

Tips för att skriva och skicka ett pressmeddelande

Att skicka ett pressmeddelande för att berätta om en nyhet är ett vanligt och klokt sätt att försöka få publicitet i media. Men det kan vara svårt att få till det bra. Knepet handlar om att försöka sticka ut och tänka som en journalist. Här följer 12 tips som gör ditt pressmeddelandet bättre.

1. Fokusera på en nyhet

Ofta vill vi säga mycket när vi väl har chansen. Gör inte det misstaget när du skriver. Risken är att det blir rörigt. Fokusera på en sak per pressmeddelande. Har du fler saker du vill säga, dela upp det på fler pressmeddelanden.

2. Är nyheten intressant?

Du tycker självklart att det som du vill säga är intressant, men är det intressant för någon annan? Se dig själv som läsare, vilket är nyhetsvärdet? Nyheten, innehållet och vinkeln kan och bör vara olika beroende på om du vänder dig till allmänheten (dagspress, radio, tv) eller om du vänder dig till fackpress. Till allmänheten ska du fokusera på nyhetsvärdet och skriva mer övergripande medan du till fackpress kan vara mer nischad och detaljerad.

3. Skriv neutralt

Till skillnad från inlägg du publicerar på din hemsida eller i sociala medier ska pressmeddelanden vara neutralt skrivna. Använd inte ”vi” eller ”de” (förutom i citat). Använd heller inte värderande eller säljande beskrivningar, som att din produkt är mycket bättre och billigare än alla andras. Försök att skriva objektivt utifrån nyhetsvärdet.

4. Skriv enkelt

Använd ett enkelt språk och aldrig facktermer (om det inte är fackpress du skriver till såklart). :)

5. En sida

Håll pressmeddelandet kort och lägg det viktigaste först. Försök hålla hela ditt pressmeddelande till max en A4.

6. Informativ rubrik

Lägg energi på rubriken, men låt den vara mer informativ än rolig och underfundig.

Exempel på rubriker:

- » Ny delägare i företaget X
- » Dubblerad omsättning på ett år
- » Ny produkt löser problemet y
- » Fick inget jobb - skapade sitt eget
- » Åtta av tio företag hittar inte nya medarbetare

7. Ingressen är sammanfattningen

Låt ingressen i ditt pressmeddelande bli sammanfattningen. Försök hålla ingressen till tre meningar som beskriver det viktigaste du har att säga.

8. Använd uttalanden

Låt personer uttala sig i ditt pressmeddelande, det gör texten mer levande. Personerna (uttalandena) kan ha värderingar och åsikter som inte ryms i övriga pressmeddelandet. När en person uttalar sig använd ett talstreck (–) eller citattecken (”) och avsluta med *säger Anna Andersson, vd på Företaget AB.*

9. Fakta om företaget

Avsluta gärna pressmeddelandet med fakta om företaget. Fakta som inte direkt kopplas till nyheten och som inte skrivits tidigare i pressmeddelandet.

10. Kontakt

Sist i pressmeddelandet ska du skriva kontaktuppgifter till dig eller någon annan på företaget som journalisterna kan ringa eller mejla till för mer information. Se också till att personen du skrivit som kontaktperson är anträffbar när pressmeddelandet skickas ut.

11. Bild

Om möjligt, bifoga gärna en bild till ditt pressmeddelande. Se till att du har rättigheter att använda bilden och kom ihåg att alltid ange fotografens eller illustratörens namn.



12. Klistra in pressmeddelandet direkt i mejlet

Det ska vara enkelt för mottagaren att ta till sig informationen. Mejladresser till redaktionerna hittar du på mediernas hemsidor. Du kan även hitta kontaktuppgifter till enskilda journalister där. Om inte, kolla i aktuella tidningar efter journalister som skrivit artiklar och skicka direkt till dem.

Kom också ihåg, innan du skickar iväg ditt pressmeddelande, att läsa igenom det. Kolla stav- och skrivfel och se om texten känns som en nyhetsartikel.

Läs mer om boken Kommunikationsstark på
<https://egetforlag.se/bocker/kommunikationsstark/>

