

# 5 tips om publicitetsform

Variera formen för pr-aktiviteterna och var inte främmande för att kombinera. Samma nyhet kan användas som underlag för flera olika aktiviteter.

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

---

## 1. Pressmeddelanden

Pressmeddelandet har många funktioner. Ni tvingas formulera ert budskap kort och slagkraftigt. Det kan bilda stommen för företagets nyhetsbrev eller kvartalsrapport och finns i arkivet på er webbplats för intresserade journalister och andra. Pressmeddelandet är ett bra basverktyg för att skapa publicitet. Läs mer om hur ni gör under ”20 praktiska pressmeddelandetips”. Men låt det inte bli den enda formen för era mediekontakter.

## 2. Nyhet via en journalist

Är ni ett börsnoterat företag ska kurspåverkande information göras tillgänglig för alla media samtidigt. Annars är det ofta mest effektivt att presentera er nyhet exklusivt för en journalist, som får förstahandsrätt till publicering. Omedelbart efter att publicering skett sänder ni ut ett pressmeddelande till andra medier. Ibland är de ointresserade, eftersom nyheten redan varit publicerad, men ibland har intresset tvärtom ökat – speciellt om ni har kompletterande information att erbjuda.

## 3. Presskonferenser

För att få journalister att komma till en presskonferens bör ni ha en riktigt stor nyhet att förmedla. Oftast är det slöseri med tid och resurser att ens försöka.

Ska ni ändå hålla en presskonferens måste den vara väl förberedd. Inbjudan ska kortfattat berätta om innehållet utan att avslöja själva nyheten. Nämn gärna i punktform ett fåtal medialt intressanta frågor som kommer att besvaras under presskonferensen.

## 4. Debattartiklar/insändare

Debattartiklar har flera viktiga funktioner. Genom att formulera en ståndpunkt blir ni en part/expert som kontaktas av media inom ert område. Ni kan driva en debatt framåt och få andra media att haka på. Läs mer under ”20 praktiska debattartikeltips”.

Insändaren eller läsarbrevet har inte lika hög ”status” som debattartikeln, men den läses av betydligt fler, speciellt i lokalpressen. Den ska vara kortare och gärna friare i språket. Ju kortare den är, desto större chans att även tidningar med stor upplaga publicerar den.

## 5. Nyhetsbrev

Ett elektroniskt nyhetsbrev ger stora möjligheter att hålla kunder, medlemmar och media uppdaterade om nyheter och aktuella frågor. De journalister som skrivit om era frågor ska finnas på sändlistan. Gör nyhetsbrevet enkelt och kortfattat så att det är lätt för mottagaren att snabbt avgöra vilka nyheter som verkligen angår henne eller honom.

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