

# 10 tips om mediebevakning

Mediebevakningsföretagen erbjuder flera tjänster som är användbara för alla som arbetar systematiskt med medierelationer.

*Mångfaldigande av denna text är tillåtet med angivande av källan: [www](http://www.westander.se)*

---

## 1. Bevaka internet

Beställ bevakning av nyheter på internet, så att ni enkelt och effektivt kan mäta genomslaget för era pr-aktiviteter. Ni kan få rapporter per e-post och söka i arkiv bakåt i tiden.

## 2. Bevaka tryckt press

Att få klipp ur papperstidningar kostar mer än bara internetbevakning, men tillsammans ger dessa båda tjänster den mest heltäckande bilden av det som skrivs. Få redaktioner lägger ut allt material på webbplatsen.

## 3. Bevaka etermedia

När ni i förväg vet att ni kommer att medverka i tv eller radio bör ni se till att själva spela in inslaget. Har ni missat inslaget går det ofta att se eller höra det på internet i efterhand. Bevakning av etermedia är dyra tjänster, men det kan vara värt pengarna om ni också har tid och möjlighet att analysera resultatet.

## 4. Beställ bevakning i god tid

Om ni vill bevaka genomslaget för en särskild aktivitet ska ni beställa bevakningen innan aktiviteterna genomförs. Det kan vara svårt att göra en rättvisande mätning genom att söka i arkiv bakåt i tiden.

## 5. Reagera

Skapa beredskap och rutiner för att snabbt kunna reagera på publiciteten. Följ upp med mer information till journalister som skrivit om er. Erbjud kommentarer eller skriv debattartiklar när media uppmärksammar era frågor. Påpeka rena faktafel, men avstå från att klaga vid negativ publicitet.

## 6. Stötta er talesperson

Den som medverkar i media behöver stöd, beröm och uppmuntran. Utvärdera vad eventuell medieträning gav och överväg ytterligare eller förändrad medieträning.

## 7. Sprid resultatet

Att se den egna publiciteten skapar stolthet och gemenskap i företaget eller organisationen. Informera om artiklarna/inslagen via e-post, intranät eller nyhetsbrev.

## 8. Lägg ut på webben

Ert mediegenomslag bör redovisas på er webbplats som korta citat, gärna med länkar till artiklarna.

## 9. Fördjupa analysen

Mediebevakningsföretagen erbjuder stora möjligheter att göra fördjupade analyser genom diagram och tabeller som mäter publiciteten efter olika kriterier som räckvidd, annonsvärde och geografisk fördelning.

## 10. Utvärdera

Skapa rutiner för utvärderingen så att den inte glöms bort. Den bör utgå från de mål ni satt upp (se ”15 tips om förberedelser”). Ställ er frågor som: När vi ut med vårt budskap? Vad har media publicerat och vad kan vi lära av det? Bör vi satsa mer eller mindre på pr framöver?

*Mångfaldigande av denna text är tillåtet med angivande av källan: [www.westander.se](http://www.westander.se)*