

# ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>ДЛЯ КОГО, О ЧЕМ И ЗАЧЕМ ЭТА КНИГА</b> .....	<b>8</b>
<b>ГЛАВА 1. ЧТО ТАКОЕ СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И ЗАЧЕМ ОНИ НАМ</b> .....	<b>11</b>
Целевые аудитории .....	12
Восемь вещей, которые пиарщик должен знать о продажах .....	17
<b>ГЛАВА 2. КАК УСТРОЕНЫ СМИ</b> .....	<b>23</b>
<b>ГЛАВА 3. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПОВОДЫ</b> .....	<b>38</b>
Обязательные информационные поводы .....	44
Естественные и искусственные инфоповоды .....	46
Профессиональные и отраслевые конкурсы .....	47
Инфоповод без события .....	48
Опрос как инфоповод .....	49
Резкая критика или неожиданный взгляд на какие-то события .....	49
Как добывать информационные поводы внутри организации .....	51
<b>ГЛАВА 4. ПРЕСС-РЕЛИЗ</b> .....	<b>55</b>
Структура пресс-релиза .....	59
Заголовок .....	64
Лид .....	64
Основной блок .....	65

Цитаты в пресс-релизе .....	65
Бэкграунд .....	68
Анонс для прессы .....	73
<b>ГЛАВА 5. СУХИМ ЯЗЫКОМ ФАКТОВ.....</b>	<b>76</b>
Бэкграундер .....	77
Факт-лист .....	81
Лист вопросов и ответов.....	83
Биография.....	85
Кейс .....	87
<b>ГЛАВА 6. ЖИВЫМ ЯЗЫКОМ ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА.....</b>	<b>90</b>
Байлайнер .....	90
Пиар-интервью .....	92
Как сделать хорошее PR-интервью.....	97
Подготовка к интервью.....	98
После беседы .....	103
Открытое письмо .....	104
Адресат.....	105
Тема.....	105
Структура .....	106
Объем .....	106
Где публиковать.....	106
Поздравления.....	107
Благодарственное письмо .....	116
<b>ГЛАВА 7. СУХИМ ЯЗЫКОМ ЦИФР.....</b>	<b>120</b>
IR-релизы.....	122
Годовой отчет .....	124
Инвестиционный меморандум.....	127

<b>ГЛАВА 8. ЗАГОЛОВКИ В ТЕКСТАХ. КАКИХ ОШИБОК СЛЕДУЕТ ИЗБЕГАТЬ</b> .....	130
<b>ГЛАВА 9. КАК ПИСАТЬ КОММЕНТАРИИ ДЛЯ СМИ</b> .....	136
<b>ГЛАВА 10. КАК ДОСТУЧАТЬСЯ ДО ЧИТАТЕЛЯ</b> .....	140
<b>ГЛАВА 11. СТОРИТЕЛЛИНГ ДЛЯ PR-ТЕКСТОВ</b> .....	142
Какой должна быть хорошая история для сторителлинга? .....	143
Какие сценарии брать для историй .....	143
Где брать идеи для сторителлинга? Пять источников, про которые вы, вероятно, не задумывались .....	145
<b>ГЛАВА 12. КАК УЛУЧШИТЬ ВАШИ ТЕКСТЫ</b> .....	148
Содержание .....	148
Оформление текстов .....	152
<b>ГЛАВА 13. РУССКИЙ ЯЗЫК КАК ИНСТРУМЕНТ ПИАРЩИКА. ОШИБКИ И ПОДСКАЗКИ</b> .....	161
<b>ГЛАВА 14. НУЖНЫ ЛИ ПИАРЩИКУ ПОЛЕЗНЫЕ СВЯЗИ, ИЛИ ЗАЧЕМ КОММУНИКАТОРУ НЕТВОРКИНГ</b> .....	183
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b> .....	189
<b>ОБ АВТОРЕ</b> .....	191