
Genom att studera texter och notiser i tidningar borde vana tidningsläsare kunna lära sig skriva en pressrelease. Den ska utformas som journalister utformar sina artiklar. Tyvärr skrivs alltför många "kassa" pressreleaser.

Vanliga misstag

Det är viktigt att kunna formulera en bra pressrelease. Här nedan finns några viktiga områden som många missar,

- Skapa en intressant rubrik
- Skriv enbart om en nyhet
- Förstärk din rubrik med ett verb
- Skriv en lagom lång rubrik
- Skriv utifrån sex frågeord
- Skriv i rätt ordning
- Använd relevanta ord
- Hjälp journalisten
- Välj ut rätt journalist
- Förstärk din artikel med en faktaruta

Skapa en intressant rubrik

Alla duktiga journalister letar efter en intressant rubrik som skapar attention hos läsaren. Lägg ned mycket tid och energi på att skapa en perfekta rubrik. Om du missar rubriken rensas du bort vid första sällningen. Om du skickar in din pressrelease med e-post är rubriken i din ämnesrad än viktigare.

Skriv enbart om en nyhet

Det är enbart nyheter som skapar intressant läsning, ett mervärde, för tidningens läsare. Om du inte har något att berätta – ska du inte skicka in en pressrelease. Din rubrik sätter agendan för din kommande ingress. Om det inte är en nyhet, låt bli.

Förstärk din rubrik med ett verb

När du använder ett verb i rubriken aktiveras den. Din nyhet ska präglas av nutid [presens] eller framtid [futurum].

Skriv en lagom lång rubrik

En rubrik i en tidning ligger på 25 bokstäver. För långa rubriker negligeras och en för kort rubrik ger oftast för lite information och väcker inget intresse.

Skriv utifrån sex frågeord

De flesta journalister påstår att en fullständig artikel måste innehålla svar på sex frågor,

- Vad
- Vem
- När
- Var
- Hur
- Varför

Dessa sex frågeord är kriteriet för en fullständig, i skrift, berättad nyhet. Om din artikel handlar om pengar/lönsamhet är det viktigt att du även svarar på frågan - hur mycket?

Skriv i rätt ordning

Börja alltid med det viktigaste som du vill förmedla. Du ska skriva din nyhet i en bestämd ordning,

1. Huvudpoängen och slutsatsen
2. konsekvensen
3. utgångspunkten
4. detalj- och bakgrundsinformation.

Använd relevanta ord

Skriv enkelt, strukturerat och på svenska. Använd helst inte,

- Engelska ord
- Buzzwords
- Branschtermer
- Coola ord
- Svåra ord
- Låååånga meningar

Hjälp journalisten

Om du vill hjälpa ditt företag att få PR i media, ska du hjälpa journalisterna att få tag på rätt material som är anpassat efter deras målgrupp och som intresserar deras läsare.

Glöm inte bort att en journalist blir "bombad" med mycket material och förfrågningar så han/hon lägger ned mycket tid på att välja bort material.

Välj ut rätt journalist

Undersök [research] vilken journalist som skriver om ditt område/ämne. Ju mer din artikel matchar tidningens målgrupp och dess inriktning desto större möjlighet att du får din pressrelease publicerad.

Förstärk din artikel med en faktaruta

"Det goda pressmeddelandet ska innehålla budskapet, viktiga fakta och konkreta siffror. Det höjer chansen för att det ska bli rätt i artikeln som med all sannolikhet kommer av det goda pressmeddelandet."

- Tore Tobiasson, PR-man

Glöm inte bort kontaktuppgifter till ansvariga hos avsändaren, webbadress med hänvisning till ytterligare information och pressbilder finnas med. Ta med en faktaruta med relevant information om ditt företag.