



Audyt media relations w 5 minut!

Pobierz check listę i sprawdź, czy Twoja firma jest gotowa dać z siebie 100%!

Na pewno marzysz o tym, aby zrealizować wszystkie plany i postanowienia biznesowe. Niech kolejne 365 dni będzie przełomowe dla Twojej marki! Rozpoznawalna i widoczna marka to przecież potencjalnie większa sprzedaż.

Media Relations to długofalowy i złożony proces przypominający raczej maraton niż sprint, który ma zapewnić stałą obecność marki w powszechnej świadomości grupy docelowej.

		TAK	NIE
1	Posiadam dokument strategii działań w zakresie Media Relations z określonymi tematami komunikacji, grupą docelową, celami oraz miernikami ich realizacji.	☐	☐
2	Mam wypisane preteksty komunikacyjne na bieżący rok, zgodne z tym, co mogę przewidzieć już teraz.	☐	☐
3	Wiem, jak reagować na sytuacje trudne, kryzysowe, diagnozować szanse i wykorzystywać preteksty komunikacyjne.	☐	☐
4	Spisane przeze mnie planowane preteksty komunikacyjne są skonsultowane z Działem Sprzedaży, aby Media Relations wspierały działania biznesowe.	☐	☐
5	Umiem pozyskać dane związane z działalnością firmy wskazujące na korzyści, jakie osiąga dzięki nam klient.	☐	☐
6	Znam z imienia i nazwiska 8 dziennikarzy, którzy piszą o mojej branży lub są kluczowi dla moich działań.	☐	☐
7	Na bieżąco aktualizuję moją bazę dziennikarzy.	☐	☐

		TAK	NIE
8	Znam z imienia i nazwiska 4 podcasterów, którzy nagrywają w tematach istotnych dla mojej firmy.	☐	☐
9	Rozmawiam z kluczowymi dziennikarzami i podcasterami co kilka tygodni w celu podtrzymania relacji, nawet jeżeli nie mam nowości do przekazania.	☐	☐
10	Mam listę instytucji, które mogę zaprosić do współpracy przy tworzeniu eksperckich materiałów do prasy, np. uczelnie wyższe, instytuty, fundacje, stowarzyszenia.	☐	☐
11	Znam ofertę firm badawczych, aby w razie potrzeby zlecić reprezentatywne badanie opinii, nawet 1-2 pytaniowe, w celu pozyskania twardych danych obrazujących zjawisko, o którym chcę mówić w mediach.	☐	☐
12	Wiem, jak połączyć działania PRowe z generowaniem leadów.	☐	☐
13	W ostatnim roku wysłałem(am) do dziennikarzy wysyłkę kreatywną.	☐	☐
14	Mam zaktualizowaną strategię zarządzania kryzysowego w firmie, w szczególności źródła i tematy potencjalnych kryzysów mojej marki w bieżącym roku.	☐	☐
15	Zaplanowałem(am) już czas, na przypomnienie najważniejszych elementów prawa prasowego.	☐	☐
16	Mam zaplanowane szkolenie z komunikacji z mediami w kryzysie w celu przeciwiczenia przed kamerą ewentualnych trudnych tematów, które mogą pojawić się w bieżącym roku.	☐	☐
17	Przygotowałem(am) harmonogram konferencji branżowych, gdzie mogę umówić wystąpienie eksperta z mojej firmy.	☐	☐

		TAK	NIE
18	W trakcie trwania konferencji planuję zaprosić kluczowych dziennikarzy obecnych na wydarzeniu na briefing prasowy, aby przedstawić wcześniej opracowane newsy lub zaprosić dziennikarzy na kolację w celu budowania relacji.	☐	☐
19	Dla wybranego dziennikarza zaplanowałem(am) spotkanie z moim prezesem w naszej firmie, aby niezobowiązująco porozmawiać o naszej branży i rynku.	☐	☐
20	Realizowany przeze mnie zakres i sposób monitorowania mediów jest zadowalający, ponieważ daje mi rzeczywistą wiedzę na temat rynku i konkurencji.	☐	☐
21	Przeprowadziłem(am) szkolenie z wystąpień publicznych online dla osób zarządzających w mojej firmie.	☐	☐

Jeżeli zaznaczyłeś(aś) co najmniej 15 pól na „TAK” gratulujemy!

Jesteś gotowy(a), by wykorzystać szanse i sprostać wyzwaniom komunikacyjnym bieżącego roku!

Jeśli chcesz dalej szlifować swoją wiedzę o Media Relations, sprawdź nasze Szkolenie

ze Skutecznych Relacji z Mediami na:

www.skillsacademy.pl/media-relations/skuteczne-relacje-z-mediami/

Twój wynik mieści się w przedziale od 10 do 15 pól na „TAK”?

Chętnie pomożemy Ci zaplanować działania Media Relations na bieżący rok, ponieważ niewiele dzieli Cię od tego, aby w pełni wykorzystać potencjał komunikacyjny drzemący w Twojej firmie!

Zebrałeś więcej odpowiedzi „NIE”?

Pamiętaj, że ten rok to rok szans i możliwości dla marek, które mają sprawną komunikację.

Nie przegap swojej szansy! Zadzwoń do nas i umów się na audyt marki w celu identyfikacji elementów komunikacji Twojej marki, gdzie też podpowiemy, w jakim stopniu i w jaki sposób ułożyć w Twojej firmie Relacje z Mediami. Do usłyszenia!

Samych sukcesów w relacjach z mediami życzy zespół Personal PR!