

Как малому и среднему бизнесу попасть в
большие СМИ

Стратегия и тактика осады

*Юлиана Петрова, редактор раздела
«Менеджмент» газеты «Ведомости»*

- 1. Общение
- 2. Герои-эксперты
- 3. Темы
- 4. Предпринимательские истории В
"Свое дело"

1. Общение



- Начать общение легко – не усложняйте
- Сразу переходите к делу
- Сразу давайте номера телефонов (свой и героя)
- Готовьтесь действовать быстро
- Избегайте ссылок – лучше старых добрых аттачментов никто ничего не придумал
- Поступайте этично.

2. Кандидаты в колумнисты

- Как стать колумнистом рубрики «Менеджмент»
- Нельзя писать колонки без участия автора
- Нужно разобраться, в чем автор крут - это отправная точка позиционирования
- Спикер не может одновременно быть и экспертом, и героем «Своего дела»

Темы и идеи для заметок



3. Темы колонок

- Тема должна быть интересна и автору, и читателям
- Общие рассуждения на общую и безобидную тему - это не колонка
- Женское лидерство, профессии будущего, построение идеальной команды, вовлечённость - самое ненужное
- Торг неуместен
- Темы должны предлагаться автором, а не выдумываться пресс-службой

4. Герои в "Своё дело"

- Не берём: детей богатых родителей и чиновников, бывших или нынешних топ-менеджеров крупных компаний, жён богатых мужей, серийных предпринимателей, сотрудников венчурных фондов
- Обязательно раскрытие выручки, рентабельности, состава основателей, происхождения инвестиций
- Компания героя должна быть операционно рентабельной и иметь выручку

Главные принципы

- Никогда не сдаваться: если на этот раз сотрудничество не получилось, это не значит, что в следующий раз не получится
- В отказах нет ничего личного, не нужно принимать их близко к сердцу, но нужно делать выводы

Спасибо за внимание!

Y.PETROVA@VEDOMOSTI.RU