

# Как агентствам начать публиковаться

Чарикова Яна,  
PR-менеджер [its.agency](https://its.agency)

[its.agency](https://its.agency)

# Ну почему вы не пишете?

По данным Workspace в Петербурге > 1200 студий. Публикуются регулярно около 10.  
Это меньше 1%.

Нам нечего сказать

Большая конкуренция

Не знаю никого из редакторов

Не умею писать интересно

Зачем мне это вообще?

# Грустная Катя собирает рассылку



its.agency

# Зачем писать

## 1. Известность среди коллег

### Зачем начали писать мы

**its.agency — 19 лет.** На рынке нас помнят только старички и те, кто видел работы на Behance.

# Зачем писать

1. Известность среди коллег
2. Экспертность для клиента

Публикации — отличный способ показать свои компетенции.

# Зачем писать

1. Известность среди коллег
2. Экспертность для клиента
3. HR-бренд

Рассказали про отношения внутри команды

4 февраля 2017 в 16:42 **КОЛОНКА** Никита Евдокимов  13 409  30

## «Если любишь — отпусти»

Руководитель проектов интернет-агентства [ITS](#) Кирилл Найденышев написал для vs.ru колонку о том, как компании могут минимизировать последствия от ухода ценных специалистов, и почему не стоит пытаться препятствовать их увольнению.

 Твитнуть  Поделиться 117  Поделиться 84   

★ В избранное

Мне больно читать все эти статьи о том, как не допустить ухода сотрудника даже на уровне мыслепреступления, и как удержать, если вдруг (ужас-ужас) среди нас предатель. Я хочу, чтобы сотрудники уходили от меня с удовольствием. Зачем? Зачем не допускать и зачем удерживать? Потому что и то и другое — одинаково глупо.

# Зачем писать

1. Известность среди коллег
2. Экспертность для клиента
3. HR-бренд
4. Поделиться опытом

[Академия IT Agency](#)  
[Справочник Nimax](#)

## Советы и обучение

### Интернет-маркетинг

- ★ [План обучения джедаев](#)
- ▶ Всеволод Устинов [об алгоритме создания стратегии интернет-маркетинга](#)  
15 минут  
  
Как сделать сплит-тест в Яндекс.Директе — [метод «Шахматка»](#)
- ☐ Саша Лебединский [Увеличение продаж с помощью микроконверсий](#)
- ▶ Всеволод Устинов [Как оценить практическую применимость стратегии интернет-маркетинга](#)  
15 минут  
  
[Чек-лист для аудита рекламы в Яндекс.Директе](#)

### Дизайн

- ★ [План обучения младшего дизайнера](#)
- ☐ [Наш подход к проектированию и дизайну сайтов](#)  
  
[Примеры наших лендингов](#)  
  
[Axure RP: с чего начать изучение](#)  
  
[Примеры прототипов в Axure](#)
- ▶ Таня Мисютина [о визуализации данных](#)  
24 минуты
- ▶ Артём Горбунов [о полезном действии](#)  
1 час  
  
[Примеры баннеров](#)

# О чем писать

Свой опыт

Кейсы, успешные и не очень

Инструменты и процессы

Наболевшее

Полезное действие — то, ради чего будут читать вашу статью

Примеры полезного действия:  
научить коллег, заинтересовать будущих сотрудников, показать клиентам свою кухню, просто развлечь.



# Кто отвечает

Назначьте **выпускающего редактора**.

Это менеджер и капитан корабля. Писать — не главная задача, редактором может быть кто угодно.

1. Определяет темы
2. Распределяет темы между пишущими
3. Требуется, чтобы они писали
4. Связывается с редакторами и отслеживает публикации

# Кто пишет

Пишет всегда специалист.  
Редактор только помогает.

## Специалист

Выбирает тему

Составляет черновик статьи

Пишет основу

«У нас нет редактора» — не оправдание. Он и не нужен:))

## Редактор

Уточняет тему

Вытягивает структуру

Направляет автора к полезному действию

# Как пишут в its.agency

1. Специалист находит **тему**
2. Уточняет тему и **полезное действие** с редактором. Пишет тезисы
3. Редактор придумывает **структуру**
4. Редактор показывает, куда копать дальше
5. Специалист дописывает черновик
6. Редактор правит
7. Специалист дописывает черновик
8. Редактор правит
9. Специалист дописывает черновик
10. Редактор правит
11. Специалист дописывает черновик
12. Редактор правит

Раньше к редактору приходили сразу с черновиком. Много приходилось переделывать.

**Правило: не пишете, пока не поймете, как и о чем.**



# Нет редактора? Не беда!

## Уточнить тему

Поговорите  
с коллегами, вам нужен  
просто свежий взгляд

## Писать интересно

Рассказывайте  
реальные истории,  
следуйте полезному  
действию

## Писать понятно

Хватит умничать

[Главред](#)  
[Бесплатная рассылка Главреда](#)

## Чтобы было красиво

[Типограф Студии Лебедева](#)  
[Типографская раскладка Бирмана](#)

# Куда писать

Боитесь писать в «Коммерсант»?  
А оно вам нужно?

## Digital-тусовка

Cossa

Блог Нетологии

CMS Magazine

Лайкни

## Бизнес

VC

Rusbase

## Сервисы сбора комментариев

Pressfeed

Deadline

# Как попасть в СМИ. Статьи

1. Прочитать требования к публикациям
2. Нажать кнопку «Прислать материал»

## Как попасть на vc.ru: требования к колонкам

Ежедневно мы получаем больше сотни писем. Компании и предприниматели предлагают нам материалы, которые, по их мнению, достойны публикации на страницах vc.ru. Другие задают типичные вопросы: когда мы сможем опубликовать их текст, сколько в нём должно быть символов, с кем можно обсудить тот или иной вопрос.

[Требования VC](#)

[Стандарты Cossa](#)


[Условия Нетологии](#)

[Редакция Rusbase](#)

# Как попасть в СМИ. Комментарии

## Pressfeed.ru


Эффективность команды ☆

 **Анастасия Жигач**, Деловой Петербург,  
журналист, Санкт-Петербург

Газета "Деловой Петербург" готовит к публикации большой текст в рубрику "Менеджер".  
Вопросы:

1. Как повысить эффективность маленькой команды? Есть ли различия в методах для небольшой и, наоборот, большой команды?
2. Что надо обязательно учитывать руководителю в работе над повышением эффективности маленькой команды? какие ошибки нельзя допускать?

**Требования:**  
Яркие, короткие, информативные ответы.

 Показать количество ответов Дедлайн: 7 августа 2017, 17:00

Журналисты любят конкретику:  
цифры и живой опыт

## Deadline.media

Запрос на комментарий

**ЗА или ПРОТИВ: мониторинг и контроль работы персонала с помощью компьютерных программ.**

Дата: 04.08.2017, 13:45 Дедлайн: 25.08.2017, 23:00 Осталось: 4 дней, 09:29:25

**0** Всего **0** В рассмотрении **0** Принято **0** Отклонено

**Пресса** • Управление, консалтинг • HR, рынок труда • IT, софт, железо, игры

формат:   

Подпишись и получай запросы в Telegram: [https://t.me/DeadlineMedia\\_Queries](https://t.me/DeadlineMedia_Queries)

Контроль рабочего времени и присутствия на рабочем месте, перехват изображений с рабочего стола и звука с микрофона... Если в вашей компании есть успешный или печальный опыт работы с такими программами, будем очень благодарны вам за помощь в подготовке материала. Расскажите о том, как программа помогла повысить показатели или снизить мотивацию сотрудников.

**Требования:**


Ваш спикер: генеральный или коммерческий директор компании, занятой в реальном секторе. Не работаем с компаниями, предоставляющими услуги.

**Журналист (СМИ) готов опубликовать:**

3 комментария

**Дата выхода материала:**

08.09.2017

 Ответить на запрос

 Связаться по запросу



# Что делать с контентом после

Даже хорошая статья живет 2-3 дня, а потом теряется в сети.  
Не допускайте этого

## Распространение

Рассылка по клиентам

Рассылка SPECIA

Анонсы во всех соцсетях

Анонсы в отраслевых пабликах

Публикация в блоге

## Тиражирование

Несколько постов в соцсетях

Презентация

Доклад

Чек-лист

Та же статья с новым фокусом

**Не парьтесь, пишите!**

[Чарикова Яна](#)  
pr@its.agency

its.agency