

Gode tips

Når du skal have skrevet og distribueret din pressemeddelelse, er det vigtig at tænke over forskellige faktorer. Disse faktorer kan gøre at din pressemeddelelse bliver enormt god, og derved læses af mange. Det kan samtidig være at der er nogle vigtige elementer i pressemeddelelsens vinkel eller udarbejdning, som gør at den ikke bliver læst af dem, som den var skrevet til.

Her er 3 tips som gode at tænke over, når du skriver din pressemeddelelse:

1: Tænk på hvem modtageren af pressemeddelelsen

Det er vigtigt at gøre sig tanker om, hvem som er ment til at skulle læse den pressemeddelelse, som du skriver. Det er altså enormt vigtigt at du tænker over hvilken målgruppe dit budskab skal nå ud til. Det kan f.eks. ikke nytte noget, at du udelukkende skriver i fagtermer, hvis det skal sendes ud til en modtager, som ikke forstår det.

2: Kort og præcist

Det er vigtigt ikke at gå i for mange detaljer, som ikke er 100% relevante for pressemeddelelsens budskab. Hvis meddelelsen omhandler gentagende fejl på en vaskemaskine, som har medført en stor sag, er det ikke relevant at skrive om, hvad græslåsmaskinen i virkeligheden kunne af spændende ting.

3: Sæt de vigtigste elementer først i meddelelsen

Journalisterne som skal læse pressemeddelelsen er ligeså dovne, som avis og nyhedslæserne på andre medier. For at få de vigtigste ting til at sidde fast hos læseren og på den måde fastholde modtageren, er det nødvendigt, at de bærende budskaber bliver skrevet i starten af meddelelsen