



Press/mediaplan

1. Mål - Vilka mål vi sätta för vårt arbete? Vad vill vi göra? Få hög frekvens eller nå hög räckvidd? Skapa kännedom, bygga attityd?
2. Vilken press/media vänder vi oss till? Hur ser deras organisation ut? Vilka vänder de sig till?
3. Vem i organisationen arbetar med press/media? Är de en eller flera? Vilka ramar vill ni sätta för arbetet, alltid tillgänglig, tillgänglig under vissa tider, vi svara efter senast 30 minuter osv.
4. Hur prioriterar vi när det gäller press/media? Se målen under 1.
5. Vilka begrepp, vilket tilltal/språk använder vi för att stärka vårt varumärke i pressreleaser och andra kanaler till press/media?
6. Hur kommunicerar vi vårt varumärke i vår kommunikation med press och media? Hur ser våra utskick ut? Hur ser vår hemsida ut? Om vi arbetar med olika typer av sajter som distribuerar pressreleaser, hur "ser vi ut" på dessa sidor?
7. Vilka frågor vill vi lyfta fram under ett år? Vilka händelser finns att lyfta fram? Priser, tävlingar, marknadsundersökningar, organisationsförändringar, förvärv, publikrusning etc.
8. Vilken typ av bilder använder vi till press/media? Vilket tilltal/ton ska de ha?
9. När skickar vi pressinformationen? Med vilken kontinuitet skickar vi dem?
10. Vilka är våra långa media (tidskrifter, TV, radio etc), hur kan vi planera in kontakter med dem med minst 6 månaders framförhållning?
11. Förankringen internt, hur ser den ut? Hur sprida goda eller dåliga nyheter internt?
12. Vad ska vi mäta och när? Se under nr1. Hur vill vi använda resultat från eventuella mätningar internt.