



MARTECH
digital

OS DO'S E DONT'S PARA UMA **ENTREVISTA** DE SUCESSO



INTRODUÇÃO

A interação com os **meios de comunicação social** desempenha um papel cada vez mais crucial no posicionamento de uma **empresa B2B** no mercado.

O contacto regular, a manutenção de uma boa relação e, essencialmente, a realização de entrevistas são tarefas essenciais de uma **estratégia de Comunicação**.

No entanto, é crucial observar algumas práticas recomendadas e evitar determinados comportamentos durante as **entrevistas de imprensa**, para que estas ocorram sem constrangimentos.

Neste Guia, dirigido a todos os porta-vozes de uma empresa, exploramos os **Do's & Dont's para que as suas entrevistas de imprensa sejam um sucesso!**

DO'S: O QUE FAZER NUMA ENTREVISTA DE IMPRENSA



SELECIONE AS AÇÕES QUE QUER PROMOVER JUNTO DOS MEDIA

Saiba quais são as ações que pretende promover e destacar!

Nem todas as atividades realizadas pela sua empresa são relevantes para os media e, por isso, não é importante que sejam mencionadas durante a entrevista.



PREPARE-SE

A preparação é essencial para lidar com os media, principalmente quando se trata de uma entrevista. Desenvolva respostas concisas para as questões que forem possíveis antecipar, tenha um objetivo claro e alinhe-o com os tópicos a serem tratados.

Lembre-se: uma entrevista só é considerada um sucesso, se os seus objetivos forem alcançados.



COMUNIQUE DE FORMA SIMPLES E DIRETA

Utilize uma linguagem simples e direta, para que qualquer pessoa possa entender.

Esta boa prática é extremamente importante para rádio e televisão, pois a conversa pode ser cortada e a mensagem não ser transmitida da forma correta.

São também valorizados comentários bem construídos – mesmo que breves – para facilitar a compreensão e diminuir a possibilidade de uma má citação.

CERTIFIQUE-SE QUE ENTENDEU AS QUESTÕES



Não tenha problema em pedir para o jornalista reformular a questão que foi colocada, de modo a evitar uma resposta errada ou mesmo inadequada. Pedir esclarecimento sobre a pergunta, vai permitir-lhe responder de forma correta e sem que ocorram mal-entendidos e constrangimentos.

CONHEÇA BEM A AUDIÊNCIA DO MEIO PARA O QUAL ESTÁ A FALAR



Cada meio de comunicação social tem o seu público-alvo, com diferentes interesses, por isso certifique-se que alinha as suas respostas com o público-alvo em questão. Por exemplo, as informações que vai divulgar serão diferentes se a entrevista for para um meio relacionado com gestão, liderança ou tecnologia.

CONTE A SUA HISTÓRIA E DA SUA EMPRESA



Não se limite a comunicar factos, números e estratégias. Conte a história da sua empresa e de como conseguiu superar os desafios. O storytelling é uma arma forte quando falamos de uma estratégia de Comunicação, isto porque permite que o seu público-alvo se identifique consigo.

ESTABELEECER UMA BOA RELAÇÃO COM OS JORNALISTAS



É importante ser sempre cordial e estabelecer uma boa relação com os jornalistas que cobrem o setor da sua empresa e mesmo a sua profissão. Uma relação de respeito mútuo pode resultar numa consideração mais cuidadosa dos seus pontos de vista.

DON'TS: O QUE NÃO FAZER **NUMA ENTREVISTA DE** **IMPRENSA**



NÃO TER UM TEMA ESPECÍFICO PARA A ENTREVISTA

Estabeleça o tema sobre o qual se irá desenrolar a entrevista. Por exemplo, ao definir o tema “Tecnologia” ou “Recrutamento”, todas as suas respostas deverão estar alinhadas sobre este assunto. Deverá referir o tema principal repetidamente, até que esteja claramente identificado. Esta é também uma forma de posicionar a sua entrevista nos motores de busca e auxiliar o SEO (Search Engine Optimization).



MENCIONAR "OFF THE RECORD" OU DIZER "NÃO COMENTO"

Durante uma entrevista, não há garantias de que o comentário irá ser mantido “off the record”. Por isso, nunca deve revelar informações que são confidenciais ou que não quer comunicar. Da mesma forma, dizer “não comento” cria perceções de culpa ou decepção. Se quiser limitar a exposição, dê uma resposta mais estrita sem criar problemas e que satisfaça o jornalista.



PERMITIR QUE A ENTREVISTA SEJA GUIADA PARA TEMAS FORA DA ÁREA DE CONHECIMENTO

Não necessita de responder a todas as questões, apenas dirija a resposta de volta a assuntos que sejam do seu conhecimento.

DEIXAR QUE UMA QUESTÃO INJURIOSA OU INSULTUOSA O DEIXE IRRITADO



Caso seja mencionada uma notícia injuriosa ou uma crise que a sua empresa esteja a passar, responda de forma calma, educada e amigável.

COMUNICAR INFORMAÇÕES IRRELEVANTES



Ao deixar fugir a conversa para temas irrelevantes ou não relacionados com o tema da entrevista, fará com que o tema principal não seja destacado. Assim, o objetivo da entrevista pode não ser cumprido, correndo mesmo o risco de que não seja publicada.

DAR INFORMAÇÕES FALSAS



Certifique-se de que as suas fontes são fidedignas e nunca dê informações falsas aos jornalistas e aos media.

TRANSFORMAR A ENTREVISTA NUM ANÚNCIO PUBLICITÁRIO



O contacto com os media não serve um propósito publicitário. Diferentes canais têm diferentes características e objetivos.

Uma notícia ou entrevista não é o local para divulgar e promover unicamente os seus produtos/serviços.

CONCLUSÃO

Tenha sempre em consideração as boas práticas que deve seguir e aquilo que nunca deve fazer durante todo este processo.

O contacto com os media e a realização de entrevistas são tarefas de extrema importância para a sua estratégia de Comunicação. No entanto, são complexas e exigem muito trabalho.

Confie na qualidade e no profissionalismo de uma **agência de Comunicação especializada**, que detém os contactos certos e o conhecimento para avaliar quais os meios certos para cada tipo de empresa e setor.

Quer saber as técnicas de comunicação mais aprofundadas para a preparação da sua entrevista?

Saiba como o serviço de **Media Training da Martech Digital** pode ajudar a sua empresa B2B a alcançar o sucesso nas suas entrevistas!

SAIBA MAIS