

我们一起 行动

谨慎对待
抗微生物药物



接洽媒体

为什么？

- 这是快速传递信息的途径
- 这可以覆盖大量的群体，以划算和互动的方式
- 这是有影响力的——广播、电视和短信是公众获取信息的最佳来源



WORLD ORGANISATION FOR ANIMAL HEALTH
Protecting animals, preserving our future

如何做？

1 创建媒体列表

- 当创建媒体列表时，找到媒体的最佳联系人很重要。这人应对您的故事主题具有责任心或感兴趣。
- 看看在目标出版物上发表的关于您的主题的文章，注意写这些故事的记者。
- 尽量避免发送您的媒体宣传稿件到一般查询获取的邮件地址，这常常无法到达媒体渠道的正确人选。
- 您可以访问媒体的网站或直接打电话索要负责动物健康版块记者的联系方式，以寻找媒体的详细联系方式。

确保不要同时联系同一媒体的多个人员，这样他们会觉得您在发送垃圾邮件。

2 整理您的媒体文件

- 将媒体列表整理成一个数据库很重要，例如一个单列媒体名称、联系人、职位、电子邮件和电话号码的EXCEL文档。
- 将媒体列表按不同类型进行分类也是个好主意。
- 保持信息最新：添加记者文章链接，定期检查联系方式的准确性。

3 创建媒体工具包

- 好的媒体工具包应包含可用工具的选择，例如：

新闻稿、活动视觉、活动视频、提醒他们活动网址等等。

4 新闻稿编辑

- 为引起媒体兴趣，您需要能让报纸读者对故事感到相关和有趣的引子。
- 问问自己，可以提供什么来帮助记者写一个让读者感到有趣的故事。
- 您可以遵从如下4个句式：

何时发生了何事？
会影响谁？
为何值得关注？
将会有何影响？

- 新闻稿应包含什么信息和内容？

标题：务必说清故事为何有趣和重要。
新闻联系人：媒体如何联系到您？网址？
地址：您在哪？新闻在哪发生？
正文：按照重要性对信息进行排序。
模板：您的组织是做什么的？

**切记：
记者喜欢数字。**

5 与记者取得联系

- 抓住热点新闻有利时刻：世界日、节日等等。建议记者与专家会面对论相关话题。
- 和媒体工具包一起发送新闻稿。
- 再次和记者联系，随时跟进。
- 支持您的话题。
- 更新媒体文件列表，以确认您已回复谁。

如果您通过电子邮件发送新闻稿，确保邮件标题能引起新闻媒体决策者的注意。

应熟记您的论证以感到舒适和自信，快速引起记者的兴趣。

7 讲述您的故事：为面对面采访准备好谈话要点和选择发言人

- 写下您需要说的3件事以获取头条：

反复阅读确保没有术语。
确保是事实而非观点。
提出一两个数据以展示您组织的专业性。
避免使用使演讲显得做作或太过商业化的夸张语言。

- 筛选您的发言人

他们应善于交流，讲述有说服力。
他们应坦诚可信，保持良好声誉。
他们应针对不同的受众。
他们能吸引利益相关者。

发言人应舒适地提供科学信息给科学知识有限的记者：能被非专业人士理解的语言和格式极其重要。

6 采访

- 组织战略媒体采访和面对面的会谈。
- 面对面交流可以受肢体语言影响。人们经常更关注我们的肢体语言而非我们可能想什么：

眼神交流。

坐直，双手可见。

稍微前倾。

不要双臂胸前交叉。

不要坐立不安或眼神游移。

用手势强调某点。

@ 了解更多与卫生专业人员、养殖户、社会大众、团体、媒体和其他对世界动物健康的科学知识非常陌生的人群，进行沟通的方法：

www.oie.int/communication_handbook

谁？

目的在于使目标群体听到并理解关键信息：

您应该选择何时的媒体。

研究谁是能传播您的主题并能覆盖合适受众的相关媒体。研究应包括他们所涉主题、媒介、读者量或受众群。

3种媒体：平面、视听（电视、广播）、网络

每种媒体、每次转载都有其特殊性：



大众新闻

- 动物
- 一般信息
- 女性
- 长辈
- 网络杂志
- 博客
- 社交媒体



专业新闻

- 兽医
- 畜牧
- 动物贸易



社交媒体

允许您建立面向大众、专家和其他目标群体的直接交流。



博客、网络杂志

全球有41.2亿互联网用户。允许您创建和维护与目标受众的双向交流。

人人有责！

