

28 martie 2025

www.chapter4.ro

Extra! Extra! Read all about it!

PR CU SUBSTANȚĂ

Manifest pentru o construcție solidă a reputației





BREAKING NEWS

PR-ul n-a murit!

Dar reputația e în pericol!

Redacții închise. Jurnaliști epuizați.
Comunicate care nu se mai citesc.
Companii care aleg doar influenceri.

**Dar fără presă, nu există reputație.
Fără earned media, nu există autoritate.**

Acesta nu e un efort nostalgic.
E o pledoarie pentru viitor.





***CÂND PR-UL UITĂ SĂ CITEASCĂ „ZIARUL”,
NU MAI ARE CE SCRIE ÎN EL.***

PRESA E ACOLO PENTRU CITITORII EI

NU pentru comunicate copy-paste

NU pentru subiecte fără relevanță

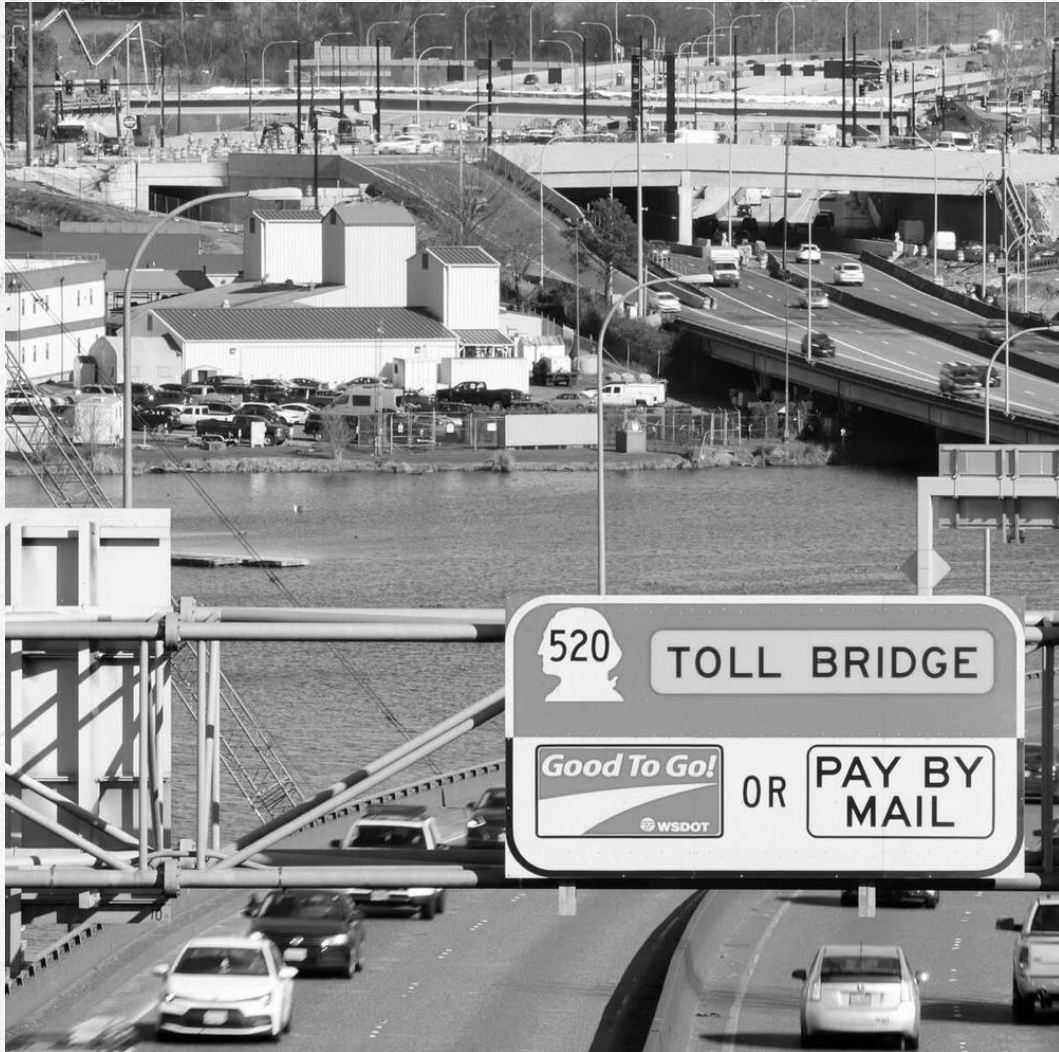
NU pentru pitch-uri fără context

NU pentru adjective laudative





PRESA NU E PE BANI. E PE SUBIECT.



„NE-AU CERUT BANI.”
DAR NOI CE-AM OFERIT?

Un subiect bun nu trebuie plătit. Un non-subiect da.

Uneori bugetul e necesar. Dar nu e suficient fără valoare.

90% din conținutul de PR
nu îndeplinește condițiile
de relevanță editorială



10%

din comunicatele
primite devin știri

50-80

de comunicate primite
pe săptămână

92%

au indicat relevanța
subiectului ca importantă

CE FACE UN COMUNICAT INUTILIZABIL PENTRU PRESĂ



Lipsa relevanței pentru public

Conținut prea publicitar

Informații incomplete

Lipsa datelor și resurselor vizuale

„APRECIEZ UN OM DE PR CARE CUNOAȘTE PUBLICAȚIA ȘI ARIA DE EXPERTIZĂ A JURNALISTULUI, CARE VINE CU PROPUNERI RELEVANTE ȘI NU ÎNCEARCĂ SĂ CONTROLEZE PARTEA EDITORIALĂ.

CE NU AȘ VREA? PITCH-URI GENERICE ȘI FOLLOW-UP-URI AGRESIVE.”

- Alina, Alist



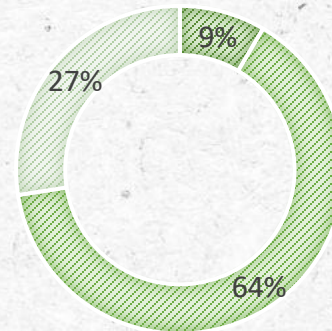
***PR NU VINE DE LA PRESIUNE.
CI DE LA RELAȚIE***



Întreabă jurnalistul ce are nevoie.
 Și ascultă răspunsul său.
 Respectă ritmul și regulile lui.

Nu toți vor follow-up.
 Nu toți vor să te aibă în inbox.
 Și asta e **OK**.

DE CÂTE ORI AR TREBUI UN PR SĂ FACĂ
 FOLLOW-UP



64%

spun că un singur
 follow-up e suficient

■ De mai multe ori ■ O singură dată ■ Niciodată

**„OMUL DE PR BUN ȘTIE SĂ LIVREZE
VALOARE. ȘTIE SĂ DESCHIDĂ UȘA FĂRĂ
SĂ TE SIMȚI CA LA MARTORII LUI IEHOVA
DUMINICĂ LA 7.”**

- Vlad, Start-up.ro



SUNTEM CONSULTANȚI, NU CURIERI



PR = CONSTRUCȚIE

Nu orice brief trebuie executat.

Unele trebuie rescrise.

Rolul nostru nu e să
„livrăm ce ni s-a cerut”,
ci să oferim ce funcționează.

*„APRECIEZ UN OM DE PR CARE OFERĂ INFORMAȚIE DE CÂT
MAI BUNĂ CALITATE, CARE RĂSPUNDE LA TELEFON, DAR
REVINE CU REMINDERE MAI RĂRUȚ, FĂRĂ TOTUȘI SĂ LASE
JURNALISTUL SĂ UITE. CAM MULTE PRETENȚII, ȘTIU.*

***DAR ȘI MAI MULT APRECIEZ OMUL DE PR CARE ÎNȚELEGE
MISIUNEA MASS-MEDIA.”***

- Andreea, Școala 9



***RESPECTUL E RECIPROC,
NU OPȚIONAL***

OFERĂ ȘI CERE RESPECT

Dacă vrei să fii tratat ca profesionist,
comportă-te ca un partener,
nu ca un vânzător.

Și clienții trebuie să înțeleagă:
jurnalismul are reguli.

Chiar și cu buget,
nu poți dicta mereu titluri.



„OMUL DE PR ȘI JURNALISTUL TREBUIE SĂ FIE OM - OPEN MIND. SĂ FIE ATENȚI UNUL LA CELĂLALT, SĂ-ȘI ÎNȚELEAGĂ NEVOILE RECIPROC ȘI SĂ SE AJUTE ÎN CEEA CE AU DE FĂCUT. CRED CĂ OMUL DE PR ȘI JURNALISTUL AU NEVOIE SĂ SE CUNOASCĂ DE LA CAPĂT, ÎNTR-UN PROCES ADAPTAT VREMURILOR PE CARE LE TRĂIM.”

- Antoaneta, Adevărul

BREAKING NEWS

PR-ul e podul, nu bariera

Și dacă vrem ca mesajul brandului să ajungă cu adevărat la public, trebuie să construim cu grijă, cu respect și cu sens.



MULȚUMESC



a.iacob@chapter4.ro | chapter 