

# **Medie- relationer**

**Så påverkar du mediebilden**

**Håkan Lind  
Cherine Khalil**

**MORFEM**



# Innehåll

<b>Förord</b>	<b>9</b>
<b>Pressekreterarens förändrade roll</b>	<b>11</b>
”Är Maud Olofssons altan ett svartbygge?”	11
Fler och fler	14
Allt större betydelse	15
<b>Kommunikation – svårare än raketforskning</b>	<b>17</b>
Sammanhanget avgör	17
Målgruppen	19
Budskapet	20
Medierna	21
Fingertoppskänsla	23
<b>Pressekreteraren och talespersonerna</b>	<b>24</b>
Från halvbra till riktigt bra	24
Experter och centrala företrädare	25
Tre sorters chefer	26
Talespersonernas styrkor och svagheter	27
Människan bakom titeln	29
När det inte fungerar	31
SAMARBETET MED PRESSEKRETERAREN	
CATHARINA ELMSÄTER-SVÄRD 32	
<b>När journalisten ringer</b>	<b>35</b>
Vem svarar? Strategi eller slump?	35
Öppen organisation	37
Centraliserad presstjänst	41
Vem gör intervjun?	44
Mjuka faktorer	45
Pressekreteraren som talesperson	46
Köpa sig tid	47
Säga nej	48
Vara den tråkiga	49
Tacka ja, även till en dålig intervju	50
SAMSPELET MED PRESSEKRETERAREN	
JOURNALIST A 51	

<b>Påverka mediebild</b>	<b>54</b>
Pressekreteraren som motor	54
Vem bevakar dina frågor?	55
Sälja in nyheter	57
Tre-tre-nio-regeln	60
Maximera genomslaget	61
Från bowling till flipper	62
Bakgrundssamtal	63
OM BAKGRUNDSSAMTAL OCH NYHETSVÄRDERING JOURNALIST B 66	
<b>Förberedelser inför intervju</b>	<b>69</b>
Få kontroll över budskapet	69
Hjälpmedel och verktyg	70
Intervjuns ABCD-modell	71
Undvika direkta svar	72
Talepunkternas dåliga rykte	73
Så skrivs talepunkter	75
Talepunkter synkar svaren	77
Talepunkter ger trygghet	78
När tas talepunkter fram?	79
Uppdaterade talepunkter	80
Medieträning	80
En av pressekreterarens viktigaste uppgifter	81
ATT VARA PRESSEKRETERARE FÖR EN VD ERIK BRATHALL 82	
<b>Pressekreterarens stöd vid intervjun</b>	<b>86</b>
Intervjuns förutsättning	86
Påverka bildsättningen	86
Ge handfast men diskret stöd	89
Agera extraminne	89
Lyssna under intervjun	90
Banda intervjuerna	92
Inramningen vid kritiska intervjuer	95
Våga avbryta	96
BYGGA RELATIONER MED LOKALMEDIA ANTON JOHANSSON 98	
<b>Debattartiklar och pressmeddelanden</b>	<b>101</b>
Alla kan inte skriva	101
Så skrivs en debattartikel	101
Debattartikelns ramar	103

Debattartikelns struktur	105
Debattredaktionen	107
Återanvänd texten	108
Kontaktlistor	109
Pressmeddelandets ramar	109
Pressmeddelandets fallgropar	110
Utskick	112
<b>Presskonferens</b>	<b>114</b>
Presskonferensernas år	114
Vad håller för en pressträff?	114
Bjud in till pressträff	115
När?	117
Var?	117
Hur?	118
Förbered talespersonerna	118
Genomförande	119
Enskilda intervjuer	121
Styr frågorna	122
Digital pressträff	124
Checklista för pressträff	125
<b>Krishantering</b>	<b>126</b>
Verksamhetskris eller förtroendekris?	126
Förebygg kriserna	127
Lägga sig platt?	128
Hantera förtroendekriser	131
Gå till grundkällan	133
Är det en kris? Är det din kris?	133
Talepunkter vid kris	134
Begränsa arbetsgruppen	135
Korta nyhetscykeln	136
Krishantering via sms och mejl	138
Inte svara alls	140
<b>Sociala medier</b>	<b>142</b>
Sociala medier – en del av vardagen	142
För- och nackdelar	143
Tre kontrollfrågor	144
Riktlinjer för närvaro	146
Personlig närvaro	147
Centrala företrädare och experter	148
Medarbetares närvaro	150

<b>Vardagsrutiner</b>	<b>152</b>
Förbered för det oväntade	152
Efter war room och Valhall	152
Kommunikationsavdelningens rutiner	153
Det agila arbetet	157
Håll koll på utspelen	159
Fasta rutiner – och flexibilitet	159
KREATIV KOMMUNIKATION	
ANNA ERHARDT 160	
<b>Mål och utvärdering</b>	<b>163</b>
Årsanalys	163
Månads- och veckoanalyser	164
Analys av aktiviteter, utspel och kriser	165
Styrande mål	167
Återkoppling	168
<b>Tio tips för att bli en riktigt bra pressekreterare</b>	<b>170</b>
<b>Steg för steg-guide för nya pressekreterare</b>	<b>173</b>
<b>Namnregister</b>	<b>179</b>