

ASSESSORES NA VISÃO DO JORNALISTA 2017

As redes sociais são um modo de se apresentar e estreitar relacionamento com os jornalistas

INTRODUÇÃO

Em pesquisa realizada com cerca de 400 jornalistas, o Comunique-se compreendeu a visão atual do jornalista sobre os assessores de imprensa.

Envolvendo perguntas de panorama geral e também com foco no meio digital, o principal posicionamento estabelecido foi da necessidade de aproximação e fortalecimento da relação com o assessor, incluindo as redes sociais como um meio para ser explorado com tal finalidade.

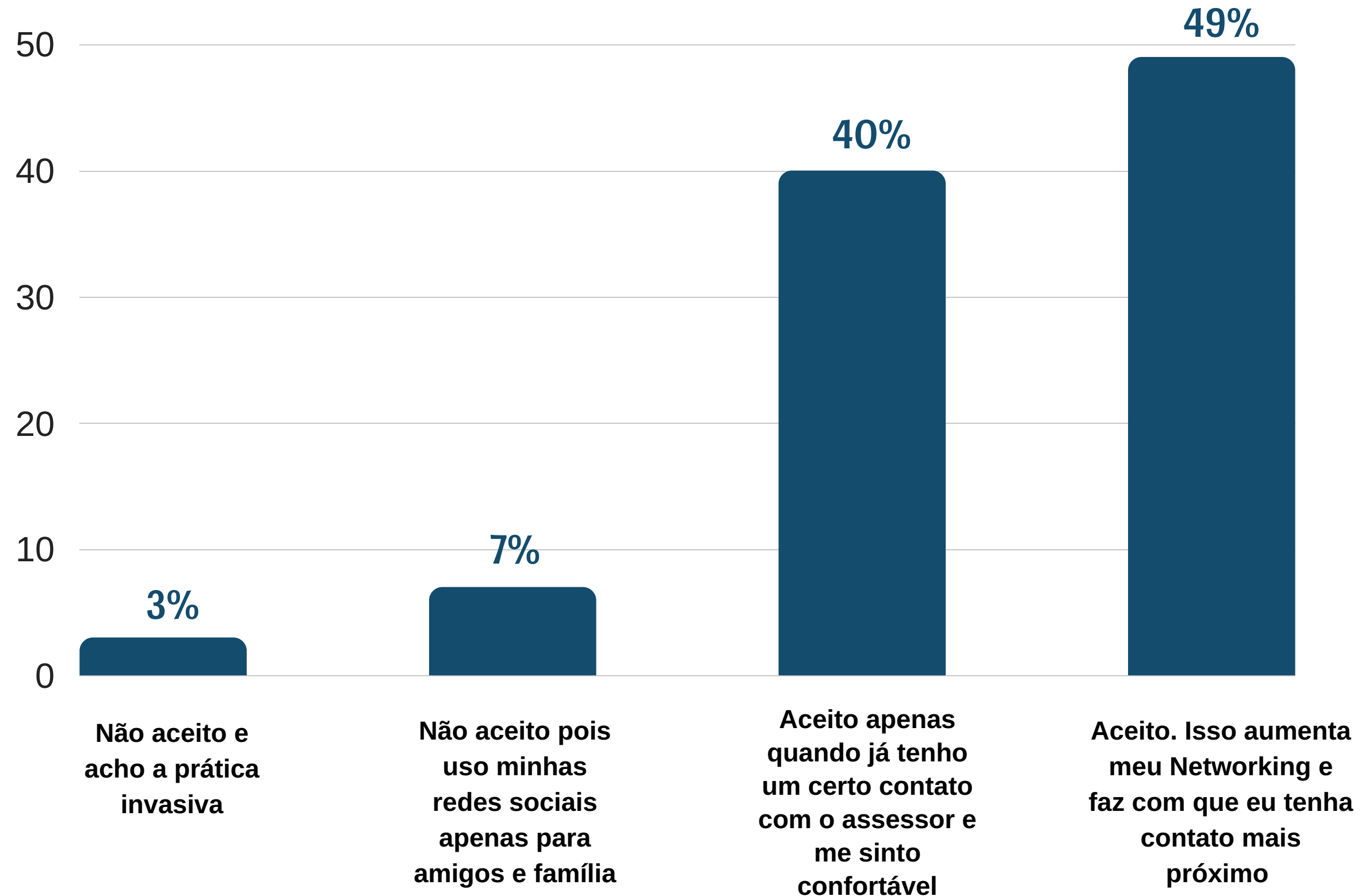
Fica claro que a construção de um relacionamento de influência não se trata de apenas qualificar segmentações e enviar releases. Quase 90% dos jornalistas tendem a aceitar/adicionar assessores nas redes sociais, o que as coloca em função das assessorias como um modo de se apresentar e estreitar relacionamento com os jornalistas.

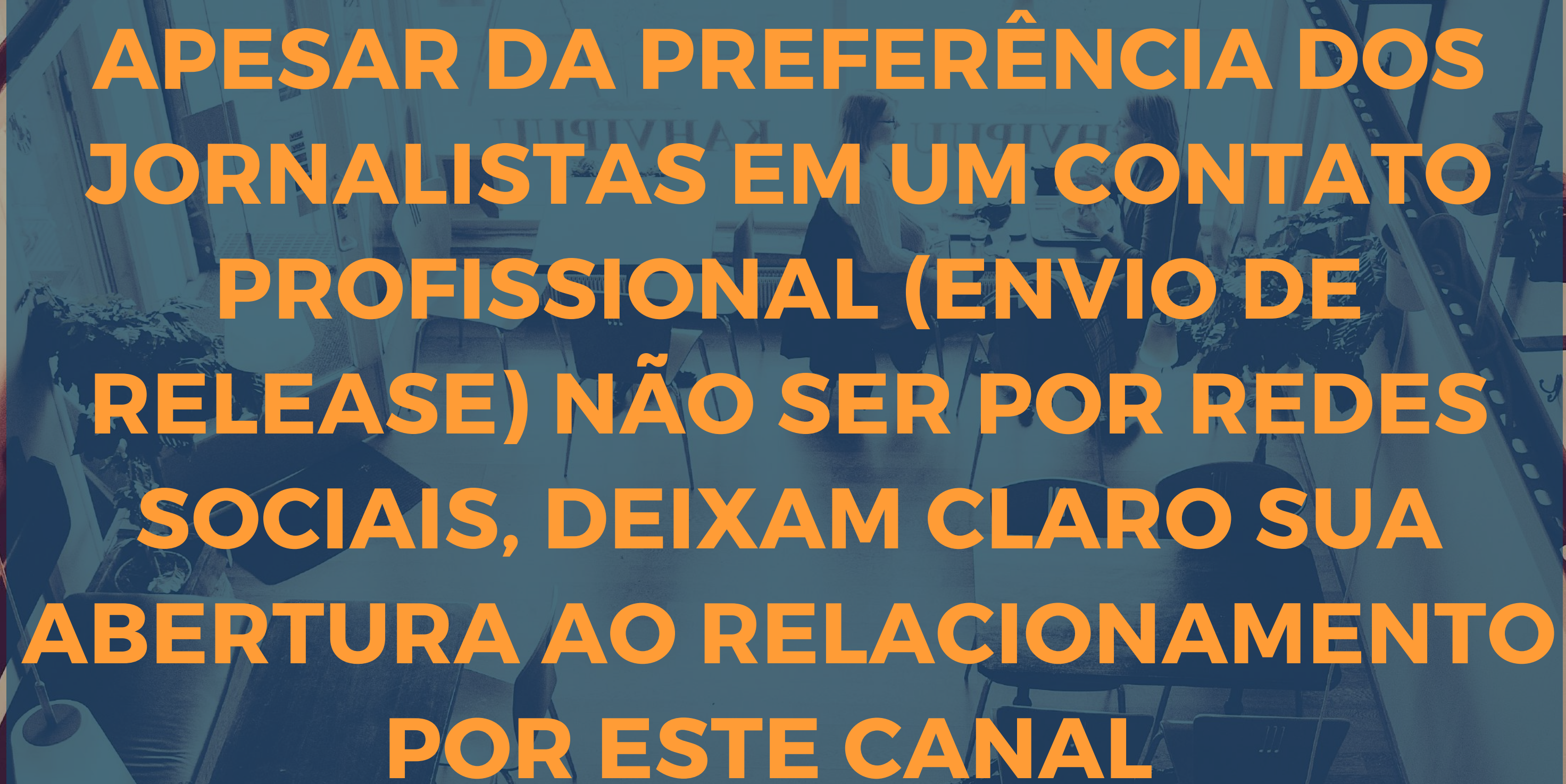


A close-up photograph of a person's hands holding a smartphone. The person is wearing a brown leather watch on their left wrist. The smartphone screen displays a page for 'OFF FESTIVAL' with a logo and some text. The background is a blurred, warm-toned setting, possibly a festival or outdoor event. A semi-transparent blue rectangular box is overlaid on the center of the image, containing the main text in orange.

**REDES SOCIAIS COMO MEIO
DE RELACIONAMENTO SÃO
BEM ACEITAS POR GRANDE
PARTE DOS JORNALISTAS**

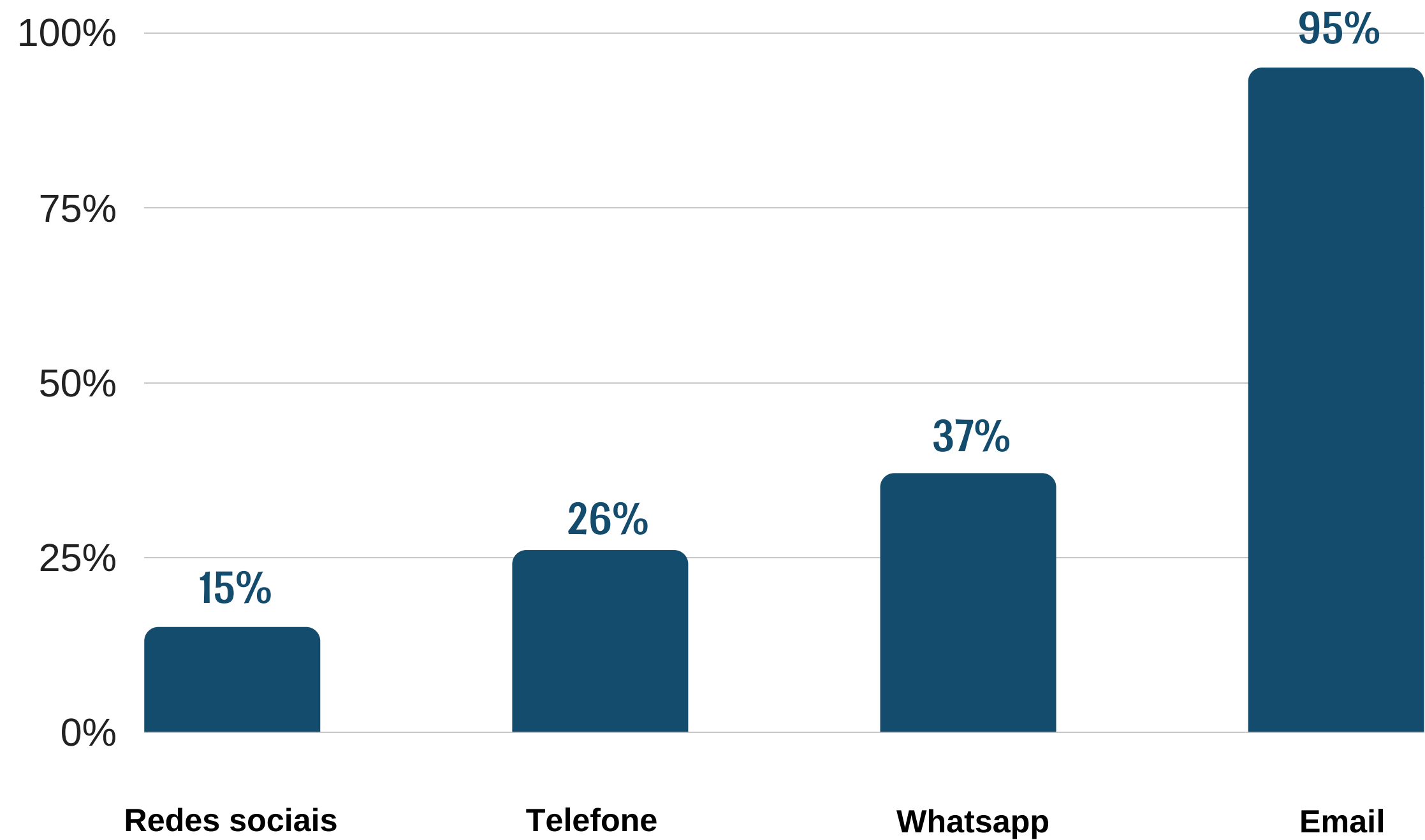
Como você reage quando é adicionado(a) por um assessor de imprensa em redes sociais?




A vintage-style photograph of a cafe interior. The scene is viewed from a high angle, looking down into the cafe. In the background, a sign on the wall reads "CAFFÈ" in a stylized font. Several people are seated at tables, engaged in conversation. The cafe has a classic aesthetic with wooden tables, chairs, and a counter area. A blue semi-transparent rectangular overlay covers the center of the image, containing white text. The text is in all caps and reads: "APESAR DA PREFERÊNCIA DOS JORNALISTAS EM UM CONTATO PROFISSIONAL (ENVIO DE RELEASE) NÃO SER POR REDES SOCIAIS, DEIXAM CLARO SUA ABERTURA AO RELACIONAMENTO POR ESTE CANAL".

**APESAR DA PREFERÊNCIA DOS
JORNALISTAS EM UM CONTATO
PROFISSIONAL (ENVIO DE
RELEASE) NÃO SER POR REDES
SOCIAIS, DEIXAM CLARO SUA
ABERTURA AO RELACIONAMENTO
POR ESTE CANAL**

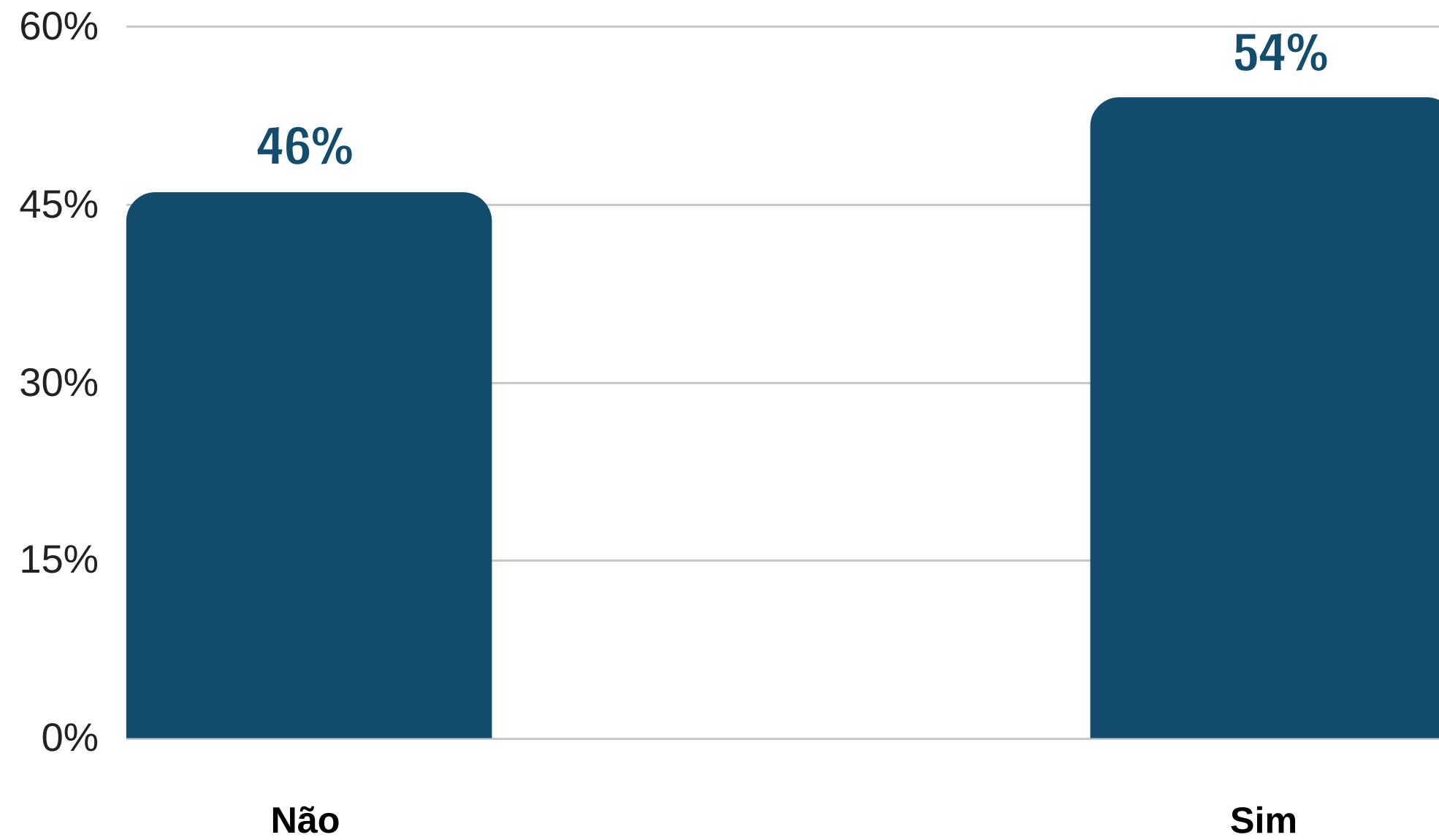
Através de quais meios você prefere ser contatado?

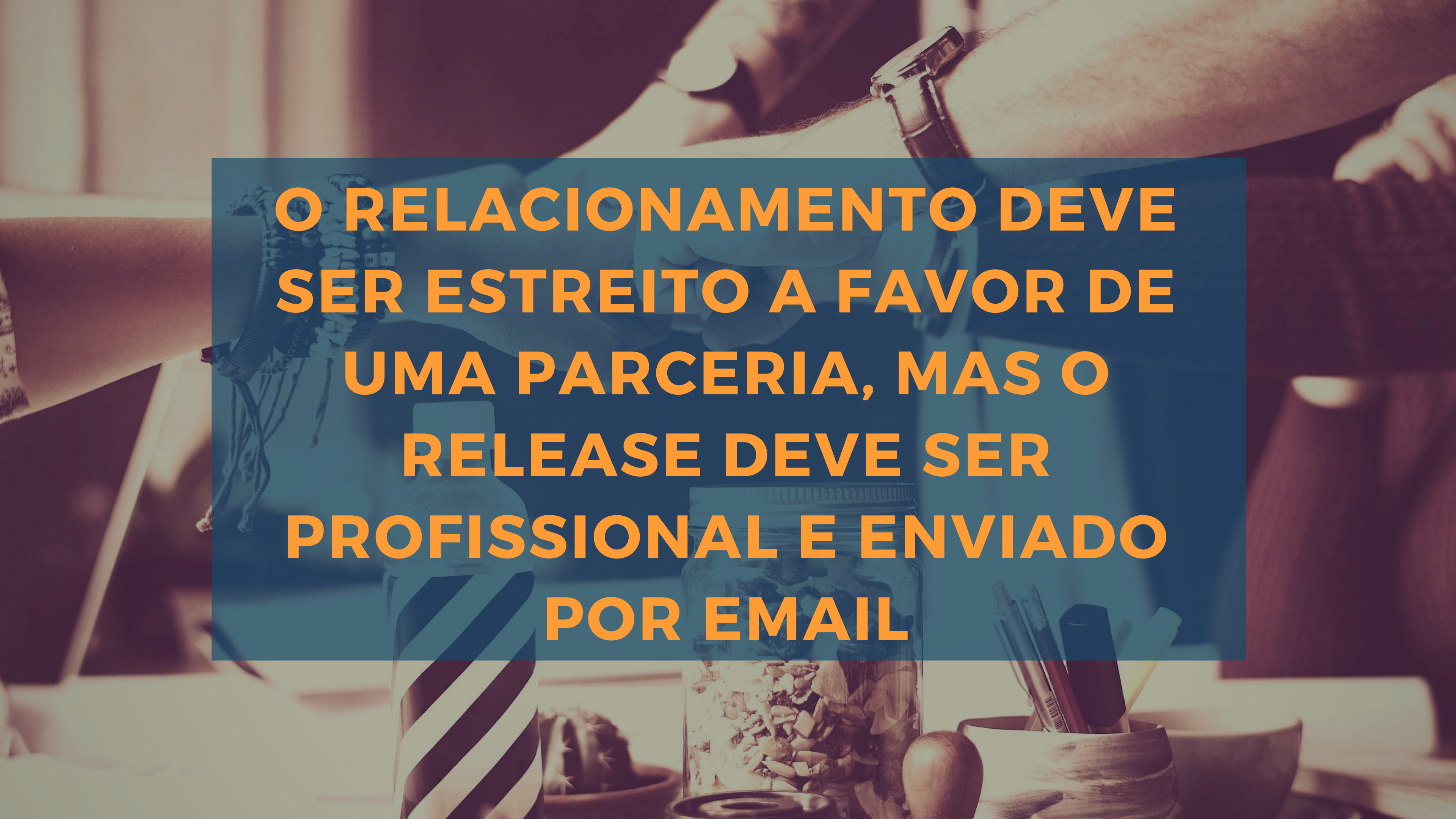




**A IMPRESSÃO DE QUE O
ASSESSOR TEM UM
RELACIONAMENTO
PROFISSIONAL DISTANTE DO
JORNALISTA AINDA EXISTE E
ISSO PODE SER RELACIONADO
ÀS REDES SOCIAIS**

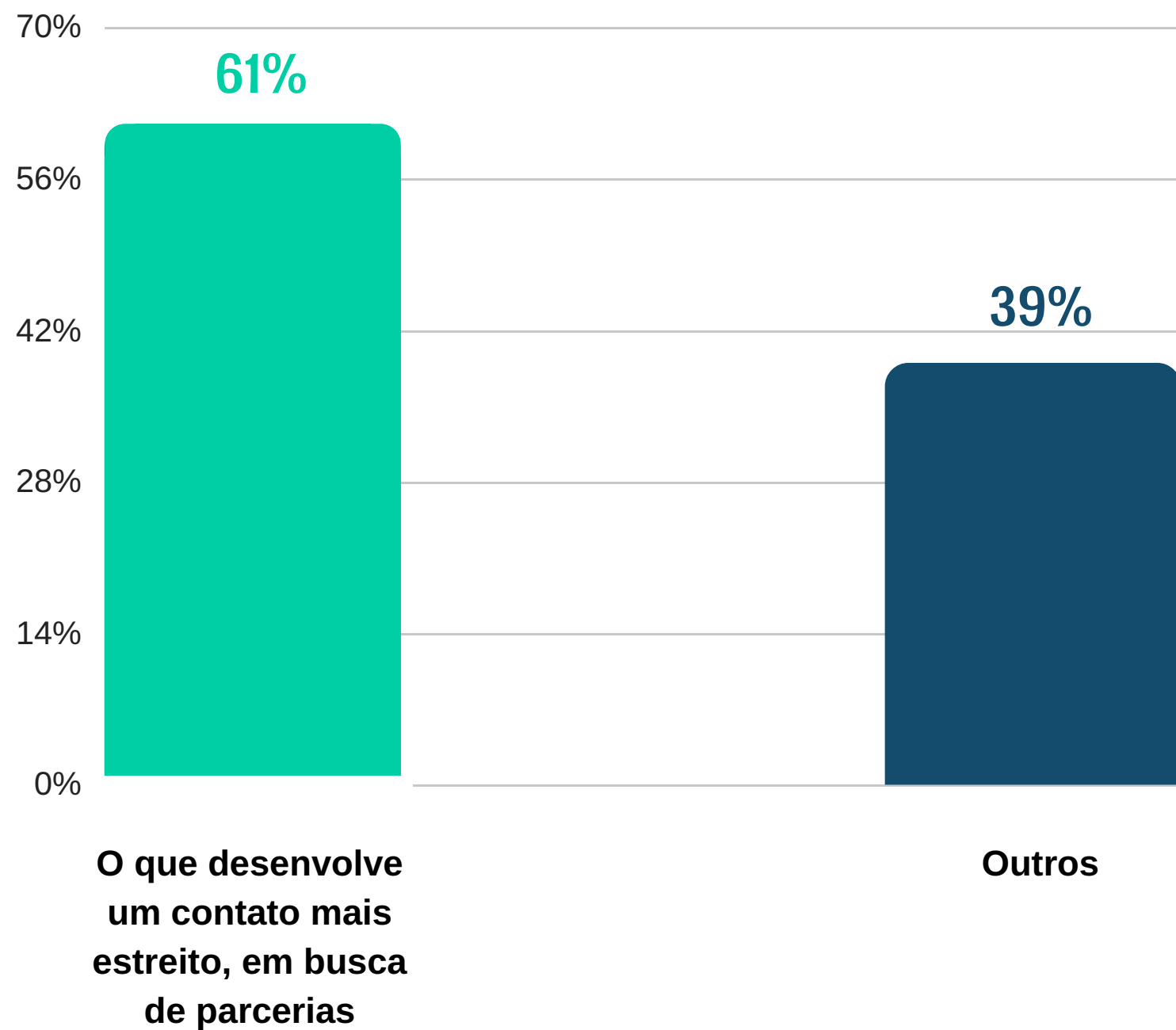
**Historicamente, o assessor de imprensa é visto pelo jornalista como "do lado de lá do balcão".
Ainda é assim?**



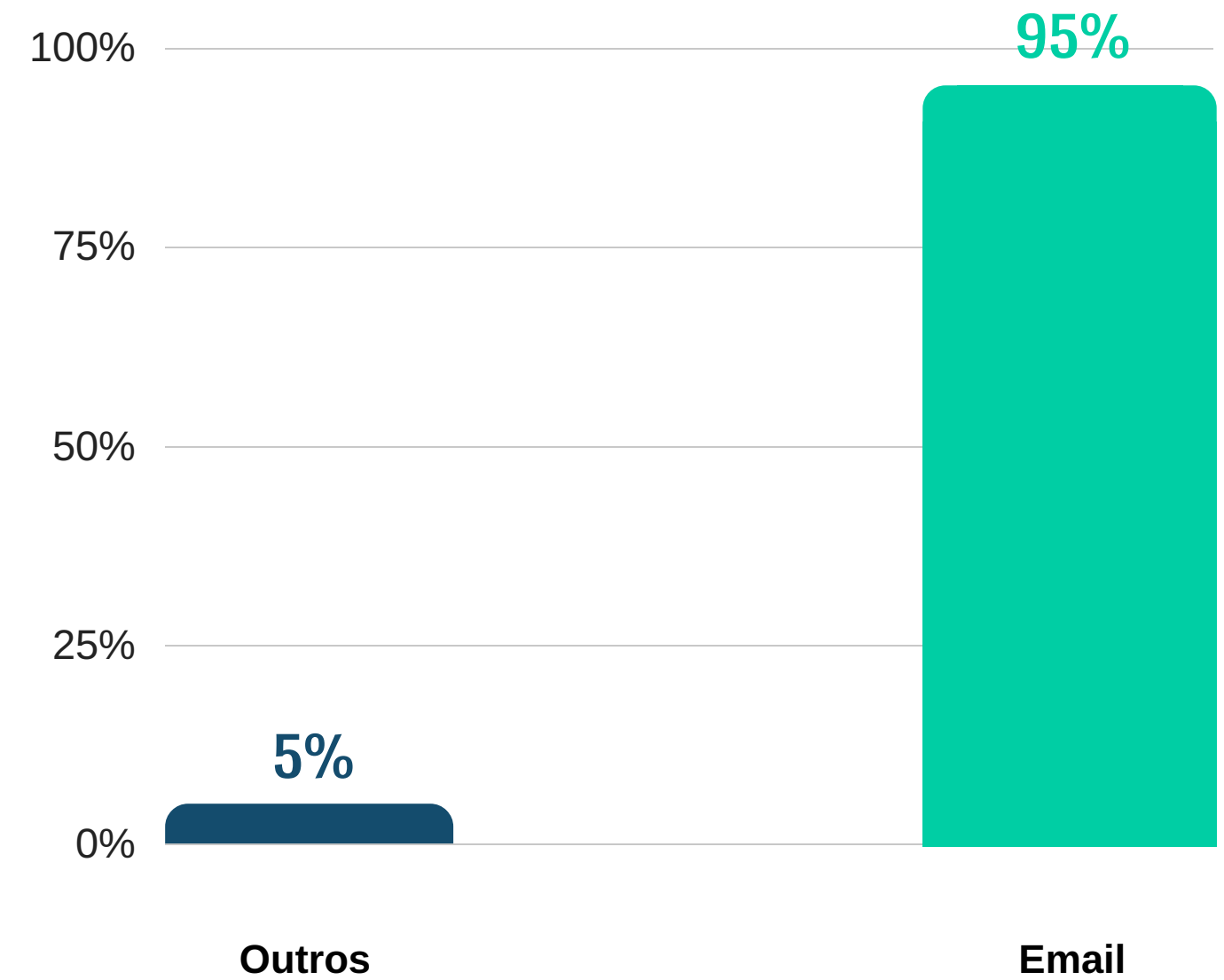


**O RELACIONAMENTO DEVE
SER ESTREITO A FAVOR DE
UMA PARCERIA, MAS O
RELEASE DEVE SER
PROFISSIONAL E ENVIADO
POR EMAIL**

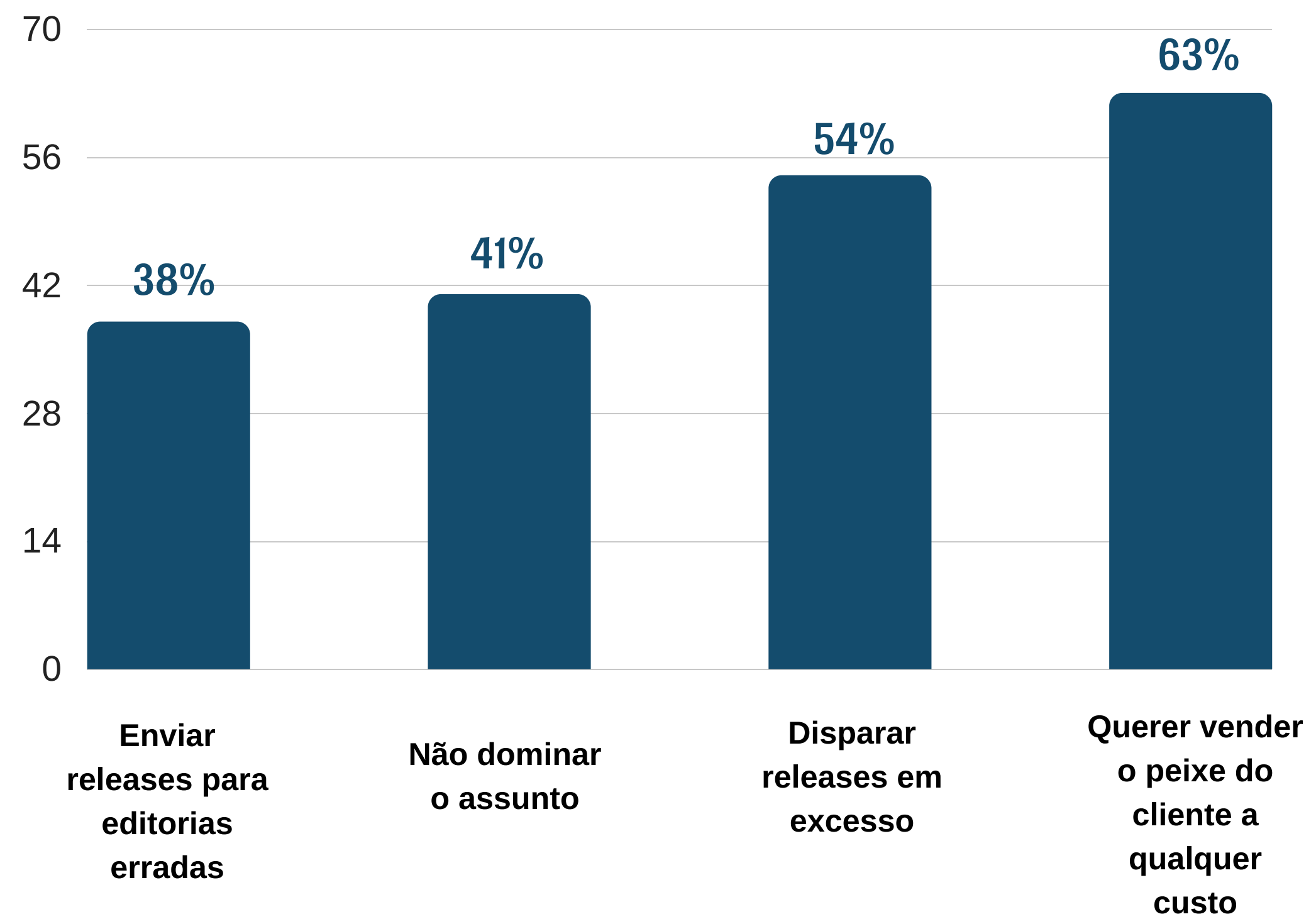
Que tipo de follow-up de um assessor é mais bem aceito pelo jornalista?

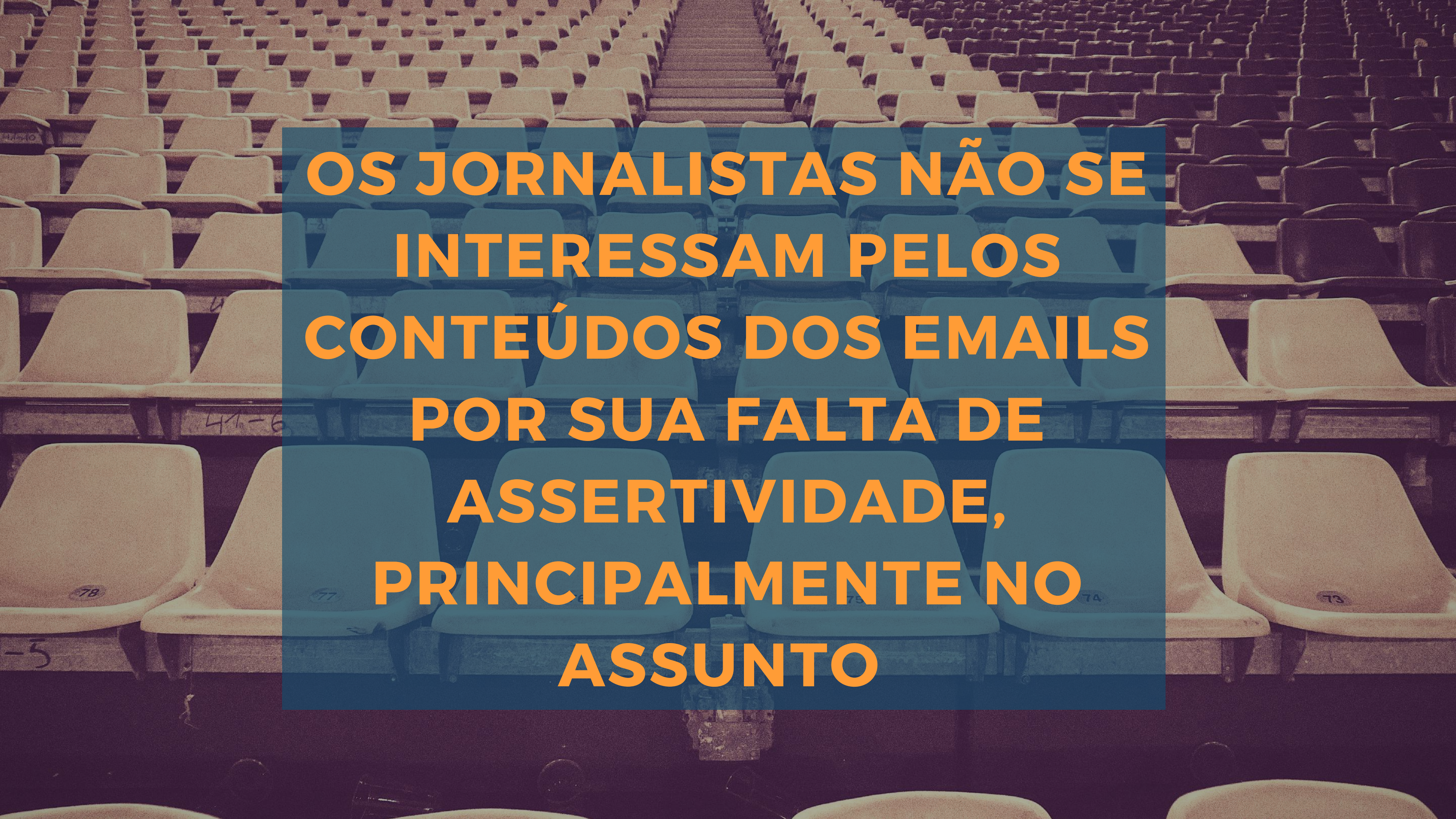


Através de quais meios você prefere ser contatado?



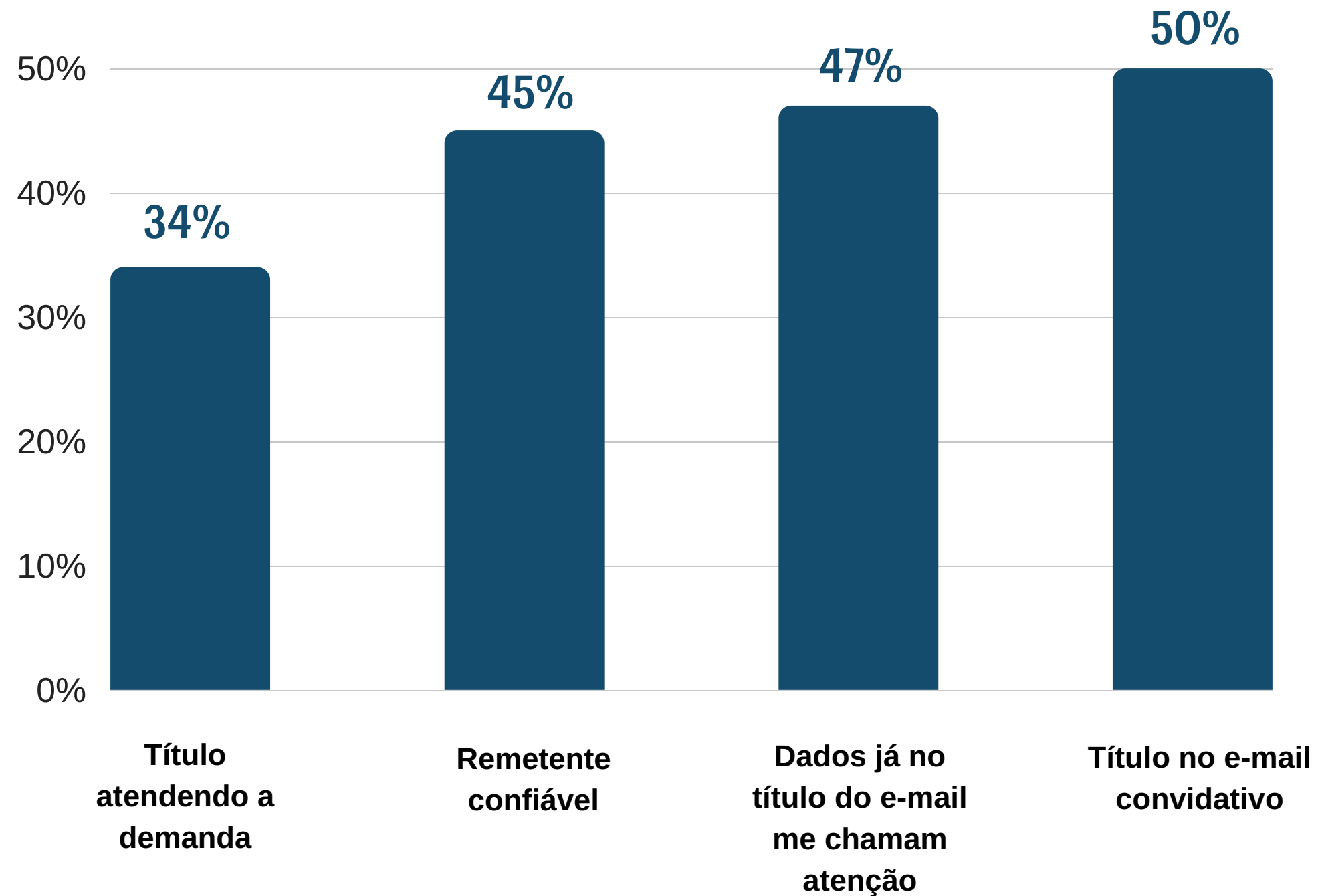
Quais os principais erros cometidos pela assessoria de imprensa?

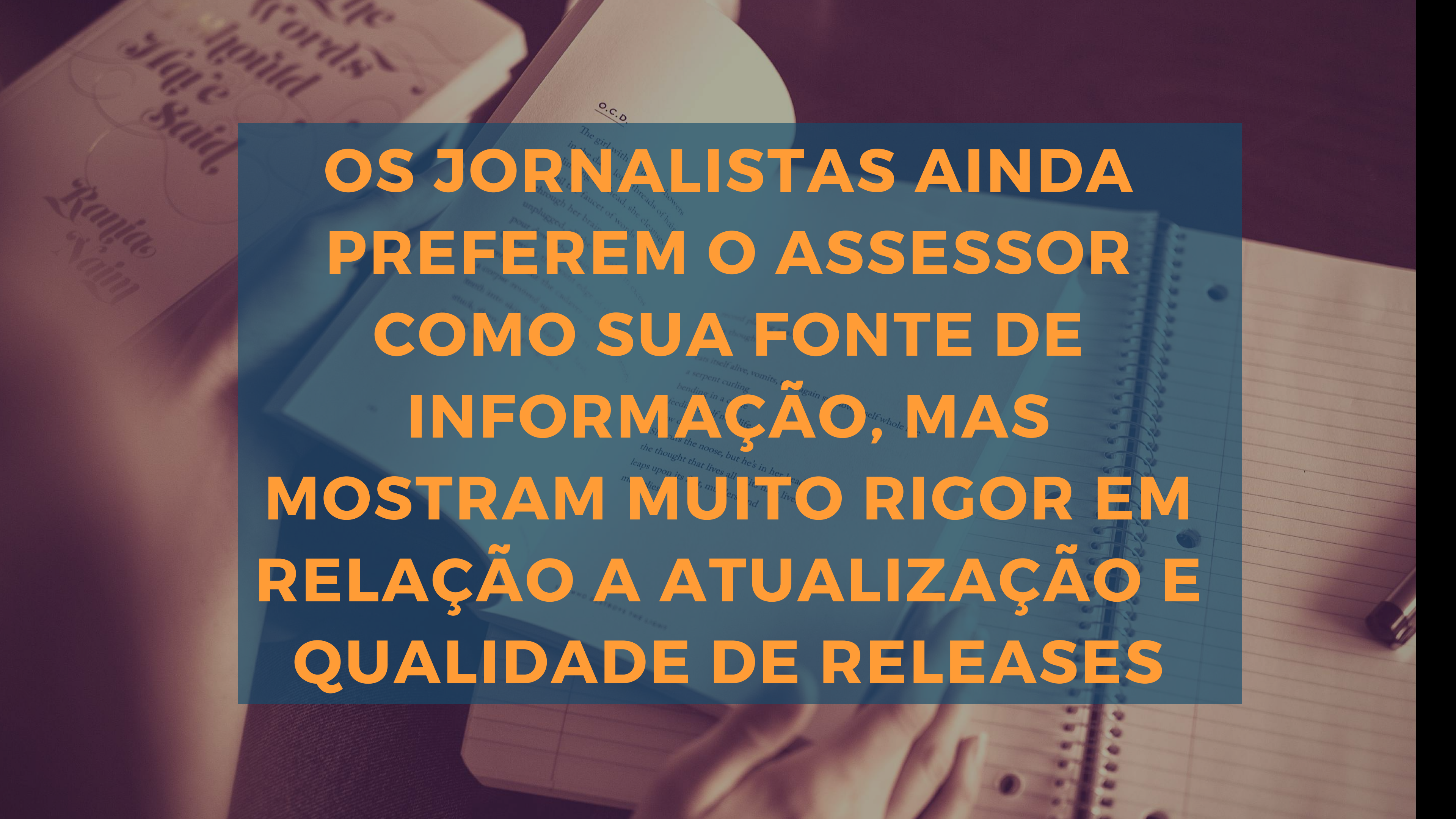




**OS JORNALISTAS NÃO SE
INTERESSAM PELOS
CONTEÚDOS DOS EMAILS
POR SUA FALTA DE
ASSERTIVIDADE,
PRINCIPALMENTE NO
ASSUNTO**

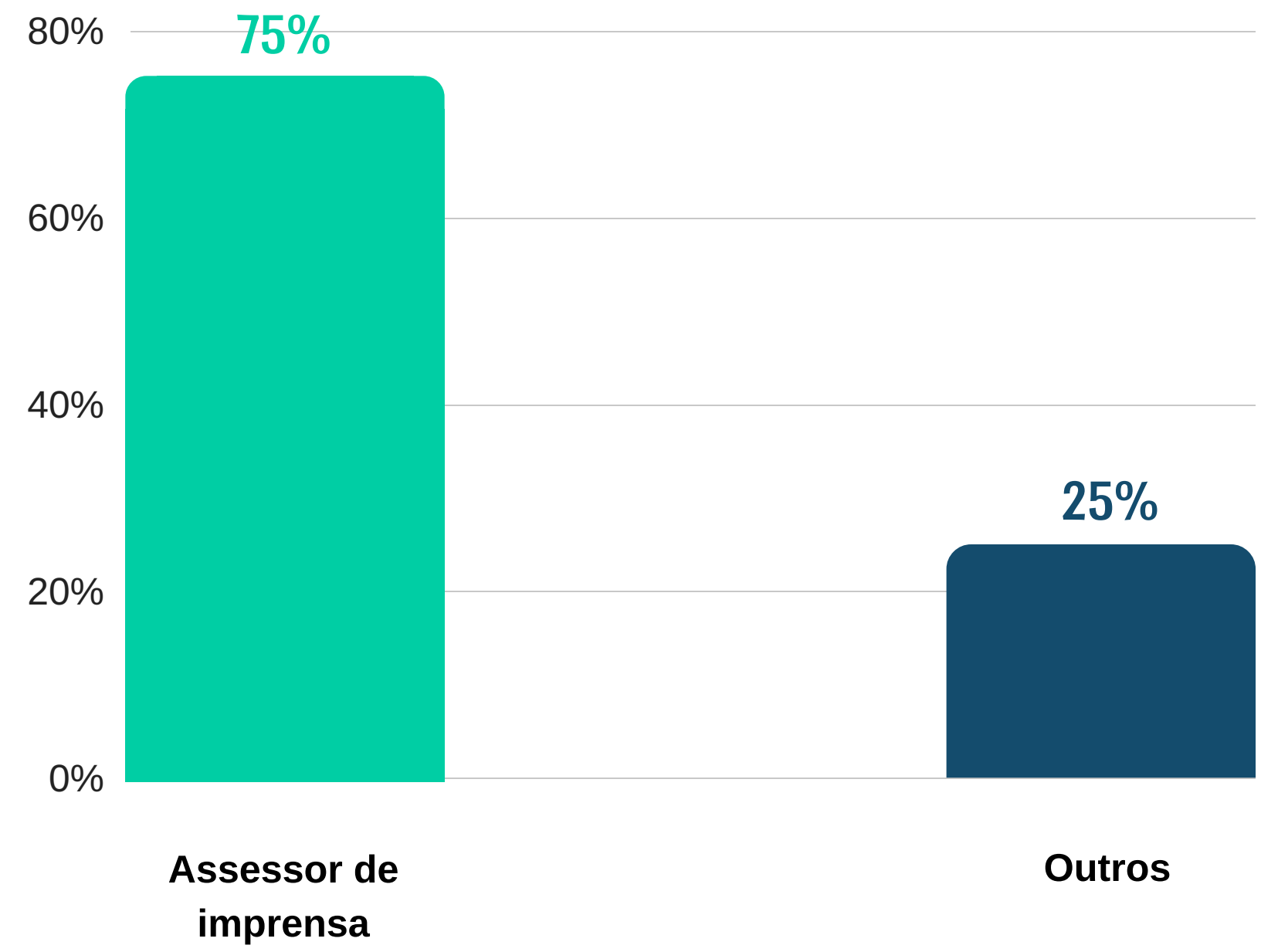
O que faz com que você tenha interesse em abrir um e-mail com informações enviadas por assessorias?



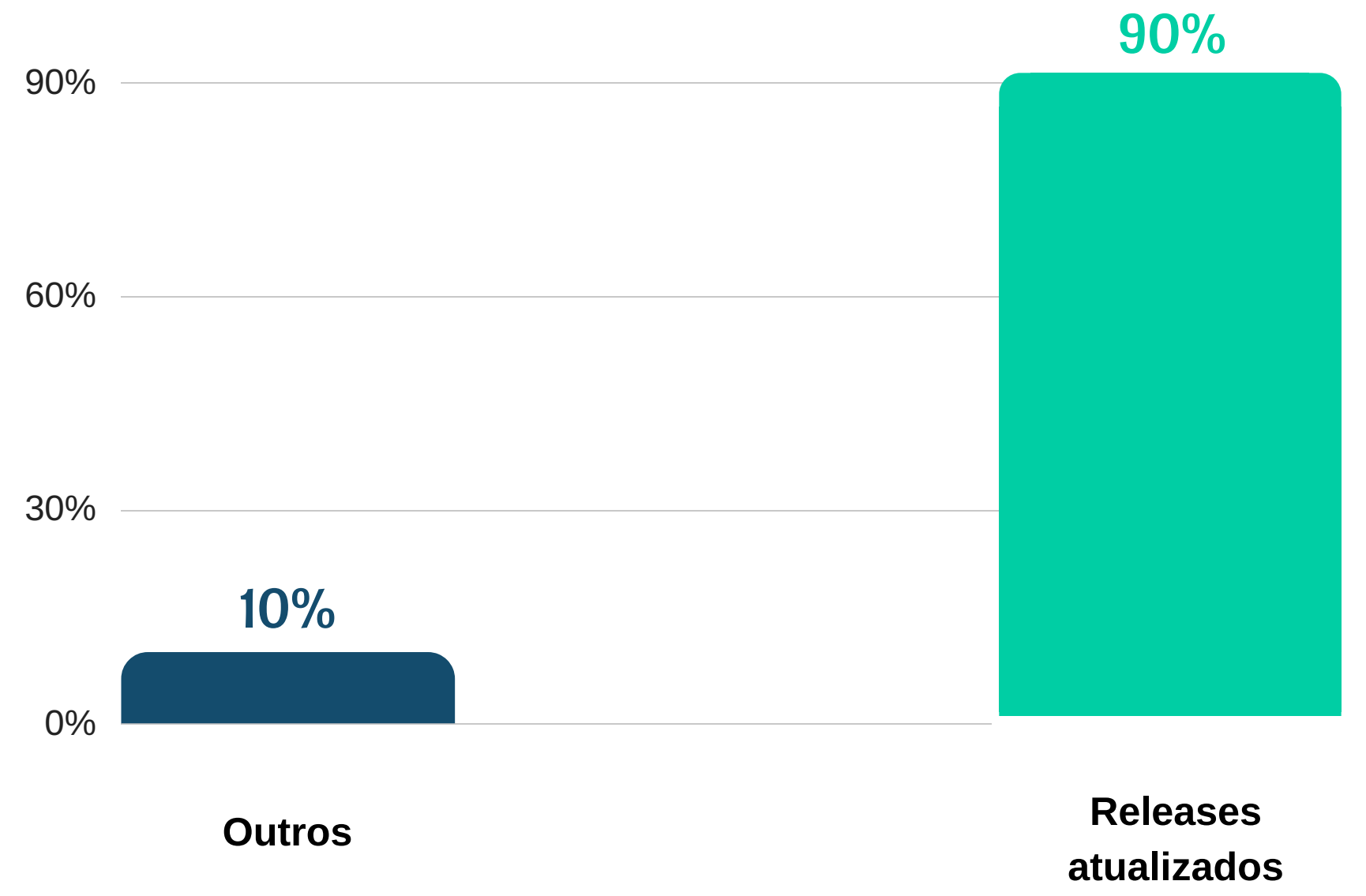
The background features a desk with a blue spiral notebook, a pen, and a book. The notebook has some faint text on it, including "o.c.d.", "The girl with", "in the dis", "threads of hair", "through her faucet of words", "unplugged", "a serpent curling", "vomits, again s", "bending in a c", "feeding", "If n", "self whole", "She puts the noose, but he's in her tea", "the thought that lives all its life", "leaps upon its", "m", "lives".

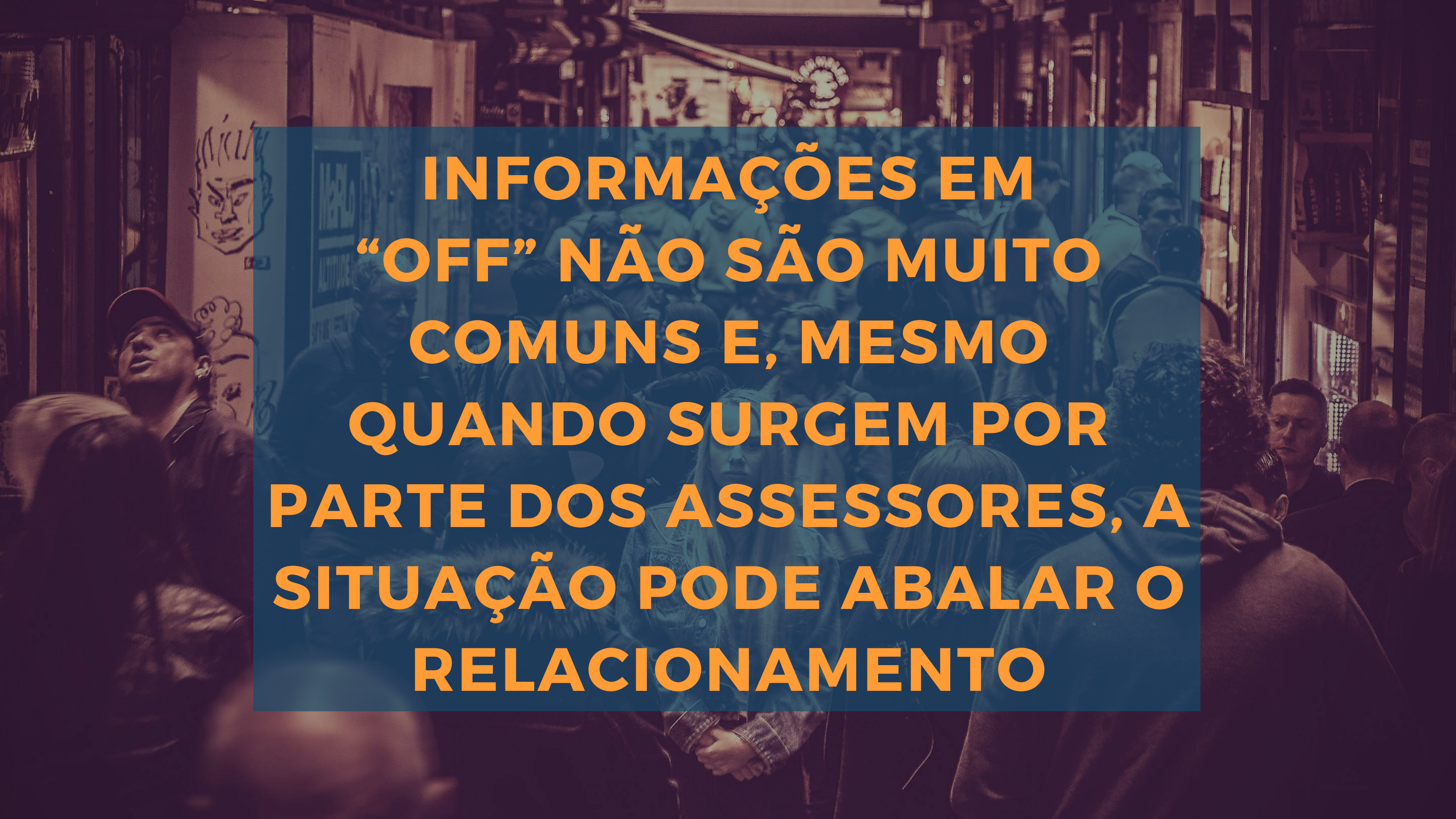
**OS JORNALISTAS AINDA
PREFEREM O ASSESSOR
COMO SUA FONTE DE
INFORMAÇÃO, MAS
MOSTRAM MUITO RIGOR EM
RELAÇÃO A ATUALIZAÇÃO E
QUALIDADE DE RELEASES**

Quais fontes de dados da empresa são as mais confiáveis?



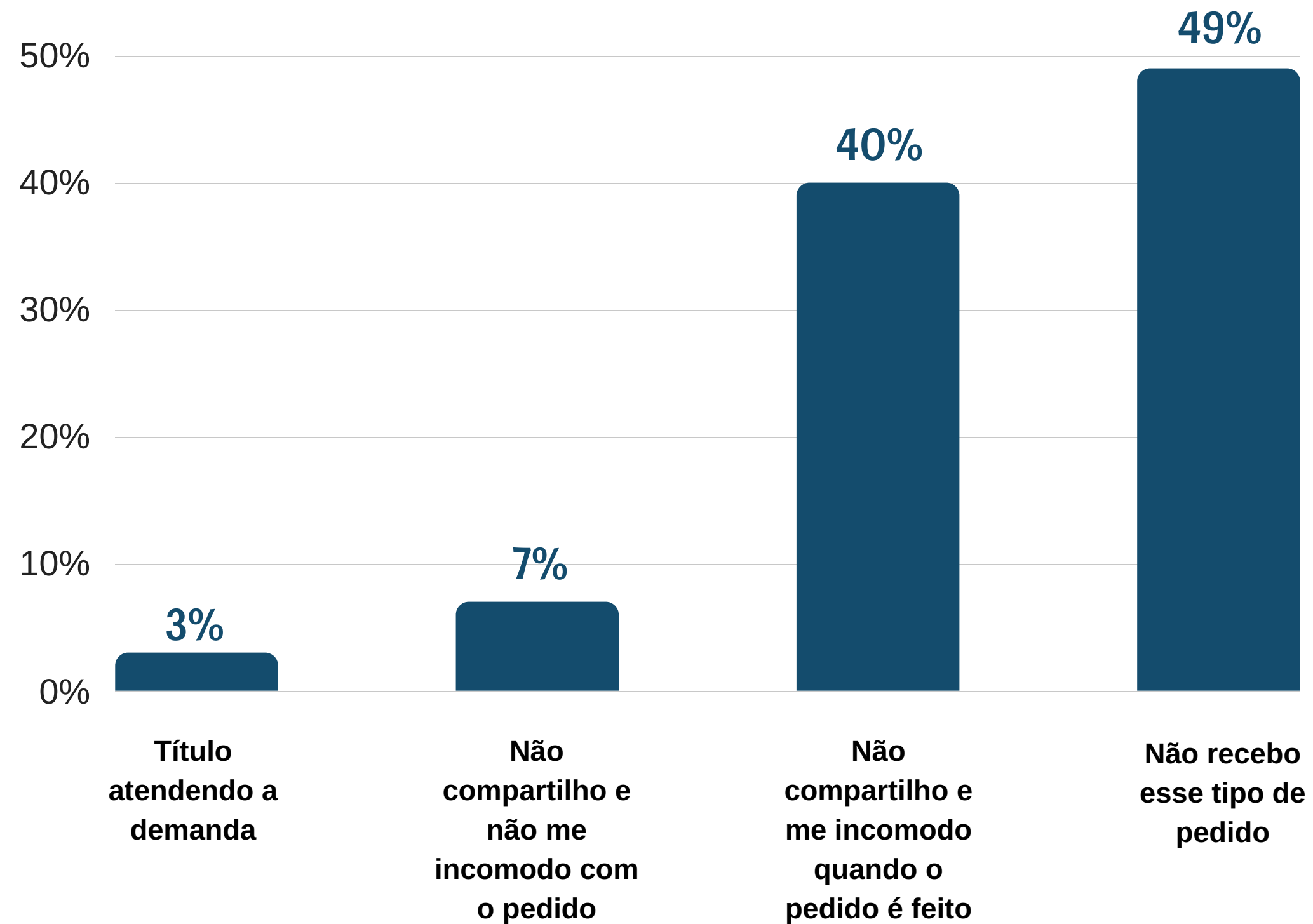
Que tipo de informações você gosta de encontrar nas salas de imprensa?



A photograph of a crowded hallway, possibly in a school or office building. The hallway is filled with people, some looking towards the camera and others looking away. There are graffiti tags on the walls, including a prominent one of a face with spiky hair. The lighting is somewhat dim, and the overall atmosphere is busy and somewhat chaotic. A semi-transparent blue box is overlaid on the center of the image, containing white text.

**INFORMAÇÕES EM
“OFF” NÃO SÃO MUITO
COMUNS E, MESMO
QUANDO SURGEM POR
PARTE DOS ASSESSORES, A
SITUAÇÃO PODE ABALAR O
RELACIONAMENTO**

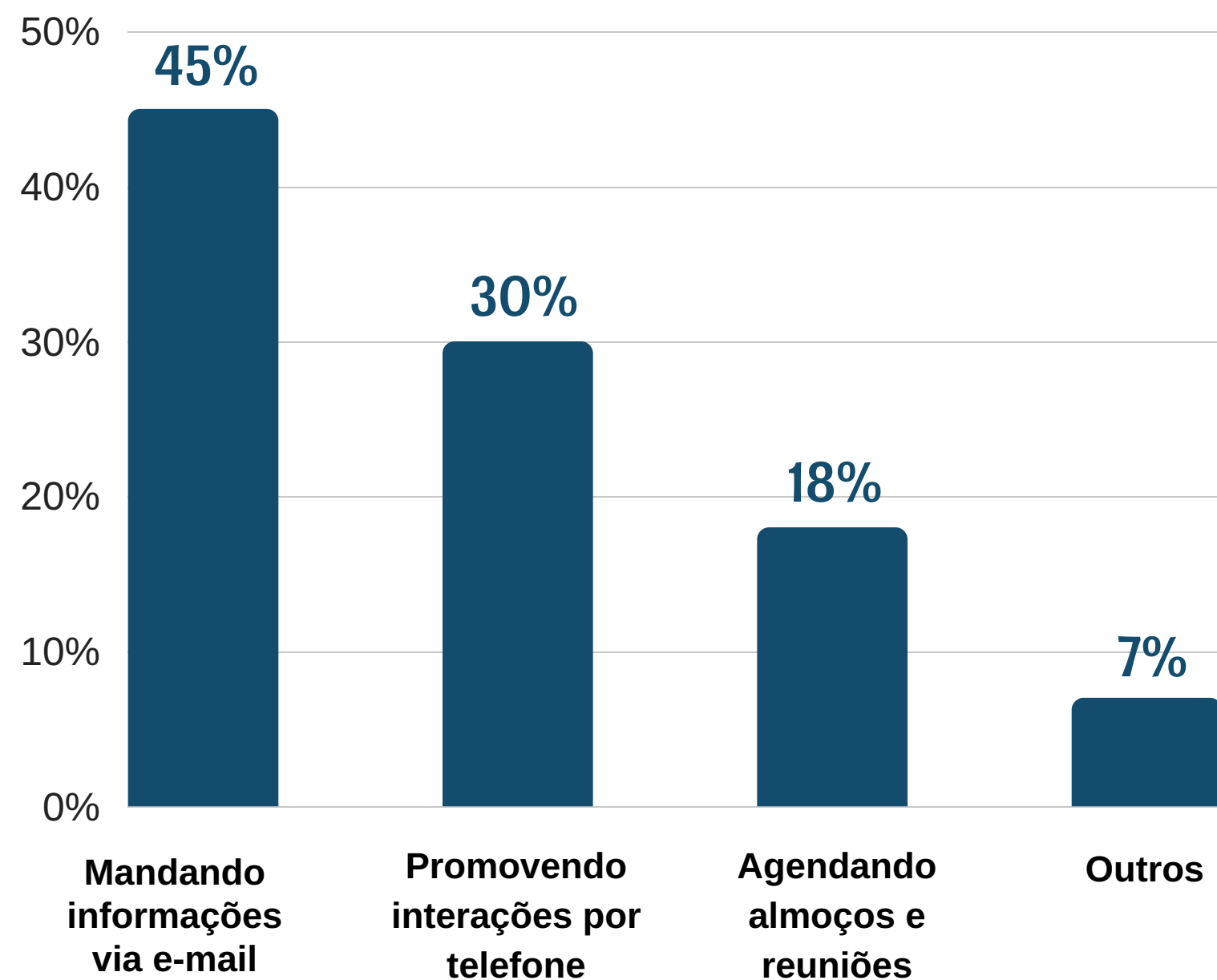
Como você age quando o assessor pede para que você revele uma fonte de informação em "off"?



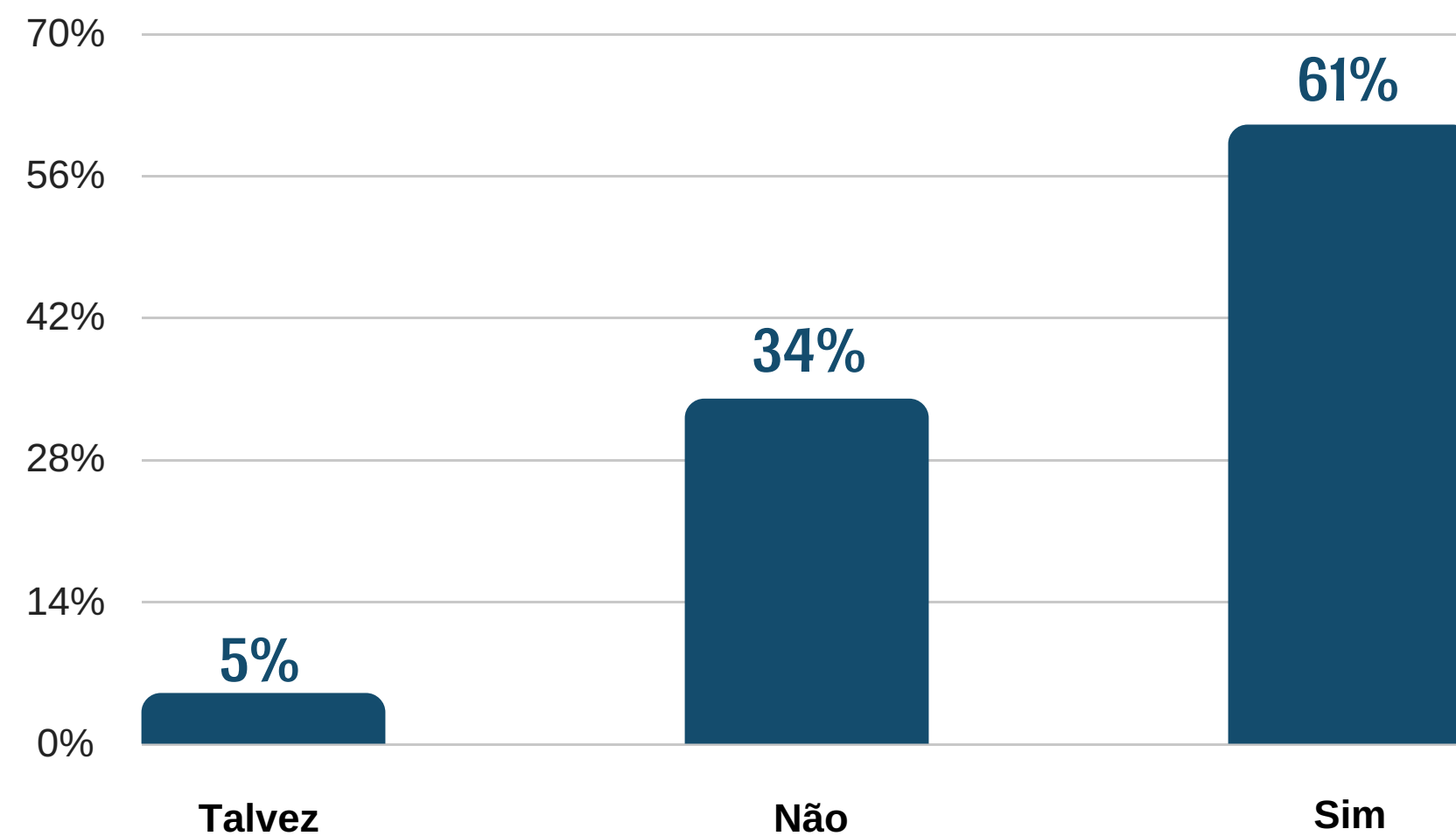
A hand holding a pen is shown writing on a document. The background is a blurred library or study area with bookshelves. A dark blue horizontal band is overlaid across the middle of the image, containing the text in orange.

RESPOSTAS COMPLEMENTARES DA PESQUISA

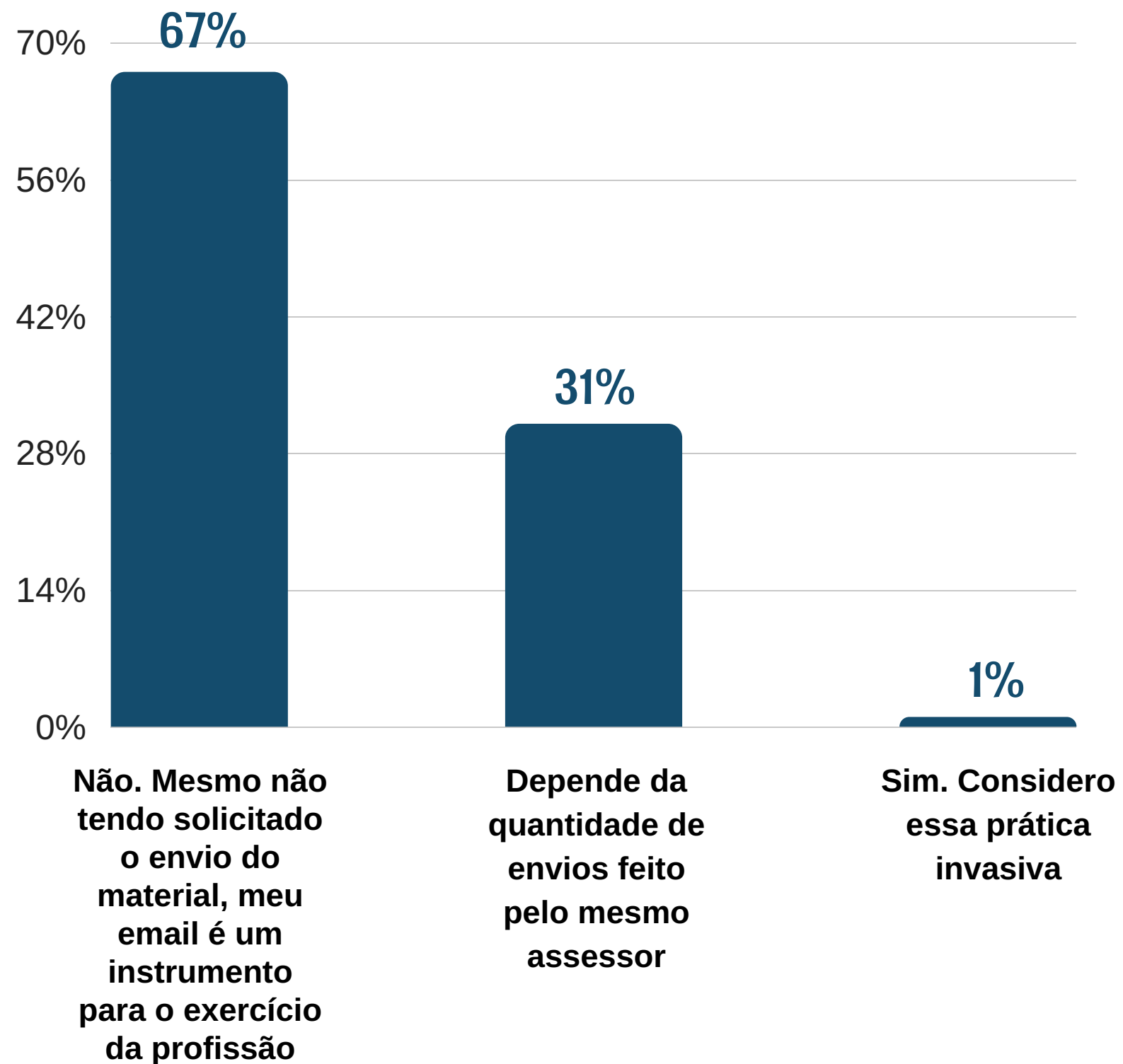
Como o assessor de imprensa pode facilitar o seu contato com porta-vozes das empresas?



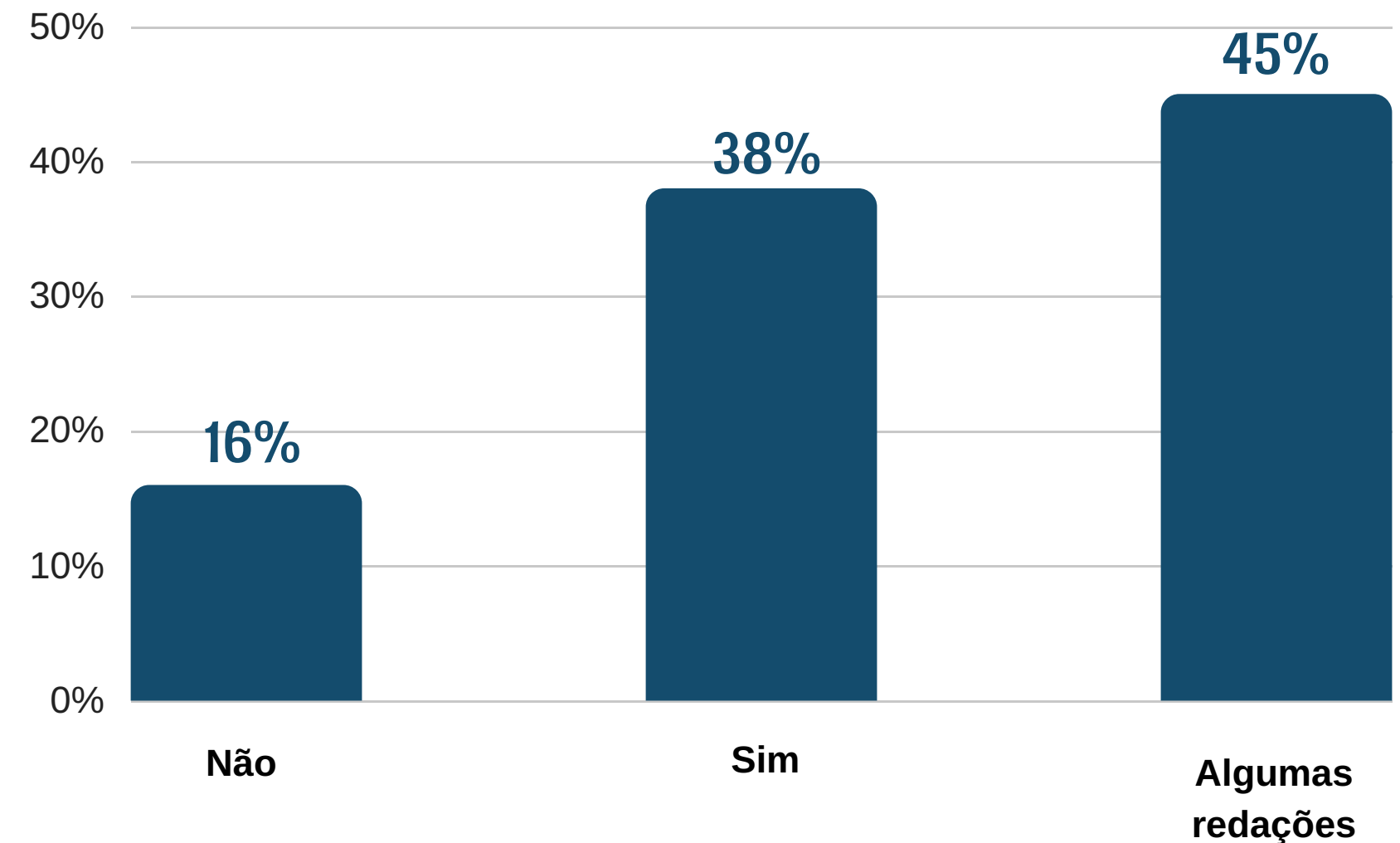
O assessor deve enviar um conteúdo com estilo de "reportagem" para aumentar suas chances de publicação?



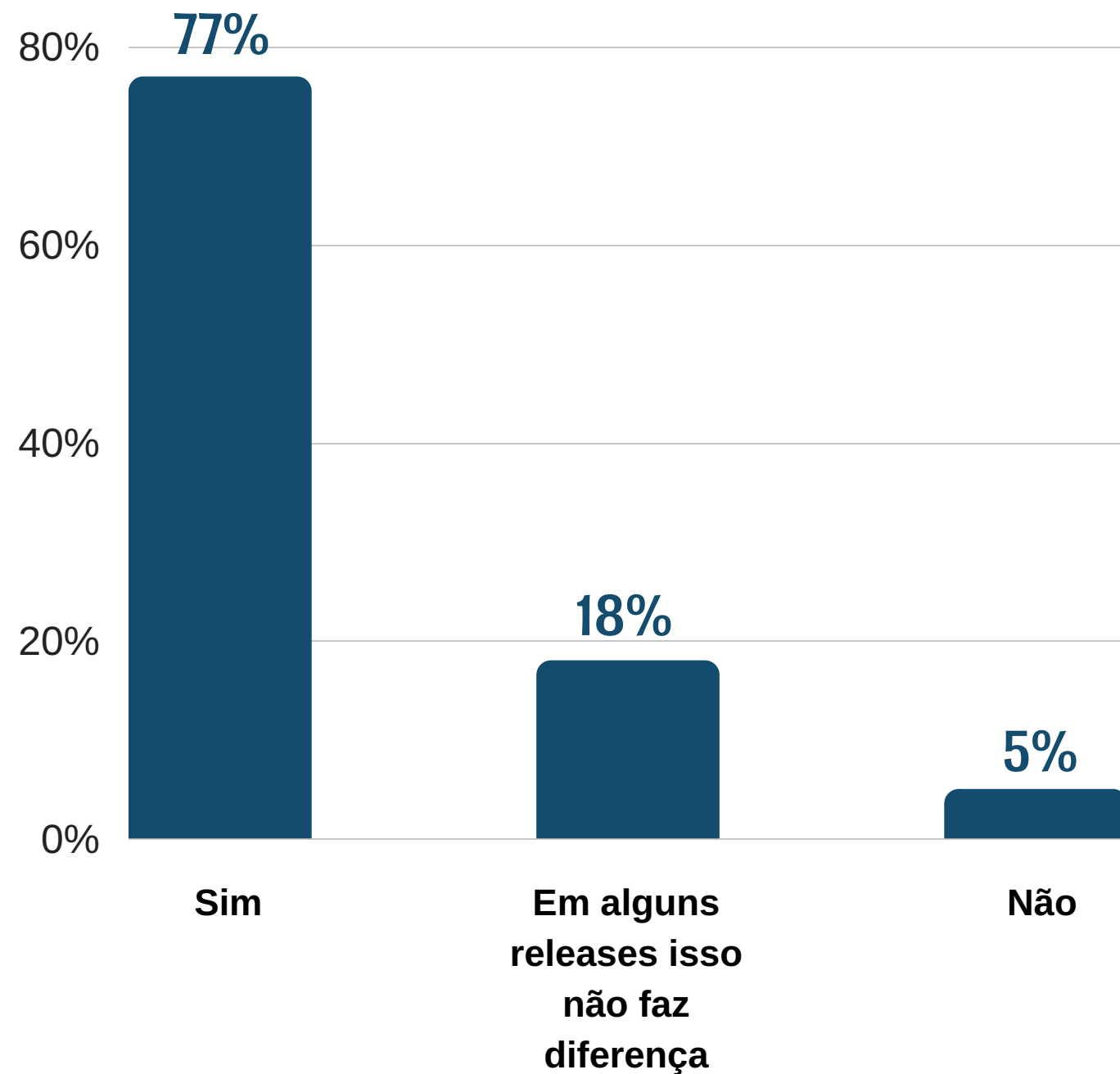
Você considera que o envio de releases para o seu e-mail configura prática de SPAM?



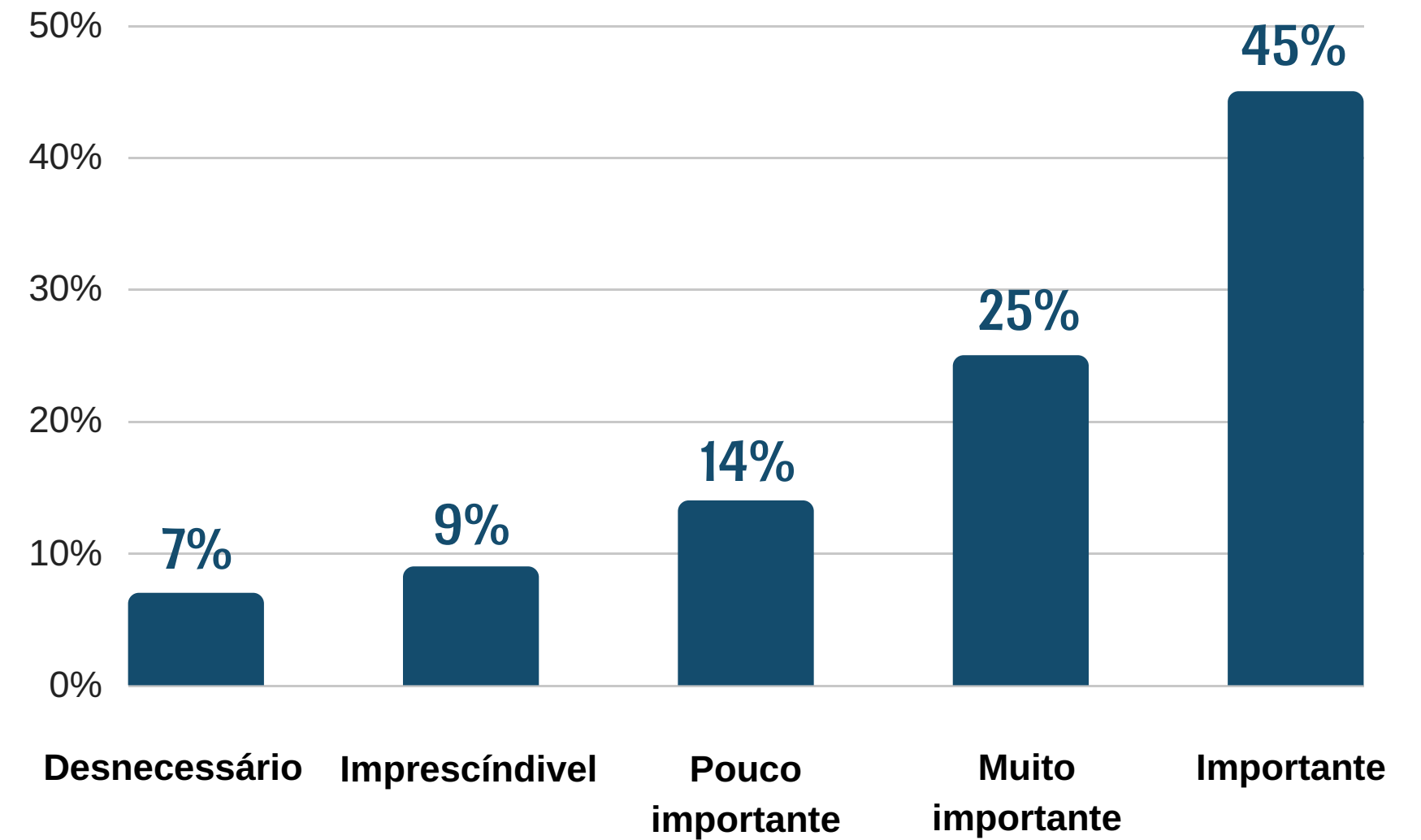
Você concorda com a afirmação de que “as redações, hoje enxutas, são dependentes de assessorias”?

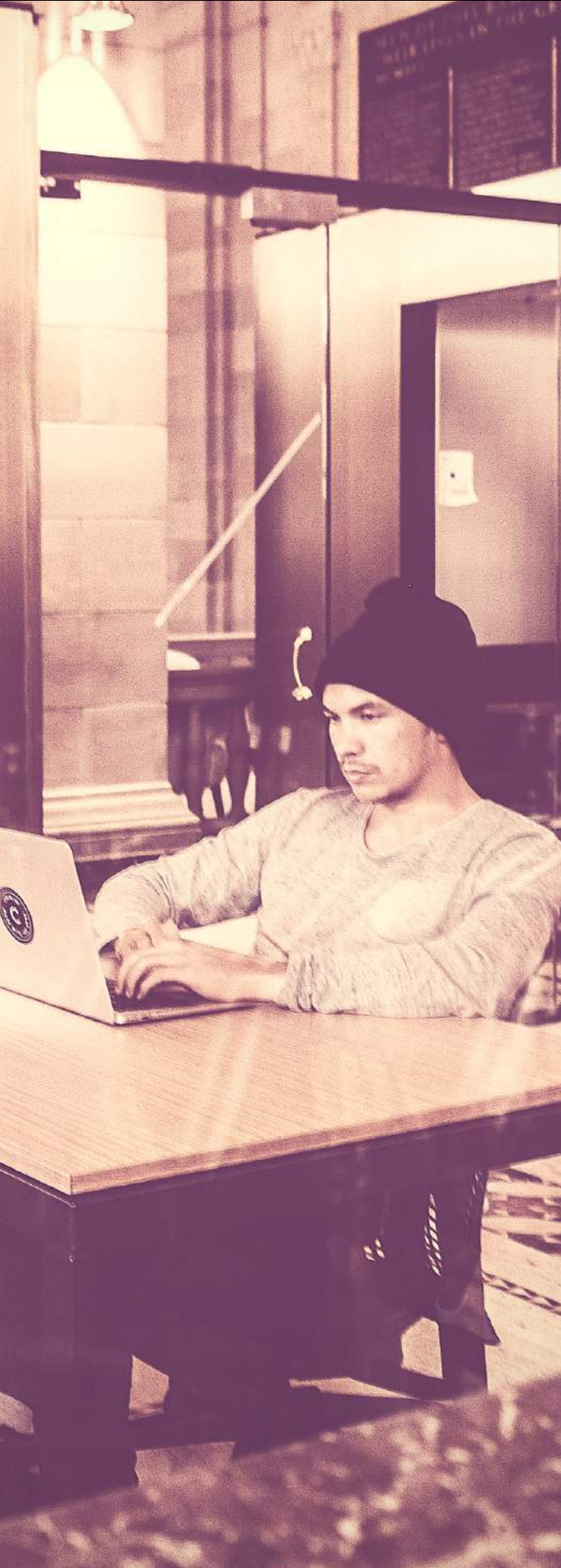


É importante que o release esteja acompanhado de recursos complementares (fotos, vídeos, etc.)?



Quão importante é o assessor disponibilizar entrevistas exclusivas para que sua notícia seja publicada?





CONCLUSÕES

Uma vez que o social foi aberto como um novo canal de comunicação com o jornalista, o assessor deve construir ou fortalecer o relacionamento com sabedoria. Isto é, demonstrar valor compartilhando conteúdos relevantes, fazendo convite para eventos, marcações, desenvolvendo conversas e interações através dos recursos da rede, seja ela Facebook, LinkedIn etc.

Calibrar esse tipo de comunicação evitando cometer erros que esfriem o contato (forçar uma pauta ou outro tipo de abordagem indesejada) gera proximidade e coloca o assessor como parceiro do jornalista devido à maneira orgânica que se estabelece. Conversar por email e enviar releases torna-se mais natural.

Está nas mãos do assessor compreender que o jornalista, como comunicador, é também um influenciador. Ele tem o poder da palavra e seu público de engajamento, alguns até mesmo contam com seus próprios blogs. A questão é saber entregar ao jornalista informações relevantes que o possibilite gerar bons conteúdos a ser comunicados. Por isso o pilar do relacionamento deve estar bem estruturado.

SOBRE O GRUPO COMUNIQUE-SE

O Comunique-se proporciona aos profissionais de comunicação e marketing um leque de soluções completas para Digital PR para você contar suas histórias para seus públicos e melhorar sua produtividade.

Com os recursos do Comunique-se você monitora seu mercado e sua marca, administra seu site e blog, cria relacionamentos com influenciadores e jornalistas, envia releases, faz clipagem, realiza webinars, gerencia seus contatos e relacionamentos, divulga notícias e se comunica muito melhor com seus investidores e colaboradores.





AGRADECEMOS A LEITURA!

marketing@comunique-se.com.br
(11) 3897 0855 - ramal 100 ou 200