



### ۳ روش همکاری با مجلات و رسانه‌ها

روابط عمومی علمی است که کمک می‌کند با رسانه‌ها ارتباط برقرار کنید. منظور از رسانه‌ها تمام مجلات، نشریات، تلویزیون، رادیو و... است. هدف آن است که از طریق رسانه‌ها، خدمات و محصولاتتان را تبلیغ کنید یا کسب‌وکار و شرکت را معروف‌تر کنید. برای این کار چند روش وجود دارد.

#### ۱. نوشتن مقاله در مجلات

یکی از راه‌ها آن است که مقاله‌ای را برای مجله‌ای ارسال کنید. آن مقاله نباید به‌هیچ‌وجه تبلیغاتی باشد. مطلب باید برای خوانندگان بسیار مفید باشد و مطالب ارزشمندی داشته باشد. این نوع مقالات به‌طور غیرمستقیم می‌تواند به اعتبار شما و کسب‌وکار کمک کند.

بسیاری از مجلات در ایران حاضرند مقالات شما را چاپ کنند و اگر مطابق با معیارهای خودشان باشد به ازای آن شاید آدرس وبسایت، آدرس ایمیل و همچنین اسم شما

را به‌عنوان نویسنده در مجله ذکر کنند.

بنابراین با این روش غیرمستقیم می‌توانید کانالی ایجاد کنید که مخاطبان اگر از مطلب نوشته شده در آن خوششان آمد، ارتباط خودشان را با شما حفظ کنند و کم‌کم تبدیل به دوستان یا خریداران شما شوند.

## ۲. مصاحبه با مجلات

روش دیگر این است که کاری کنید یک مجله معتبر با شما مصاحبه کند. این یکی از قوی‌ترین روش‌های بازاریابی است که یک مجله با شما به‌عنوان یک فرد موفق یا در مورد محصول جدیدی که تولید کرده‌اید، مصاحبه کند. همین موضوع باعث می‌شود که محصولاتان و خودتان معرفی شوید. معمولاً احتمال خوانده شدن مصاحبه‌ها خیلی بیشتر از مقالات است. بنابراین اگر بتوانید در این کار موفق شوید، افراد زیادی با کسب‌وکارشان آشنا خواهند شد. برای این کار لازم است مطالب مفید زیادی را در سایت‌ها و رسانه‌های اجتماعی منتشر کنید تا به‌عنوان کارشناس یا متخصص یک حوزه شناخته شوید.

## ۳. اسپانسر شدن مسابقه در مجلات

مجلات و رسانه‌های دیگر تماس بگیرید و از آن‌ها درخواست کنید که یک مسابقه یا نظرسنجی برگزار کنند و شما به‌عنوان حامی برنامه، هدایایی از محصولات خود از طرف آن مجله به خوانندگان بدهید.

معمولاً در این حالت نام یا کسب‌وکار شما به‌عنوان حامی این مسابقه در مجله ذکر خواهد شد و حتی شاید عکس محصولات را به‌عنوان جوایز در مجله چاپ کنند که می‌تواند اعتبار زیادی برای شما ایجاد کند.

اغلب کارآفرینان و کسانی که کسب‌وکارشان را به‌تازگی شروع کرده‌اند، معمولاً بودجه

کافی ندارند که تبلیغات گران قیمت انجام دهند. بنابراین هر کارآفرین یا شرکت نوپا یکی از هدف‌هایش باید این باشد که بتواند با رسانه‌ها ارتباط خوب و دوستانه‌ای داشته باشد.

این دوستی با سود رساندن به رسانه‌ها آغاز می‌شود، نه اینکه فقط منافع خود را در نظر بگیرید. شاید لازم باشد بارها یا ماه‌ها مقالات بسیار ارزشمندی را ارائه کنید که به هیچ وجه هیچ اشاره‌ای به کسب و کارتان نمی‌کند تا کم‌کم این فرصت داده شود که کسب و کار خود را هم به خوانندگان معرفی کنید.

بنابراین از امروز بر این موضوع فکر کنید که چگونه می‌توانید از رسانه‌های اطرافتان مانند رادیو، مجلات و حتی سایت‌های خبری مهم ایرانی استفاده کنید و همکاری‌هایی را شروع کنید که به نفع دو طرف باشد.