

Правила интервью

50% успеха интервью — это правильный выбор героя.

Иногда неизвестный персонаж может принести вам клики и славу, а известный, наоборот, окажется проходным и серым собеседником.

Нужно выбрать тех, кто даст качество, и заранее выбрать тему для разговора с ними.

Иногда это может быть ноунейм.

Подготовка важна не меньше, чем выбор героя и темы.

Например, когда Илья Варламов давал интервью Спортсу" на две с лишним тысячи плюсов, он просто не умолкал. Достаточно было положить перед ним диктофон — все остальное он делал сам.

Но чаще нужно понимать, о чем спрашивать.

Работа с новостями на Спортсе"

Переходите к новостям на Спортсе", когда общее знание о герое сформировалось.

✓ Все они привязаны к персональным тегам, поэтому пропустить что-то важное тяжело.

✓ Контент на сайте можно разделить на обычные новости и тексты, в которых упоминается герой.

Поиск по новостям нужен, чтобы узнать, что происходило с вашим героем за последние годы.

Подготовка к интервью

Вы — журналист, а не пиар-служба. Ваша задача поднимать неудобные темы и развлекать читателей, а не обслуживать собеседников.

Вопросы

Иногда можно знать биографию героя лучше его самого, но в разговоре спрашивать ерунду и провалиться.

Бывает, что жизнь героя не особо интересна, зато он пересекался с кучей медийных персонажей. Разговор можно построить через них — спрашивать человека об одном, втором и третьем человеке, заставлять вспоминать совместные истории и делиться впечатлениями.

Главная проблема любого интервьюера — испуг.

Здесь все просто. Ваша цель — получить фактурный ответ. Ни статус героя, ни ореол вокруг него, ни ваши теплые воспоминания о нем не должны отвлекать от цели.

Работа после интервью

Редактирование

- Удаляем из текста все фрагменты, от которых клонит в сон.
- Если формат интервью не предполагает историй, то убираем вопросы и ответы, в которых нет нерва и нового знания.

На интервью никто не кликнет, если оно упаковано плохо.

Это финальный, но не менее важный шаг.

В продаже участвуют заголовок, заходная фотография, подводка, порядок вопросов, раздача в соцсетях. Все перечисленное должно быть таким, чтобы на это захотелось кликнуть.