

РОБОТА ЗІ ЗМІ

ІНФОРМАЦІЙНІ ПАРТНЕРСТВА.

МЕДІА



Традиційні

- Газети
- Журнали
- телебачення



і

- Онлайн-ЗМІ
- Платформи



С 2015 года число интернет-пользователей по всему миру увеличилось на 18,5% до

3,2 млрд



- Прес-секретар
- Піарник
- SMM-щик
- Копірайтер
- Журналіст
- Дизайнер
- Старший_куди_пошлють

МЕДІЙНИК – УНІВЕРСАЛЬНА ЛЮДИНА.

***В НОВИХ МЕДІА МЕДІЙНИК МАЄ РОБИТИ ВСЕ.**

РОБОТА ЗІ ЗМІ

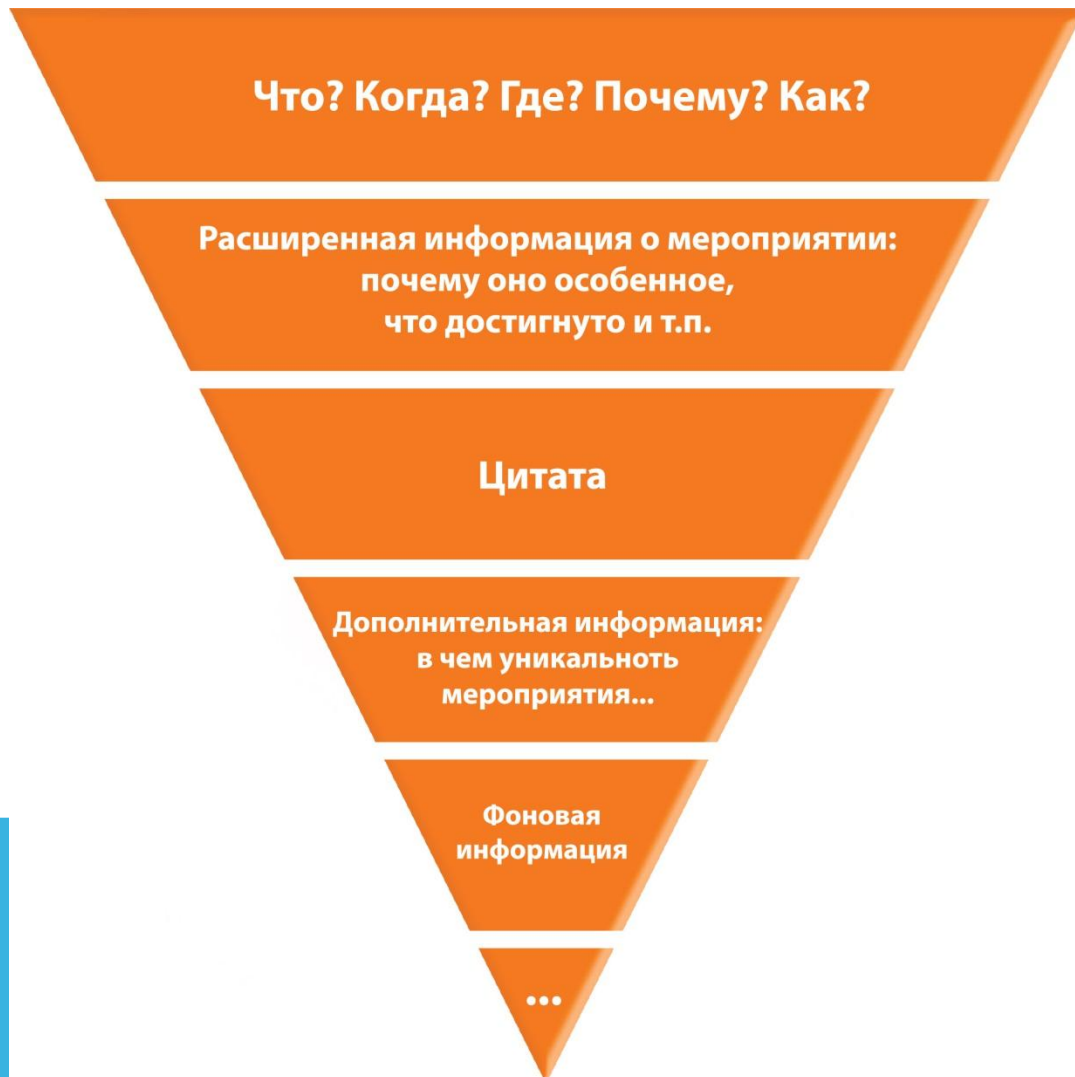


- 1. Анонс на сайті (до заходу/ email розсилка)**
- 2. Прес-реліз (на заході роздруковане)**
- 3. Пост-реліз (після заходу / email)**
- 4. Стаття на сайті ФРІ з брендowanими фото.**

ЯК ПРАВИЛЬНО ПИСАТИ ПРЕС-РЕЛІЗИ

Правило перегорнутої піраміди:

- 1. Заголовок**
- 2. Лід (перший абзац)**
- 3. Уточнююча інформація**
- 4. Довідка про компанію**
- 5. Контакти**



Українські комерційні компанії під час прийому на роботу спеціалістів надають перевагу більш молодим працівникам. Про це сказано в дослідженні консалтингової компанії «Ланка».

Як з'ясувала компанія, частка співробітників у віці від 20 до 35 років у таких компаніях становить 57% від усього персоналу. Частка працівників від 35 до 45 років - 16%. Персонал віком вище 45 років становить 14%.

Згідно з дослідженням, молоді фахівці - достатньо амбітні люди, і нестачу досвіду вони замінюють наполегливістю. «При цьому вони бачать своє життя гармонійним: робота роботою, але й час на життя, присвячено особистим інтересам, має бути. Свій особистий розвиток вони можуть ставити в пріоритет порівняно з робочими обов'язками. Молоді співробітники досить легко змінюють як компанію, так і місце проживання заради більш цікавої та гідно оплачуваної роботи. Але це, з точки зору роботодавця, є скоріш мінусом, аніж плюсом», - говорить директор компанії Іван Доу.

За словами експерта, для роботодавців літні люди мають ряд переваг. Вони готові більше працювати, приділяючи менше уваги особистому часу та інтересам. «Якщо проявити терпіння та кластися в їх підготовку до сучасних методів роботи - це може сторицею окупитися компанії», - каже директор «Ланки».

Методологія дослідження: розмір вибірки - 300 людей, цільова аудиторія - чоловіки та жінки (офісні працівники) від 20 до 45 років, метод дослідження - інтерв'ю.

—

Компанія «Ланка» надає послуги в області управлінського консалтингу. Працює на ринку з 1991 року. Згідно з даними асоціації ЛИСТ, входить в десятку найбільших компаній у галузі консалтингових послуг України.

Серед клієнтів компанії: FOZZY Group, ФК «Динамо-Київ», мережа «Metro Cash & Carry» та інші.

Прес-секретар

Саша Тимошенко, s.tymoshenko@zveno.com

т. / ф.: 044 38 400 83

МЕДІА-БАЗИ



ВЕДЕННЯ МЕДІА-БАЗИ

1. Ведіть базу (назва ЗМІ-ім'я-телефон-ел.пошта-акк. соцмереж)
2. Знайомтесь та спілкуйтесь
3. Запрошуйте на свої події особисто (особливо, якщо тема події може бути їм цікавою)
4. Не нехтуйте блогерами та опініон-лідерами

Дружіть з журналістами!



very lazy

Pusheen.com

ЖУРНАЛІСТИ ЛІНИВІ...



super lazy

Pusheen.com

...ДУЖЕ ЛІНИВІ

В ВАШІ КОНТАКТИ МАЮТЬ ВХОДИТИ:

- 1. Міські та обласні органи влади**
- 2. Силкові відомства**
- 3. Установи (культурні, спортивні, освітні)**
- 4. Громадські організації**
- 5. Найбільші бізнес-структури, місцеві бізнесмени**
- 6. Розсилки**



ІНФОРМАЦІЙНІ ПАРТНЕРСТВА



Партнерська пропозиція

Пропонуємо Конференції по контент-маркетингу B2B стати партнером Київської міської організації ВМГО «Фундація регіональних ініціатив». Це молодіжна громадська некомерційна нерелігійна аполітична організація, потужний центр підтримки молодіжного руху та підготовки молодих лідерів в Києві. До сфери діяльності КМО ВМГО «ФРІ» входять: організація культурно-освітніх заходів та захист прав та лобіювання інтересів молоді. ФРІ має осередки по всій території України і проводить багато всеукраїнських проєктів. В рамках цих пунктів ми організуємо: тренінги, семінари, правозахисні акції, благодійні, мистецькі та природоохоронні проєкти.

Ми пропонуємо співпрацю на наступних умовах:

Організація КМО ВМГО «ФРІ» надає:

- «Конференції по контент-маркетингу B2B» статус «Партнера».
- Розміщує логотип Партнера з зазначенням статусу на сайті ВМГО «ФРІ».
- Розміщує логотип «Конференції по контент-маркетингу B2B» на афішах спільних заходів.
- Волонтерську допомогу
- Інформаційну підтримку, а саме:
 - Розміщення інформації партнера на сайті fri.com.ua
 - Розміщення інформації партнера в групі КМО ВМГО «ФРІ» Вконтакті (охофт - 2 200чол)
 - Розміщення інформації партнера в групі КМО ВМГО «ФРІ» у фейсбукі (1 700 чол.)
 - Створення унікальної розсилки з новинами Партнера.

Партнер – «Конференція по контент-маркетингу B2B» надає:

- Розміщує банер КМО ВМГО «ФРІ» на сайті заходу.
- Розміщує логотип КМО ВМГО «ФРІ» у роздаткових матеріалах конференції.
- Надає КМО ВМГО «ФРІ» 2 або 1 безкоштовне місце на захід для членів організації.

Із повагою,
Голова Медіа-служб ВМГО «ФРІ» ,
Голова Київської ФРІ
markolosova2013@gmail.com
+380635924162

Колосова Марина

МЕДИЙНІ ЛАЙФХАКИ





- . Не хочете потрапляти у спам, заведіть нормальну пошту.
 - . Думайте головою, коли обираєте ім'я поштової скриньки.
 - . Користуйтеся прихованою копією при розсилці.
 - . Організуйте процес зворотної відповіді.
5. Збирати контакти корисно.
 6. Читайте профільні джерела.
 7. Вдосконалюйтесь 😊

КОРИСНІ ПОСИЛАННЯ:

1. Watcher.com.ua
2. Ain.ua
3. Telekritika.ua
4. Osvita.mediasapiens.ua
5. IMI
6. Irrp.org.ua
7. Journlib.univ.kiev.ua
8. Internews.ua
9. Umedia.kiev.ua
10. biggggidea.com
11. platfor.ma
12. mozhlyvosti.in.ua
13. studway.com.ua
14. inspired.com.ua