

PRESSEMELDING

Redaksjonen får utallige pressemeldinger. De fleste går i søppelbøtten. Hvordan skal du vekke interesse med din melding?

Når skal du sende en pressemelding?

Når du har en god sak

Når du har en nyhet

Når du mener at du har noe som interesserer andre, spør deg selv:

Hva skal pressemeldingen handle om

Hvem handler den om?

Hvorfor skjer det?

Hvor skjer det?

Hvordan skjer det?

Kanskje ikke alle H-ene er like aktuelle hver gang.

En pressemelding skal være skrevet slik at den kan brukes uredigert

Bruk enkelt og klart språk

Let etter de gode poengene

Vær saklig

Ikke gjør den til en skjult annonse (tid, sted, klokkeslett osv)

Passer den til det mediet du sender den til? (eks.: riksavis, lokalavis, nettaviser, etermedier)

Send praktisk informasjon i e – posten, eventuelt i vedlegg

Ring gjerne opp redaksjonen (eller flere). Stoffet konkurrerer om plass. Din telefon kan vekke oppmerksomhet, gir anledning til å stille spørsmål – og du rykker fram i køen☺

Lykke til!