

EN FOTNOT OM

BÄTTRE PRESSMEDDELANDEN

Av Hans Uhrus



BÄTTRE PRESSMEDDELANDEN

Välformulerade pressmeddelanden spelar fortfarande en viktig roll i kommunikation av nyheter, förändringar och framsteg. För att tränga igenom i mediebruset och uppnå genomslag och uppmärksamhet krävs en väl genomarbetad text. Hans Uhrus på Uhrvis ger dig 9 tydliga råd för det framgångsrika pressmeddelandet.

1. Rubriken ska locka till läsning – Vad är nyheten och varför vill jag veta mer om detta? En bra rubrik ska fånga läsarens intresse och inte vara för lång.

2. Ingress – En sammanfattning av innehållet eller en lockande inledning. Får gärna sammanfatta innehållet för den som inte hinner läsa hela texten.

3. Bild eller illustration – Ett foto på den aktuella personen, gärna i den aktuella miljön, skapar intresse och inlevelse. Om texten beskriver en produkt bör den visas i sin naturliga miljö.

4. Nyhetsvärde – avsändaren vill berätta något som inte har nyhetsvärde. Vad vet jag efter jag har läst texten som jag inte visste innan? Vilken lösning på ett problem presenteras i texten?

5. Adjektivinflation – ”Vi presenterar en fantastisk revolutionerande produkt som på ett unikt vis kommer att förändra situationen för alla människor på jorden”. Att själv lägga till starka värdeord och överdriven optimism stärker inte nyheten.

6. För mycket och för långt – ofta vill man berätta för mycket och för detaljerat. Lyft fram en specifik sak eller effekt och vad det innebär. Annars riskerar det att drunkna i informationen. Det är bättre att skicka ut mer information vid ett annat

tillfälle. Pressmeddelandet bör aldrig vara mer än en A4-sida.

7. Citat – ger liv åt texten och en personlig prägel. Gärna ett citat, men om det är adekvat kan texten innehålla 2-3 citat från olika personer.

8. Buzzwordinflation – inte sällan innehåller texter branschord och förkortningar som läsaren inte förstår. Texten ska vara enkelt skriven och med ord och uttryck som är begripliga, även om du inte är fackman.

9. Kontaktuppgifter – till person som kan ge information eller delta i intervju. Skriv ut både mail och telefonnummer. (Se till att kontaktpersonen är tillgänglig då pressmeddelandet skickas ut.)

OM HANS UHRUS

Hans Uhrus har lång erfarenhet av att arbeta med kommunikation. Han har arbetat som kommunikationsdirektör, presschef, näringspolitisk chef och IR-chef samt utbildat inom kommunikation. Hans åtar sig interimsuppdrag under lång och kort tid samt stödjer företag med aktiv krishantering, utveckling av företagskommunikation, medie- och presentationsträning samt tar operativa uppdrag. Hans erbjuder även en Kriskommunikationsförsäkring för att öka beredskapen inför eventuellt kommande mediala kriser.

Hans Uhrus
hans.uhrus@uhrvis.se
+46 768 950 101
www.uhrvis.se

STHLM KOM

Sthlm Kommunikations kärnverksamhet är finansiell kommunikation. Vi hjälper bolag med IR- och hållbarhetsrådgivning, produktion av års-, kvartals- och hållbarhetsredovisningar, formgivning och design, webb, foto, översättning, tryck, distribution med mera. Förutom vår breda erfarenhet och kunskap sätter vi en stolthet i att vara engagerade och tillgängliga. Varumärkes- och designuppdrag görs genom systerbyrån Uniform.

Sthlm Kommunikation & IR, Karlbergsvägen 32A, 113 27 Stockholm
sthlmkom.se. info@sthlmkom.se. 08-410 076 05