

美通社

PR Newswire

a CISION company

# 美通社出海系列课程

实例分享：精准维护国际媒体关系 掌握传播主动权

美通社  
PR Newswire  
a CISION company

WEBINAR

实例分享：  
**精准维护国际媒体关系  
掌握传播主动权**

2020年7月9日 14:00-15:00

魏晓  
海外传播部门经理  
美通社



董丽隽  
海外传播策略顾问  
美通社



# 国际媒体关系管理常见问题？



**不了解**

对记者所属行业、风格不了解，对媒体排期不了解

**没“关系”**

不会或者缺乏沟通和认知积累



**没资源**

对海外媒体、记者不了解，找不到媒体记者的联系方式

# 今天我们将进行外媒关系管理实例分享

- 外媒记者工作习惯
- 外媒记者关注指标
- 外媒记者工作准则
- **如何在平常的工作场景中打造海外媒体沟通？**
  - 媒体沟通基本步骤
  - 如何找到合适的目标媒体人
  - 媒体沟通邮件撰写案例
  - 海外专访邀约
  - 海外媒体采访话题参与

# CISION 2020全球媒体调查报告

## 洞察发现：新闻业最大挑战是人员配备和获取资源

### 问题

您认为过去 12 个月新闻业的最大挑战是什么？

- 人员配备和获取资源的途径 ( 22% )
- 社交网络和影响力人群与传统媒体的观点分歧 ( 18% )
- 关于“假新闻”的持续对话 ( 16% )
- 攻击新闻自由 ( 13% )
- 社论和广告之间的界线模糊 ( 13% )
- 适应技术进步 ( 8% )
- 工作中的人身安全或其他安全问题 ( 1% )
- 其他 ( 9% )

记者面临着工作量爆增：许多记者表示他们目前每周提交 10 多篇稿件，较去年有所增加

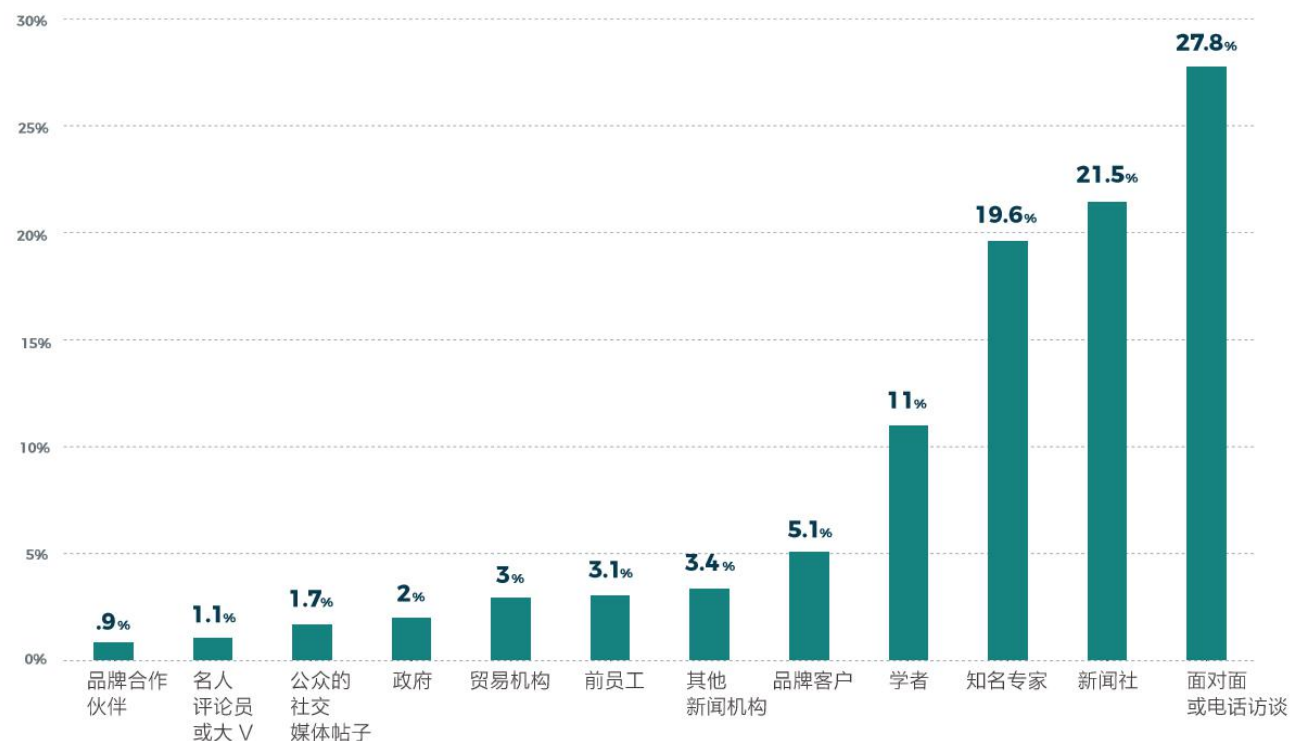
公关人员在向记者推介时需考虑到记者的工作量，并通过简明扼要但包括所有所需要的重要信息的电子邮件进行推介，并以合理的次数进行跟进。

# 记者认为最有效的信息获取来源是？



新闻稿以及与发言人进行直接采访是记者认为可信度最高的信息来源。（采访人员可根据具体要讨论的话题来安排，不一定非要是首席执行官）

## 记者认为哪个非品牌来源最值得信赖？



# 外媒记者工作习惯



**CHIP CARTER**

FREELANCE WRITER  
CEO, PUBLISHER AND EDITOR  
CBC3 MEDIA INC.  
chip@southeastproduce

How do you prefer to receive press materials?

Email is pretty much the only way. I don't remember the last piece of mail we received.

邮件是唯一的方式



**JEFF DOMANSKY**

MANAGING EDITOR, PAYMENTS.NEXT

jeff@paymentsnext.com

How do you prefer to receive press materials?

I prefer an email pitch. No phone calls. The ideal pitch includes relevant context, a fact sheet or highlights, or a white paper/research report to accompany a news release.

我更喜欢邮件，不要给我打电话



**ALEX HERNANDEZ**

PUBLISHER & EDITOR IN CHIEF, TECHAERIS

alex@techaeris.com

How do you prefer to receive press materials?

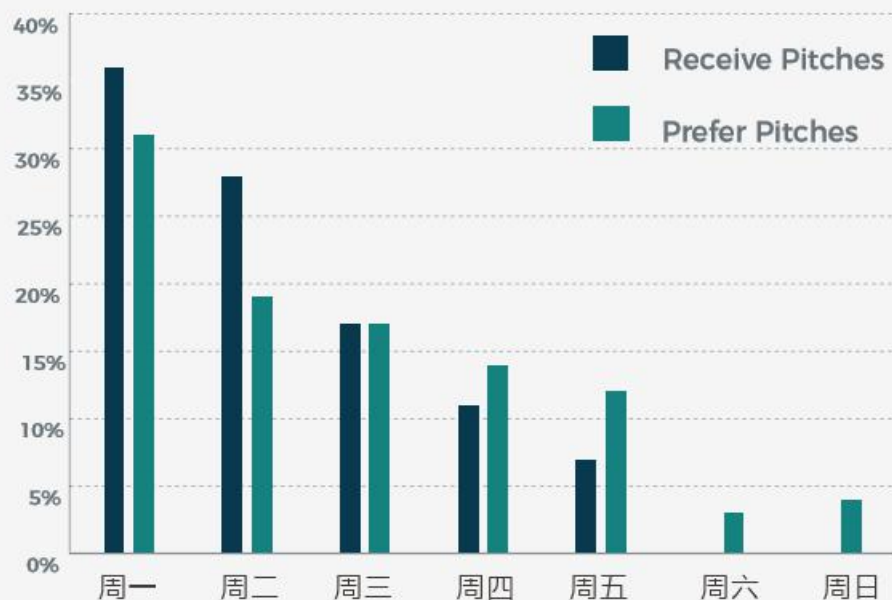
Email, never social media or social media messaging.

发邮件，不要在社交媒体留言给我

虽然电话沟通非常直接，社交媒体留言也很方便，但92%的受访记者还是表示：**邮件是与媒体沟通的最好方式**。记者可以选择合适的时间来打开邮件阅读，而不会影响他正在进行的采访安排。

当然一定要发到正确的记者个人邮箱，而不是编辑部的公共邮箱地址。

# 外媒记者工作习惯



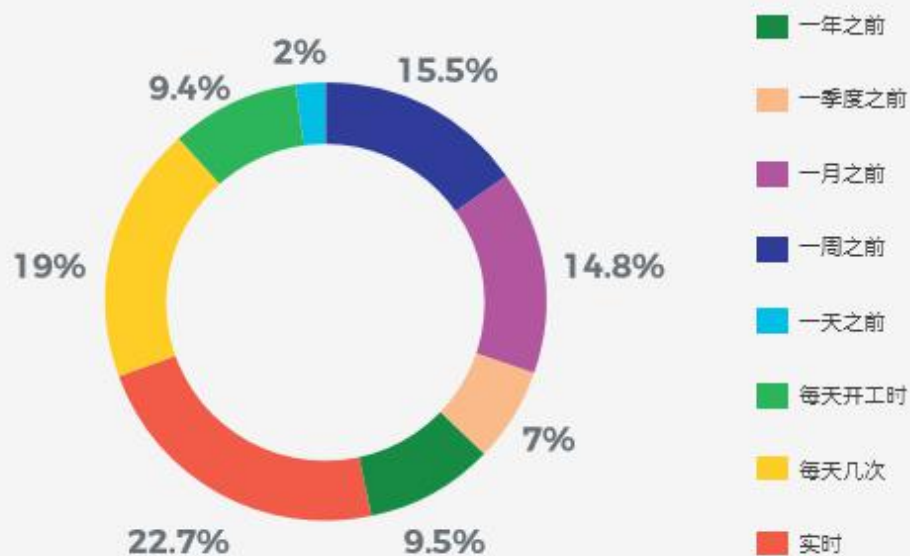
\* Respondents noted all days that applied.

你在一周的哪一天收到推介 VS 你乐意在哪天收到?

Cision媒体现状调查报告中首次要求记者分享他们周几收到的推介最多以及他们更喜欢在周几收到。记者表示，从周一到周五，他们都乐意收到这类邮件，甚至周六和周日也会收到一些。不要限定在一周的某些天发送推介邮件，这样会导致机会受限。



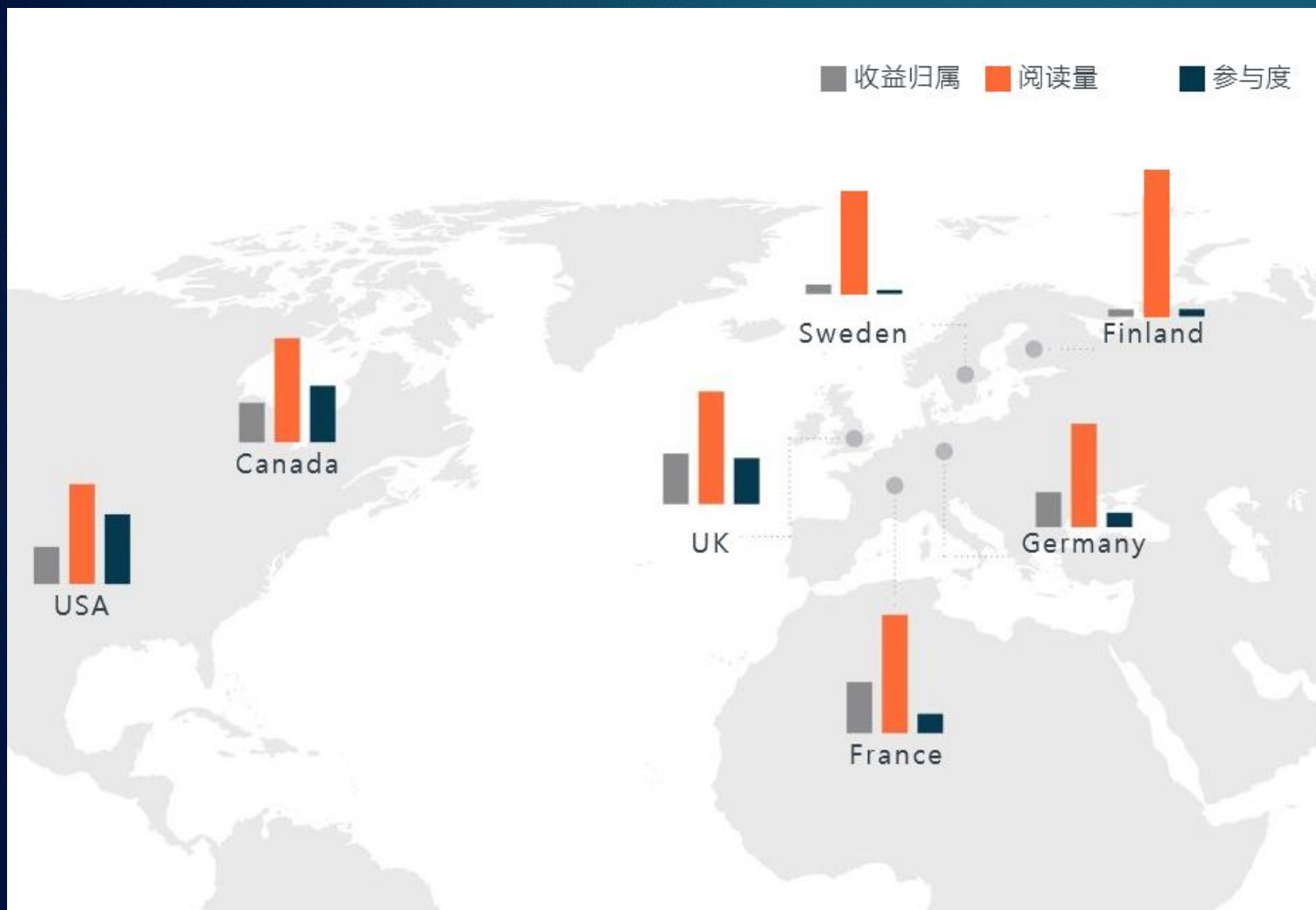
# 外媒记者工作习惯



媒体的人员和资源都在减少，他们比以前更忙碌。同时他们对新闻报道的准备时间也各有不同。

一封pitch邮件获得媒体反馈，并不一定马上就会形成一篇报道发布出来。

# 外媒记者关注的指标



目前很多媒体都有计划的使用受众行为专有数据指标来指导内容开发。大多数全球记者认为报道内容成功的主要衡量标准是读者人数或阅读数。所以是否符合读者的阅读兴趣永远是记者选择内容话题的主要因素。

# 外媒记者工作准则

- 重视读者阅读兴趣，“以人为本” “News to use”
- 报道追求更强的独立性
- 热爱独家、深度
- 注重准确性，强调充足的事实和依据、喜欢数字和图表、不喜欢空话和套话
- 采访大纲仅供指引和提示，更倾向于按照提纲进行推进和追问
- 稿件发布前不提供全文阅览，但遵循“**No Surprise**”原则
- 报道发出之后不能改稿，但如果信息有误，会发布更正
- 尊重报道对象，遵守“**off the record**”的要求
- 不拿一针一线

# 从理论到实践： 如何打造你的第一次 海外媒体沟通

“传播是沟通的过程，企业的表达要站在读者的角度，说他们想听的感兴趣的，要保持对舆情生态的敏感才有好内容” ----- Kevin Akeroyd ,  
CEO at Cision



# 媒体沟通基本步骤

- 精准定位目标媒体人
- 一封有力量的邀约邮件作为敲门装
- 现场媒体应对与控场
- 保持联络，主动参与记者选题



**STEP 1:**  
**找到合适的目标媒体人**

# 定位目标记者，善用第三方工具

## 2 种思路供参考：

谁会对我们的新闻感兴趣？

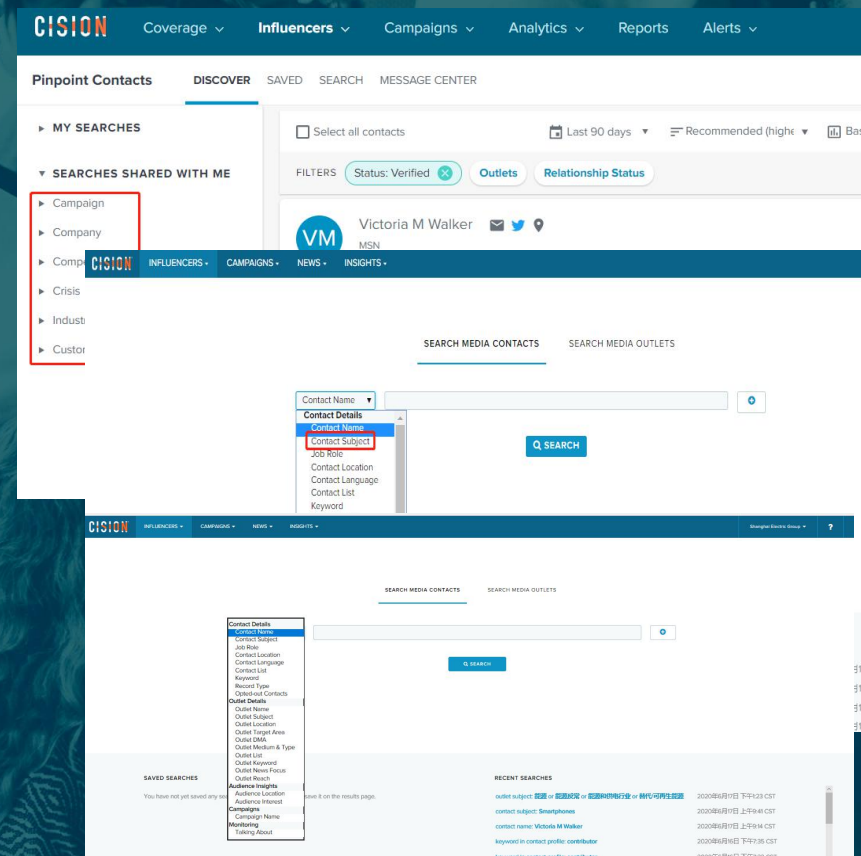
- ❑ 哪些媒体在报道我
- ❑ 哪些媒体人在谈论我的友商
- ❑ 哪些媒体人在谈论我的行业热点

哪些记者的报道对我们的品牌/市场有价值？

从数据库的记者标签中找：

- ❑ 国际综合媒体-行业版块
- ❑ 重点区域市场行业媒体
- ❑ 阿拉伯语系/法语系/西班牙语媒体
- ❑ 谈论某个热门话题的记者

每一个标签背后对应的是品牌的用户，投资人，潜在合作伙伴，画像越精准，参考象限的决定就越简单。



美通社全球媒体数据库帮助企业精准定位媒体和记者

Contact Search [Edit Search](#)

You searched for Keyword in contact profile contributor

 0 out of 5,000 [ADD TO LISTS](#) [DOWNLOAD](#) [CONNECT](#)

Freelance Journalist at The Economist - Freelancers

 **Hannah Abrams**  
Blogger at Fitt Philadelphia [>](#)
 **Sasha Abramsky** [Multiple Outlets](#)  
Contributing Writer at The Nation [>](#)
 **Sasha Abramsky** [Multiple](#)  
Freelance Writer at Abramski

 **Winnie Abramson**  
Freelance Journalist / Contributor

 **Fawzia Abu Khaled**  
Journalist at Al-Jazirah

 **Asad Abu Khalil**  
Contributor at Al-Akhbar

 **Valentina Accardo**  
Freelance Journalist at Reuters

 **Kelli Acciaro**  
Freelance Writer at Acciaro
**Ankit Mishra** · 1st

Contributor at Forbes | Head of Growth at Pngme

WEDNESDAY

**Erin Dong** · 8:24 PM

Hi Ankit, I am Erin from PRNewswire, and I am the media contact of Shanghai Electric who have plenty amount of energy projects in Asia and OBOR region, having read your articles in Forbes, I would love to connect with you to help you find company's insight or exclusive interview opportunities

**Ankit Mishra** · 8:40 PM

Hi Erin 🍌 Thanks for contacting. Sure - would you have time to chat later this week to early next week so I can understand Shanghai Electric?

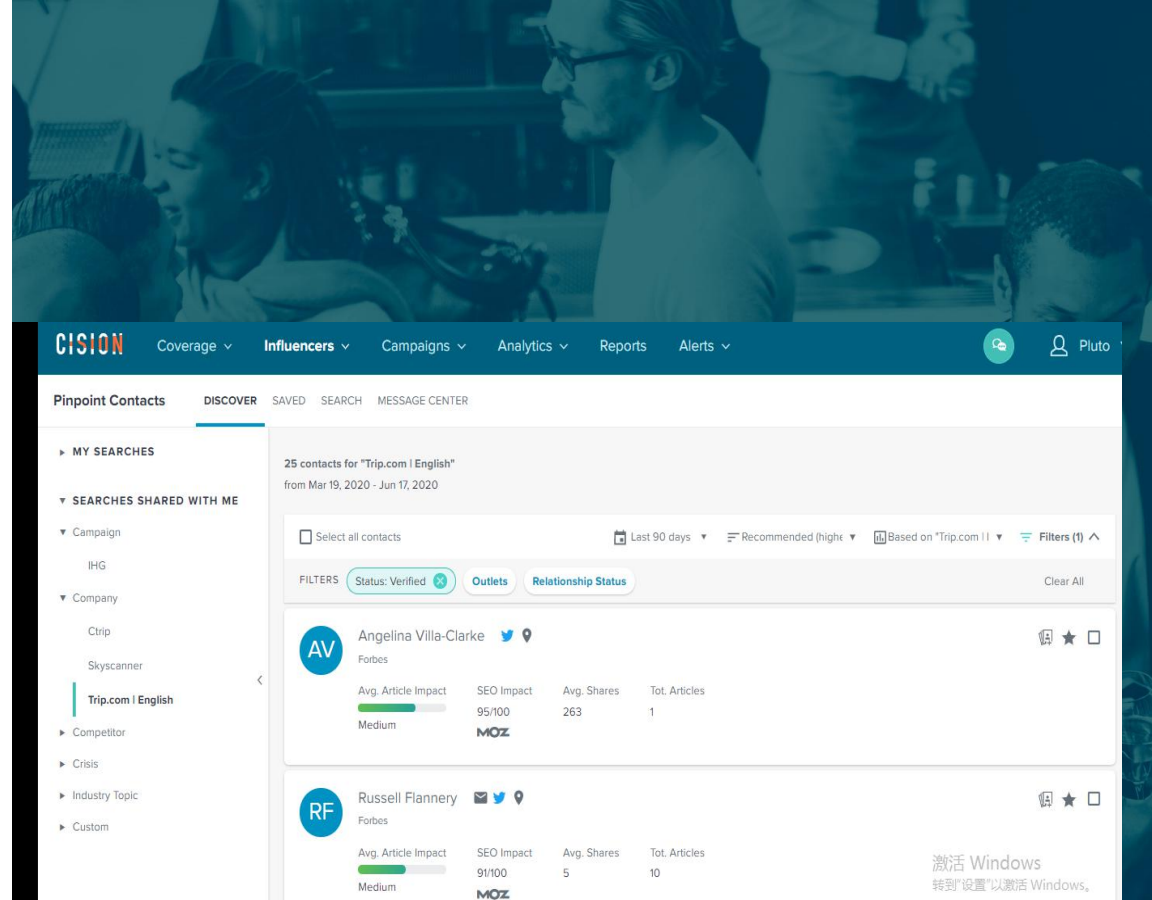
## 除了全职记者，也要重视非在编特稿记者、自由撰稿人

- ❑ 非在编特稿记者和自由撰稿人可能本身在某一领域是言论领袖，本身有全职工作，偏向产出深度的2000字上下的行业洞察，社会人文类稿件。
- ❑ 这些撰稿人通常在权威媒体有固定专栏，相比媒体记者他们有相对更长的时间去考量，评估品牌投递过来的信息，对于选题的开放程度也更高。
- ❑ 但是缺点是记者收到平台的约束力也更低，文章的观点倾向受记者个人色彩更重。
- ❑ 对于feature记者来说，案例和数据以及企业代表对某一当下热点的言论和看法非常重要。



# 管理媒体资源池

- 将媒体人按照媒体关系管理目的进行分类：比如行业媒体，大众产经媒体，或按照市场如欧美市场，“一带一路”市场，或按照公关需求如报道友商，公关危机相关报道等。同一媒体可以有多个分组标签。
- 在与媒体的长期互动中定期追踪媒体反馈，评估媒体和品牌的适配度，逐步沉淀核心媒体池



美通社全球媒体数据库帮助企业建立媒体资源池

The background is a blurred city street scene, likely in Japan, with many pedestrians walking. The image has a color gradient from orange on the left to teal on the right. A white rectangular box is centered over the image, containing the text 'STEP 2: 媒体沟通邮件'.

**STEP 2:**  
**媒体沟通邮件**

# 媒体邀约邮件

## □内容亮点提炼：

- ✓ 吸引记者到场的元素：新品首发，战略启动以及企业高层的采访机会
- ✓ Embargo (非公开披露信息) 和独家


## □操作上：

- ✓ 内容中不要提到会被微妙解读用意的记者职业操守相关的话题（例如品牌方会负责开销或其他）
- ✓ 邮件发送时间：全球性的展会媒体沟通需要提前1.5个月

# 媒体沟通邮件

- 邮件标题非常重要：将结果，愿景和目标而不是事实放进标题能吸引更多的人。标题一般不要超过15个词
- 篇幅控制在2-3自然段：研究发现58%的记者认为一封媒体沟通邮件的理想长度是2-3自然段。
- 清晰指明记者的CTA（Call to Action）例如CEO的专访，邀约参加活动或其他
- 将新闻直接写在正文而非附件，免除垃圾邮件的风险
- 善于使用多媒体素材比如图片或者一段30s的视频

[Download All 6 Story Assets \(238.56 KB\)](#)



## TrendKite Acquires Insightpool and Union Metrics to Create the First Digital PR Solution

Overview
Downloadable Assets (6)

---

**Summary**

TrendKite is making its first two acquisitions. With these acquisitions, TrendKite can build deeper integrations with products that were already being used together.

**Key Facts about Acquisition:**

- TrendKite will become the first Digital PR Solution
- TrendKite can build deeper integrations with products that were already being used together.

**Key Facts about Union Metrics:**

- Provide social media analytics: "they do the same analytics about the conversation around the story as we do around the media coverage."
- Hayes Davis is the CEO
- Had existing partnership with Union Metrics
- Entire team will join TrendKite in their offices

**Key Facts about Insightpool:**

- Provides a massive database of social media influencers: "The world now is more complicated in terms of who has influence on the public."
- Product was already being used side-by-side with TrendKite
- Create an Atlanta-based footprint for TrendKite
- Devon Wijesinghe is the CEO

**Company Background**

Founded in 2012 in Austin, Texas, **TrendKite** is the Intelligent Communications Platform that puts earned media at the heart of the

**Contact**

Amy Crow  
TrendKite  
[amy@trendkite.com](mailto:amy@trendkite.com)  
512-922-1818

**Spokespeople For This Story**

**Erik Huddleston**  
CEO of TrendKite

[Follow](#)

[in](#)



He is an expert in social media marketing, big data and lean startup/customer development. Before leading TrendKite, he ran Product for Sprinklr after the merger with Social analytics firm Dachis Group. He ran the SaaS business and built and brought to market Dachis Group's flagship social analytics platform that enables brands to optimize their paid, owned and earned tactics through the lens of earned media.

**Approved quotes from Erik Huddleston**

"Today's world is digital first, but most communication clouds were formed from the acquisition of the traditional communications tools from the analog era to make vendor management easier in our profession."

"With this merger, TrendKite customers will have the first intelligent, digital-first solution for Marketing and Communications professionals"

Story Kit Insights
See all insights



**STEP 3:**  
**海外媒体专访**

# MEDIA PREP

THE ULTIMATE  
**GUIDE**  
TO PREPPING  
FOR  
INTERVIEWS

MAKE SURE YOU ARE PREPARED FOR THE MEDIA

## METHOD



Prepare. . . don't wing it •  
Listen. . . let the reporter speak •  
Await questions. . . let interviewer ask •  
Keep it simple. . . speak in sound bites •  
Don't over-answer •  
Speak in personal terms. . . Avoid using "the company" or "we believe," use "I" instead •  
Anticipate questions and welcome the naïve ones. . . if the question sounds simple, it should be answered anyway •  
If you don't understand the question, ask to have it repeated •  
Assume it's all "on the record" •  
Don't bluff. . . if the reporter asks a questions that you can't answer, admit it. . . it's OK not to know everything •  
Don't say "no comment". . . if you can't answer, explain why

# 如何准备外媒采访

从选择外媒采访机会到掌握采访主动权

- 评估是否是一个正面背书的机会
- ✓ 对采访记者和平台做背景调查, 阅读他们以往报道和他们的社交媒体近况, 要求他们提供一份事先问题名单
- 准备关键信息和事实数据
- ✓ 尽量以讲故事的方式回答问题
- ✓ 关键的参数和数据特性要胸有成竹
- ✓ 对于一些有挑战性的问题, 真实来源数据能避免风险
- 认真地听问题, 但是掌握谈话的主动权

时刻紧扣品牌关键信息。必要的时候使用一些基本的访谈技巧:  
“That’s an interesting point however I think the real issue here is \_\_\_\_\_”, “The more interesting question is \_\_\_\_\_.” “What really matters is \_\_\_\_\_.” “The most important issue is...”

# 媒体关系素材自查清单

在开展媒体沟通之前，先自查素材是否完整

- 高分辨率的项目图片
- 受访者的最新版履历
- 媒体联系人有效的联系方式
- 最新的媒体素材包（产品单页，产品图片，活动现场图，发言人讲稿等）
- 常见问题解答清单
- 所有的图片和文档都命名
- 用dropbox等云平台发送的资料链接未失效
- 为你的专访内容或关键字，品牌名设置媒体提醒，以跟踪落稿进度。



## Media Pitching 101 Checklist

Before reaching out to the media, use RMG's **Media Pitching 101** checklist!

- High-resolution headshots
- Lifestyle Photos (horizontal)
- TV-ready attire at the office (in case the media calls!)
- Updated executive bio
- Contact information is easily accessible
- Updated media collateral
- FAQ document in Word
- All photos are properly named
- Additional sources are ready to comment
- Dropbox links are active (not expired!)
- Google Alerts set up for your industry



**STEP 4:**  
**主动参与媒体话题**



# 定期参与媒体选题

- 善用社交媒体 (#prrequest and #journorequest)
- 善用新闻选题工具如 Haro : Help A Reporter Out, Profnet,)
- 对行业相关话题保持洞察
- 保持公关敏感度

PR Newswire's PR CALENDAR FOR APAC

February | 2020

Public Holiday International Day Event/Memorial Day Festival Conferences

MONDAY	TUESDAY	WEDNESDAY	THURSDAY	FRIDAY	SATURDAY	SUNDAY
					1 Federal Territory Day (Malaysia) Sydney Ts	2
3 Beginning of Spring (Japan) Founding Day of the Vietnamese Communist party (1930)	4 Farmer's Day (Taiwan) World Cancer Day	5	6	7	8 Thaipusam (Malaysia) Lantern Festival (China & Taiwan) Cap Go Meh Festival (Indonesia)	9 The Oscars Hong Kong Marathon 2020 Indonesia's National Press Day

美通社公关月历 PR Calendar

abc NEWS VIDEO LIVE SHOWS 2020 ELECTIONS CORONAVIRUS

## China's companies emerge as global donors in virus pandemic

The coronavirus pandemic has marked the debut of Chinese companies as global humanitarian donors alongside their American, European and Japanese counterparts

By JOE McDONALD AP Business Writer  
9 June 2020, 18:42 • 6 min read



FILE - In this May 15, 2019, file photo, founder of Alibaba group Jack Ma arrives for the Tech for Good summit in Paris. As the coronavirus spread, the world's richest communist dug into his deep pockets. Jack Ma, founder of e-commerce giant Alibaba Group and a member of the ruling Communist Party, helped to pay for 1,000 ventilators delivered to New York in April. Ma's foundation also is giving ventilators, masks and other supplies in Africa, Latin America and Asia. (AP Photo/Thibault Camus, File)

PR Newswire's HARO

MY ACTIVITIES MY CAMPAIGNS HARO EDITORIAL CALENDARS STREAMS

Keyword

SEARCH

美通社全球媒体数据库帮助企业对接媒体选题

# 参与媒体选题注意事项

不是所有的参与都有保证的结果，但是这些建议能帮助你有所准备

## 仔细阅读媒体选题的标准

- 如果你不能满足所有的条件，不要回复
- 当你回复的时候，注意将记者需要的重点内容优先放置

## 迅速严谨的回复

- 比如在HARO, 共有800,000公关人在使用，时间就是机会
- 审阅你的回复，不要出现数据错误和没有官方来源的信息

## 尽量减少来回沟通的麻烦

- 不要说“我有一个专家可评论你的选题”，直接告诉他们专家名字和背景，他可以提供什么样的信息和观点。直接的引言甚至更好！

## 切题不发散

- 只回答记者需要的内容，最好增加太多企业自己希望宣传的内容，企业/行业专家背景介绍除外。

## 简明扼要

- 200-300字的邮件正文，其他可以留给链接。

## 联系人信息完整

- 理想状态下你的媒体邀约邮件应该包括记者需要的所有信息。但是务必留下媒体代表联络方式，记者若有追问需求或者需要对信息提供者做背景调查，则大有用处。

# 善用工具量化评估 媒体关系管理工作

利用媒体关系管理工具，分析数据维度，为媒体关系管理战略提供参考，建议分析的维度：

- 打开率：成功触及到的记者数
- 媒体的地域分布：品牌在哪些市场的媒体基础较好？是否与重点市场重叠？
- 媒体类型分析：行业媒体/大众媒体表现较好？
- 出稿情况：设置监测提醒，追踪媒体改写和转载
- 记者反馈：媒体联系人标签化管理（初次报道，偶尔报道，多次报道，正面/反面提及，不希望收到稿件）



# 借助媒体数据库管理平台 建立媒体关系 workflow

- ✓ 通过媒体数据库进行常态化媒体关系管理
- ✓ 定时关注长期&短期媒体选题
- ✓ 媒体关系管理评估与分析

Q&A