасте от 30 до 45 лет получают информацию из онлайн-медиа. Среди молодежи показатель еще выше. Рассмотрим на пальцах зачем вообще нужно работать со СМИ.

1. Формирование спроса

Чтобы захотеть что-то купить, надо о чем-то "этом" сначала узнать. Без информации об услугах, об их возможностях, о новых продуктах люди не смогут обратить внимание на вас и ваши возможности. Если о вас рассказывает только сайт, значит в массе своей о вас никто не узнает, если вы конечно не тратите большие деньги на топ-позиции.

Представьте себе ситуацию, когда пользователь увидел несколько материалов с упоминанием вас, вашей компании

или вашего эксперта на первой странице выдачи результатов поиска. Какое будет впечатление?

Вам начнут **доверять**, видеть вашу активную деятельность, и, как следствие, **возникнет желание** пользоваться вашими компетенциями. **Публикации повышают спрос.**

2. Позитивные упоминания в поисковой выдаче

Пользователи сети, они же ваши будущие клиенты или партнеры, ищут информацию в браузерах.

Комментарии и публикации в популярных СМИ, **покажутся первыми** в результатах поиска по запросу. Более того, в разделе “новости” имя эксперта будет идти вместе с перепечатками списком. Таким образом, за счет экспертности вы получите **классные позиции**, на которые аудитория **сразу обратит внимание.**

3. Повышение доверия, статуса эксперта и его компетенций.

Как думает пользователь, когда видит имя эксперта, например в топ-СМИ”?

СМИ ему доверяют, значит он профессионал и мне ему можно доверять.

Если эксперт размещает на своем сайте, соцсетях и блогах ссылки на свои публикации это добавляет "веса" эксперту.

Публикации в СМИ для вашей аудитории позволяют спикеру **создать репутацию и продемонстрировать свои компетенции.** Более того, этот способ пиара намного действеннее прямой рекламы, от которой у многих пользовате-

лей давно выработался иммунитет.

4. Охват большой аудитории

Как правило эксперты появляются в материалах, которые интересны людям, решают их проблему, помогают советом или разъясняют информацию. Такие публикации ищут люди, их активно читают и замечают имена экспертов и специалистов, которые там упоминаются.

Сами журналисты переписывают всем интересные материалы, ставят у себя в издании с ссылкой на источник, а некоторый полностью перепечатывают. Таким образом у вас получается **больше площадок для встречи с будущим клиентом.**

Безусловно, параллельно с работой по взаимодействию со СМИ важно постоянно вести свои блоги и соцсети, размещать информацию у блогеров и лидеров мнений, участвовать в мероприятиях и тд. Постоянство – лучший друг хорошей репутации и доверия аудитории. Запомните, весь ваш опыт, как положительный так и отрицательный можно **превратить в инфоповоды**, вам или вашему эксперту всегда **есть что сказать, журналисты тоже люди** и им нужны материалы и мнения, рабочую базу контактов СМИ можно собрать за 1 месяц.

НЕМНОГО ТЕРМИНОЛОГИИ

Говорить на одном языке с журналистом классно.

АГРЕГАТОР НОВОСТЕЙ – сервис, собирающий различные источники информации, который дает возможность выбрать категорию и отфильтровать по различным параметрам.

АНОНС – предварительное оповещение о чем-либо.

ВОВЛЕЧЕНИЕ – внимание пользователей, зрителей к материалу. Количественный показатель вовлеченности часто говорит об эффективности сообщения.

ВОДА – бессмысленный текст, словно начиненный не несущими смысла словами, иногда ради количества знаков.

ВРЕЗ – цитата, которую вынесли в материал отдельно.

ДЖИНСА – рекламный, оплаченный материал.

ИНДЕКСАЦИЯ САЙТА – это внесение страниц вашего сайта в базу поисковых систем.

ИНФОРМАЦИОННЫЕ АГЕНТСТВА – организация, осуществляющая сбор и оперативное распространение информации. Агентства снабжают СМИ оперативной политической, экономической, социальной, культурной информацией.

КИРПИЧ – большой материал в прессе.

КОНСЕРВЫ – заготовки, материалы без временной актуальности, можно использовать «про запас».

ЛОНГРИД – длинный текст, нередко разбавляется фото и видеоматериалами.

ЛИД – «шапка» статьи, новости или пресс-релиза, имеет функцию «цеплять» внимание.

ПЕРЕПЕЧАТКИ – сокращение и переиздание новости или публикации из другого СМИ.

ПЕТЛЯ (ПЕТЛИЧКА) – вид микрофона с проводом, который цепляется на воротник журналиста

ПЛАШКА – в кадре это подпись говорящего лица или другая информация.

ПОЛОСА – одна страница.

ПРЕСС-РЕЛИЗ – материал для СМИ, который сообщает что, где, когда, как.

РАЗВОРОТ – две полосы.

СЕМАНТИЧЕСКОЕ ЯДРО – набор слов и словосочетаний, которые пользователи вводят для поиска необходимой им информации. Их называют ключевые слова или ключи.

SEO-ТЕКСТ — оптимизированный текст для роботов поисковых систем. Информация должна содержать ключевые слова и отвечать на запрос пользователя.

СЕТКА – буквально сетка передач.

СИНХРОН – изображение с речью в кадре, интервью.

– СНХ – видео и звук идут вместе.

– НСНХ – речь героя идет за кадром.

ХРИП (ХРИПУШКА) – аудиозапись, иногда пускают вместе с фото спикера.

ЭМБАРГО – договоренность с редактором или журналистом, что новость выйдет не раньше оговоренного дня и часа.

КАК ПОДГОТОВИТЬ ЭКСПЕРТА

Создание профайла, обсуждение компетенций и договоренностей

Кто такой эксперт

Эксперт – это человек, который имеет опыт, знания, квалификацию в какой-либо области.

Например, это юрист, тренер, преподаватель йоги, общественный деятель, специалист компании, риэлтор и тд.

Благодаря своим профессиональным качествам и опыту, эксперты и специалисты помогают журналистам давать людям важную информацию, разъяснять события, явления, рассматривать под разными углами проблемы. Каждый журналист имеет сотни контактов экспертов из разных областей.

Этапы подготовки к работе

Вопрос с поиском эксперта раскроется в следующем уроке, сейчас сосредоточимся на этапе сбора информации и верстки профайла.

А ты точно эксперт?

Убедитесь, проговорите заранее с экспертом, что все в силе, форматы понятны, к работе все готовы.

Упаковка эксперта

Собрать краткую биографию и подобрать 3-4 фото эксперта – портрет и поясной план. Определить компетенции, темы, прописать короткий титр *Например, Даниил*

юрист, общественник. Темы: права потребителей, риэлторские услуги, социальная тематика, инфекции, театры и тд.
Собрать ссылочный материал с упоминанием эксперта, данные на пропуск – номер автомобиля, паспортные данные.

Профайл

Заверстать профайл под формат мессенджеров – выделить жирным темы, ФИО. Это делается для удобства коммуникации с журналистом – он сразу видит всю информацию об эксперте. Например, вот так может выглядеть профайл в текстовом формате:

Анна, олимпийская чемпионка, эксперт по фитнесу.

Темы: питание, похудение, гимнастика, растяжка, спорт, травмы, допинг, Олимпийские игры, судейство.

Формат: комментарий видео и аудио, прямые эфиры, съемки.

Мастер спорта по гимнастике осудила решение

Эксперт рассказал как похудеть без диет....Знаменитая гимнастка обвинила комитет....«Травма закрыла карьеру» – гимнастка заявила о...

Биография: родилась в 1990 в Москве. Олимпийская чемпионка (2014), семикратная чемпионка мира по художественной гимнастике. Заслуженный мастер спорта России. Замужем, 5 детей.

КАК НАЙТИ ЭКСПЕРТОВ

Перед тем как приступить к поиску экспертов составьте о себе краткую информацию, кто вы, какие услуги предлагаете, какие цели закрываете.

Например: Добрый день! Меня зовут Мария. Я продюсер по работе со СМИ. С помощью публикаций и комментариев в СМИ вы можете увеличить охват аудитории,

Справочники

Коллегия адвокатов, Яндекс справочник, простой поиск в браузере без труда выдаст вам большой список контактов по той или иной сфере.

Чаты и группы

В различных соцсетях и мессенджерах много профильных групп, где специалисты общаются напрямую. Не используйте одинаковые рассылки для всех – люди привыкли к спаму и не воспринимают полученную информацию как нечто адресное только им.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.