

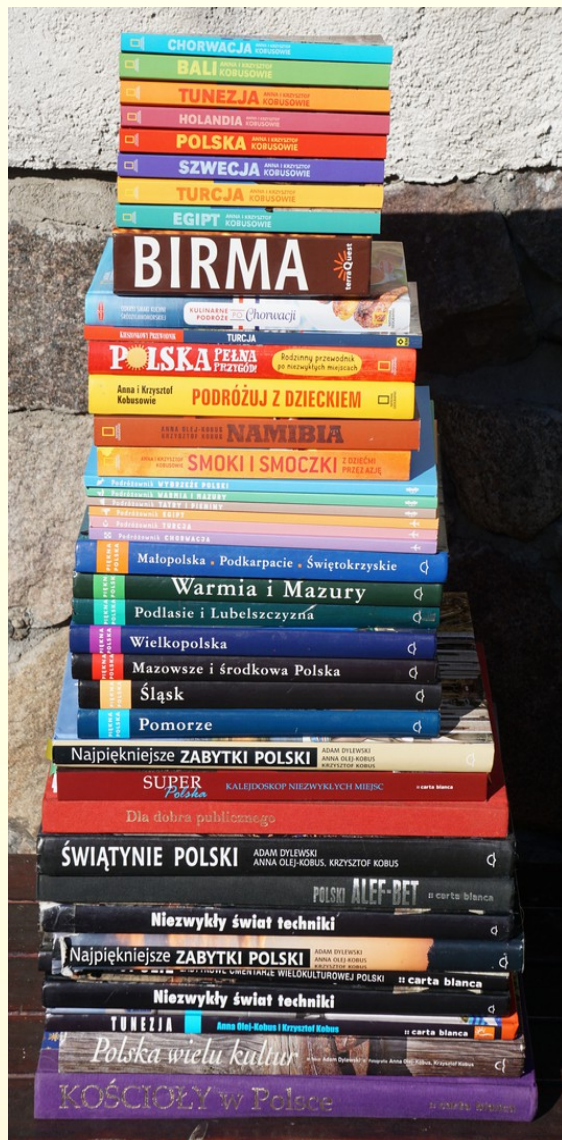
Współpraca
destynacji turystycznych
z dziennikarzami

Kim jestem?



Anna Olej-Kobus

- dziennikarka
- fotografka
- blogerka
- podróżniczka



Publikacje:

- 20 albumów
- 15 książek i przewodników
- 10 przewodników dla dzieci
- około 1000 artykułów
- liczne audycje radiowe
- bank ok. pół miliona zdjęć
- Portal: malypodroznik.pl

Jak budować współpracę z mediami?

- Można kupić gotowe bazy dziennikarzy (często są nieaktualne)
- Lepiej jest tworzyć własną
- Zbieraj kontakty przy każdej okazji (też mailingu)
- Regularnie aktualizuj bazę
- Warto ją personalizować

Personalizacja kontaktów

- Dostosowanie komunikatów do konkretnej osoby
(co innego miłośnikom wina / aktywności / ekologii)
- Notuj jakie kto ma zainteresowania
(social media – kopalnia wiedzy!)
- Aktualizuj sytuację osobistą
(zaręczyny, rodzicielstwo, nowa pasja)

Podtrzymuj kontakty!

- Odpowiadaj szybko na maile (powinien być dedykowany mail do kontaktów z mediami by mail od dziennikarza nie ginał w setkach innych maili)
- Oddzwaniaj jeżeli jesteś o to proszony
- Sprawdzaj social media, dawaj *lajki* i reaguj!
- Odpowiadaj na pytania szczególnie szybko gdy tekst/materiał jest przygotowywany
- Gdy nie znasz odpowiedzi – powiedz to!
- Gdy powiadomiono Cię o publikacji – podziękuj i pochwal się u siebie (PISZĄ O NAS)!
- Gdy zauważyłeś błąd poinformuj dziennikarza o tym by nie pojawił się ten sam błąd w kolejnej publikacji!

Pamiętaj: Dziennikarz też człowiek i zwykle w niedoczasie!

Buduj życzliwe relacje

- Lepsze są osobiste niż biznesowe.
- Warto wspierać obecność dziennikarzy w swojej destynacji.
- Oferuj noclegi i wyżywienie nie opierając się tylko na zaplanowanych study tours dla dziennikarzy. Często dziennikarz zainteresowany destynacją ze sprawdzonym portfolio może być skuteczniejszy niż autokar przypadkowych dziennikarzy!
- Pomóż znaleźć informacje.
- Przesyłaj informacje o nowych działaniach / atrakcjach w destynacji.
- Bądź w kontakcie.

Co jest najważniejszym kapitałem w kontakcie z mediami?

- życzliwość
- zaufanie
- pamięć

Dziennikarz nawet po pierwszej wizycie
w danej destynacji może stać się jej
ambasadorem!!!

Redakcja czy freelancer?

Redakcja:

- 100% gwarancji publikacji
- zwykle jednorazowy materiał

Freelancer:

- brak 100% gwarancji publikacji natychmiast
- współpraca z wieloma tytułami
- niezależni bardziej się starają
- możliwość kilkukrotnej publikacji materiału o danej destynacji w różnych tytułach

Warto współpracować z każdym!

Blogosfera, social media i...

- Często większy zasięg niż tradycyjne media
- Specjalizacja tematyki (czasem bardzo wąska!)
- Możliwość dotarcia do entuzjastów
- Dotarcie do nowych grup odbiorców
- Nowe formy przekazu (vlogi, live streaming)
- Dziennikarze radiowi – audycje już nie znikają!
- Portale specjalistyczne – publikacje nie znikają!

Uwaga!

Trzeba nauczyć się odróżniać prawdziwe portale będące kopalnią wiedzy od tych, które powstały by ściągać śmieciową reklamę.

Pamiętaj!

- Dziennikarz to medium – musi dostarczyć swoim odbiorcom **ciekaw**y materiał
- Zadaj sobie pytanie: Co może zainteresować czytelników/słuchaczy/widzów?
- Musisz wyjść poza myślenie mieszkańca danej **destynacji**. To co dla Ciebie jest oczywiste i może mało interesujące, dla kogoś mieszkającego w innym województwie może być objawieniem!

Jak przygotować notkę prasową?

- Im lepiej przygotowana tym większa szansa publikacji.
- Im prościej powiemy co jest dla nas ważne – tym lepiej.
- Pisz krótko i zwięźle.
- Przygotuj jasny i czytelny lead.
- Musisz zaciekawić.
- Podaj osobę kontaktową!

Lead – podstawowe zasady:

- Lead odpowiada na pytania:
 - kto
 - co
 - kiedy
 - gdzie
 - dlaczego (opcjonalnie)
- Lead to 2-3 zdania – maksymalnie ok. 25 słów
- Czasem to jedyne co przeczyta dziennikarz!

Notka prasowa

Atrakcyjność tematu dla dziennikarza wzrasta gdy:

- mówimy o konkretnych osobach – opowiadamy coś na ich przykładzie
- pojawiają się znane osoby – można przytoczyć ich nazwiska poprosić o komentarz
- pojawia się coś charakterystycznego, co pozwala zapamiętać ten tekst

Notka prasowa – warto wiedzieć

- Lepiej wkleić treść do maila niż słać tylko jako załącznik.
- Z braku czasu odkłada się czytanie załączników na potem (często: nigdy).
- Na wielu komputerach/tabletach dokument Word może się źle otwierać – zawsze wysyłaj również PDFa!
- Nigdy nie wysyłaj złej jakości zdjęć! NIGDY!
- Jeśli zależy nam na publikacji – warto po wysłaniu maila zadzwonić i sprawdzić czy wiadomość dotarła.
- Czasem dopiero wtedy dziennikarz do niej sięgnie.

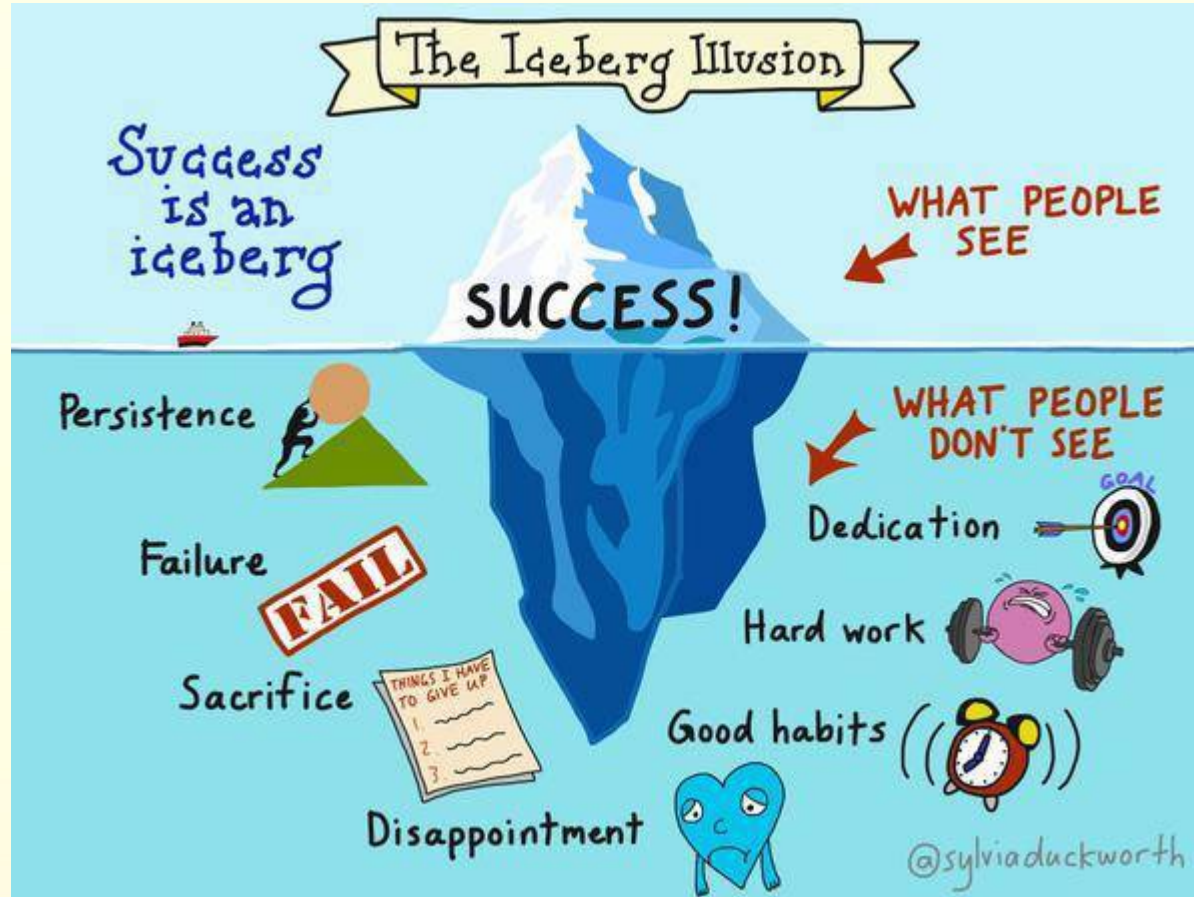
Wywiad, rozmowa

- Wywiad – rozmowa telefoniczna może być nagrywana (i upubliczniona).
- Warto spytać, czy rozmowa będzie nagrywana, czy idzie na żywo na antenę.

Droga do sukcesu:



Sukces jak góra lodowa:



POWODZENIA!



Ania
😊