

中国企业与外媒打交道的Do's & Dont's



PRNewswire Salon
2019年8月8日

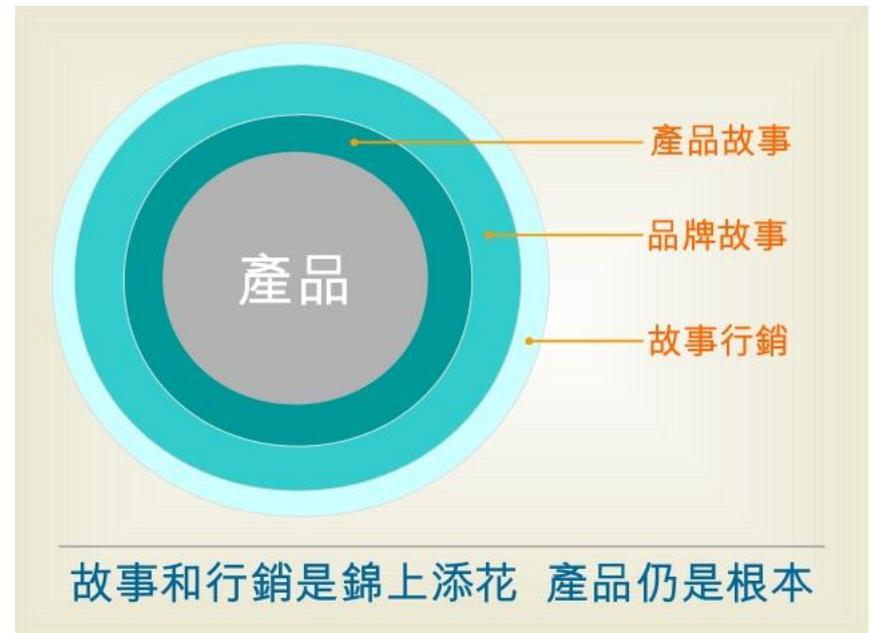
关于我

- 执行主编，财新英文网
- 副教授，复旦大学新闻学院 (2011-2016)
- 作者, “The Party Line” (Wiley, 2012)
- 专栏作者, 阳歌的中国财经专栏 (www.youngchinabiz.com)
- 路透社记者/编辑 (2000-2010)
- 洛杉矶媒体记者 (1995-2002)
- 生活/工作在台北/北京/香港 1986-1991



要讲什么故事?

- 容易理解
- 产品的独特/特色
- 和竞争怎不同
- 为什么会成功
- 图片和实际产品



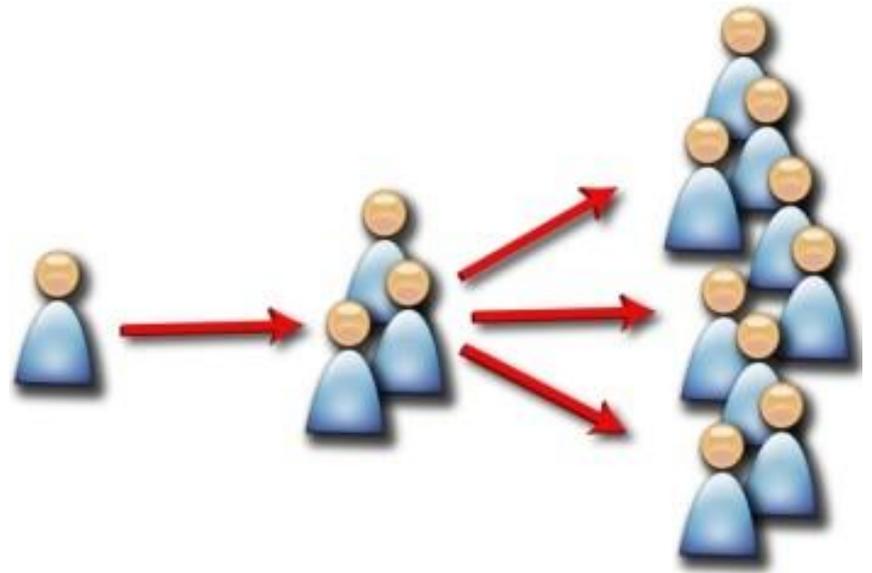
观众

- 主流
- 财经
- 专业



制造话题

- 社交
- 策略漏消息
- 代言人
- 邀请函/活动



怎推出？

- 活动/发布会
- 公告/新闻稿
- 采访/专访



活动/发布会

- 邀请
- 致辞
- 问答
- 时间
- 产品
- 礼品



公告/新闻稿

- 谁?
- 什么?
- 什么时候?
- 什么地方?
- 重要性
- 引语
- 联系人
- 图片/照片



采访/专访

- 受采访人
- 独家
- 集体
- 电话



社交

- 制造话题
- 发言人/opinion leaders
- 公告/发布
- 消费者互动



中外不同

- 少演讲，多问答
- 新闻稿常见，发布会比较少
- 礼品简单
- 态度认真，简单



案例：华为P10

- 2月15日：发预告活动邀请函
- 2月21日：微博小预告
- 2月27日：预告活动在世界展览
- 3月29日：推出活动
- 3月31日：产品上市
- 4月份：更新活动



CRISIS PR:

HOW TO COMMUNICATE DURING A SCANDAL

丑闻中沟通



ATTITUDE

- Be friendly, helpful
友好，帮助状态
- Be sincere, transparent
诚心，透明
- Don't be afraid to give your name, title
不担心透漏你名字、职位
- Avoid confrontation
避免冲突
- Be patient, available
要耐心、容易接触

状态



REACTING

反应



- Choose a spokesman
- 定发言人
- Set up a hotline if it could be a long story
- 开通热线
- Put out a statement
- 发声明
- Show contrition, that problem is being addressed
- 表示歉意、问题在处理中
- If it's a long term issue, put out regular updated statements
- 如果是长期问题，按时发更新
- Avoid asking reporters to send faxes, emails
- 避免要求记者发邮件、传真

Remember: Everyone is just trying to
do their job!

要记得大家是专业打工！



Thank You!

谢谢！