

Tim Sterner

KOMMUNIKATÖR

PRESSMEDDELANDETS STRUKTUR

Varje del är en länk i kedjan till nästa

Rubrik  Ingress  Brödtext  Kontakt

STRUKTUR

Rubrik

– Ska fånga läsarens uppmärksamhet och väcka nyfikenhet som lockar vidare till ingressen.

Ingress

– Ska fungera som både introduktion och summering. Läsaren ska i grova drag förstå budskapet med hela texten.

Brödtext

– Pressmeddelandets hjärta som mer detaljerat beskriver det du vill nå ut med.

Kontakt

– Avsluta med namn och kontaktuppgifter så att media når dig.

INNEHÅLL

Rubrik

– Ska fånga läsarens uppmärksamhet och väcka nyfikenhet som lockar vidare till ingressen.

Ingress

– Ska fungera som både introduktion och summering. Läsaren ska i grova drag förstå budskapet med hela texten.

Brödtext

– Pressmeddelandets hjärta som mer detaljerat beskriver det du vill nå ut med.

Kontakt

– Avsluta med namn och kontaktuppgifter så att media når dig.

TIPS!

Tänk att pressmeddelandet ska kunna publiceras som det är, eller enkelt göras om till artikel genom snabb omskrivning.

EXPONERING

Gör förslagsvis en PDF-fil av ditt pressmeddelande och bifoga i ett mejl. Klistra även in texten i själva mejlet.

Redaktionerna har oftast planeringsmöte 08.30 eller 09.00. Ditt pressmeddelande bör därför vara i deras inkorg 08.00, eller kvällen innan så att de har det på morgonen.

Skicka främst till redaktionsmejlerna som når samtliga inom just den redaktionen. Redaktionsadresser finns på nyhetsajterna.

Gör ett presskit; en mapp med pressmeddelande, bilder och annan väsentlig information som du kan länka till.

LYCKA
TILL!

Stödmaterial till videon om att
få exponering genom pressmeddelanden

Följ Nifa på social medier



nifa.se



Nifa – Branschförening för
värmländska matföretag



nifavarmland



Linkedin.com/company/
nifavarmland

nifa



EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonder