

## Региональные СМИ / сотрудничество

**Ситуация** ▶ Представитель компании обращается с речью к журналисту, в которой сообщает о планах начать экспансию на региональные рынки. При этом большое значение придается качеству и полноте освещения деятельности фирмы в местной прессе. С учетом сопротивления других игроков на рынке фактор скрытой рекламы через СМИ может оказать решающее воздействие на потенциальных потребителей.

**Цель** ▶ Настроить журналиста хорошо написать о компании, сформировав у провинциальной аудитории благоприятное мнение о компании.



### Место

Отдельный кабинет  
в элитном ресторане.

### Вербальные средства

Интонация деловая. Выделенные слова произносятся с усилением громкости голоса.

**Здравствуйте... <имя, отчество>!**

Очень **рад познакомиться лично** с человеком, публикации которого неоднократно **читал**. И, не скрою, **с удовольствием**.

Ну что ж, к делу. Я представляю здесь компанию... **<название>**, буду работать с несколькими регионами, в том числе и с... **<название конкретного региона>**. Думаю, вы прекрасно понимаете, что нас **вы заинтересовали** прежде всего тем, что регулярно в конструктивном ключе освещаете работу крупных компаний. Пишете в современном стиле, при этом видно, что **отлично разбираетесь в теме**.

*(Положить на стол сувенир с символикой компании.)*

Вот, хочу вас **привлечь к работе на нашу компанию**. Дело в том, что мы собираемся запустить здесь проект по продвижению линейки принципиально новых продуктов **<услуг, технологий>**, которыми в вашем регионе до сих пор никто всерьез не занимался.

*(Пауза.)*

Думаю, большинство даже **продвинутых людей** довольно **слабо представляет себе**, что такое... **<ряд специальных терминов>**. **Вижу, вы знаете**, о чем идет речь, значит, **наша задача** существ-

венно **облегчается**. <Виджу, даже **вы – специалист** по рынкам – не все знаете, что же тогда говорить о рядовых потребителях.>

Хотя на Западе... <называется группа продуктов для продвижения> сейчас очень популярны, у нас они пока только начинают производиться. Следовательно, с появлением этих продуктов <услуг, технологий> у аудитории появятся вопросы: что это и зачем? А **вы уже будете обладать** полной информацией. Причем не из Интернета, не из маловразумительных сайтов в плохом переводе, а **из первых рук**, от компании-производителя.

*(Пауза.)*

Эту информацию вы будете **регулярно получать** на свой электронный адрес. Она эксклюзивна и подается в хронологической и географической перспективе: где, как, когда и что на данный момент в этой области происходит. В том числе высказывания крупнейших специалистов.

Таким образом, **вы становитесь главным** экспертом по данному продукту в регионе.

Кроме того, время от времени **нам** бывают **нужны** и чисто рекламные тексты, помощь во время рекламных кампаний... Все это мы, **соответственно, оплачиваем**.

*(Пауза.)*

Мне кажется, **предложение очень хорошее**. Никаких обязательств подписывать не **нужно**. **Для нас** главное, что есть **человек**, на которого мы можем рассчитывать **в регионе**. О'кей? Значит, начинаем **работать**.

*(Взять в руки сувенир с символикой компании, лежащий на столе; пауза; преподнести сувенир журналисту.) ■*

#### Невербальные средства

Поза и жесты открытые. Мимика доброжелательная. Улыбка. Поддерживается визуальный контакт.

#### Внешний вид

Респектабельный дорогой костюм.