

Чеклист

подготовки материалов для ответа на запрос журналистов

Подготовка:

- ☐ Изучили СМИ и его тематику.
- ☐ Изучили стиль написания статей журналиста, которому направляем материал.

Сопроводительное сообщение:

- ☐ Приветствие журналиста.
- ☐ Почему решили откликнуться на запрос или отправить материал.
- ☐ Указаны должность, опыт, регалии, сайт, портфолио и фото спикера.
- ☐ Нет грамматических ошибок.
- ☐ Благодарность за уделённое внимание.

Текст статьи или комментария:

- ☐ Приведены уникальные примеры / цифры / графики / личный опыт. Нет “воды”.
- ☐ Нет рекламы.

Вместо рекламы должно быть ключевое сообщение — мысль, которая должна возникнуть в голове аудитории. При этом она явно не формулируется в тексте, не выглядит прямой рекламой, а поддерживается с помощью фактуры: цифр, данных, объективных обстоятельств.

- ☐ Тема материала соответствует запросу журналиста / тематике СМИ / информационной повестке СМИ (закрыта потребность журналиста).
- ☐ Читателю статьи будет актуально, интересно и полезно получить вашу информацию именно сейчас (закрыта потребность читателя).
- ☐ Текст фактуры и экспертизы не сгенерирован искусственным интеллектом.
- ☐ Текст ранее нигде не был опубликован.

Дополнительно:

- ☐ Есть “вау эффект”: можно ответить на вопрос “Почему это круто?”

Приёмы, которые захватывают внимание читателя:

- *Новость про деньги: выручка, оборот, прибыль, доля рынка, зарплата топ-менеджеров и т.п.*
- *Абсурдная ситуация*
- *Новый тренд*
- *Самое-самое и впервые*
- *Отклонение от привычного хода событий*

- ☐ Есть фраза, которая цепляет внимание. Ее редакция сможет выделить в цитату или в заголовок.
- ☐ Текст написан в инфостиле. Сокращены длинные предложения, сложные конструкции заменены на простые. Нет слов-паразитов и грамматических ошибок.