**Chcesz być specjalistą od PR, nie wystarczy jeden artykuł na pół roku**

**Dobry specjalista od PR, czyli od tak ładnie nazywanego Public Relations, powinien skupić się na przedstawianiu zalet współpracy z daną firmą lub marką. Nie jest to wbrew pozorom, ani łatwe, ani trudne. Na początku pojawienia się promocji w sieci Internet, bywało że osoby pisały po forach. Fajna firma i wstawiały link, albo skorzystaj z oferty. To jednak już w tej chwili za mało.**

Sam przyznasz czytelniku, że jeśli wszystko jest tylko fajne, to trudno wybrać coś lepszego. Poza tym określenie „fajne” świadczy po pierwsze o braku ambicji piszącego, a po drugie o bardzo słabym słownictwie tej osoby.

Opisywanie zalet, jest tu zatem kluczem do sukcesu promocji. A im są one bardziej rzetelne, tym lepiej.

Aby dobrze napisać artykuł PR, nie wolno Ci niczego reklamować jesteś zmuszony „wymądrzać się” na tematy edukacyjne z zakresu produktu lub firmy o której piszesz.

Na początku wydaje się, że łatwo powiedzieć, a trudniej zrobić, ale to kwestia wiedzy i umiejętności jej przekazywania. Artykuły można pisać w różny sposób np. opowiadania, bajki z morałem, artykuły ekspercie, czyli zdradzasz trochę wiedzy na dany temat, którym zajmuje się marka lub opisujesz zalety produktu, jego zastosowanie.

Można też opisywać wysokiej jakości elementy z których został złożony itp.

**Buduj swoją markę z profesjonalnymi narzędziami**

<http://extra-nazwa.pl/wspieraj-marke>

Anita Zielke