

SKAPA EN PR PLAN SOM FÅR EFFEKT

mynewsdesk



VAD ÄR PR?

PR är en förkortning för Public Relations och faller under kategorin "förtjänad media". Detta innebär att ditt varumärke får publicitet eller uppmärksamhet som ett resultat av vad du säger eller delar på dina olika plattformar. Oavsett om du arbetar på ett mindre eller större bolag så är PR en viktig grundsten för att stärka och sprida kännedom om ditt varumärke.



"PUBLIC RELATIONS IS A STRATEGIC COMMUNICATION PROCESS THAT BUILDS MUTUALLY BENEFICIAL RELATIONSHIPS BETWEEN ORGANIZATIONS AND THEIR PUBLICS."

- Public Relations Society of America

DÄRFÖR BEHÖVER DU EN PR PLAN

Ett av de mest effektfulla marknadstaktikerna för att skapa förtroende och bygga varumärkeskännetecken är word-of-mouth och ett sätt att skapa effekten av word-of-mouth är att arbeta med PR. Jämfört med marknadsföring och annonsering där du själv kontrollerar budskap och innehåll, handlar PR om att bygga relation till din målgrupp, media och andra intressenter för att starta konversationer om ditt varumärke utanför dina egna kanaler. När andra pratar om dig och ditt varumärke, så kommer nämligen effekten och trovärdigheten bli betydligt mycket större än om du skulle säga det själv.

Det är sagt att PR arbete inte påverkar försäljningen inom ett företag. Men det är bara delvis sant. Ja, marknadsaktiviteter av olika slag har en direkt påverkan på försäljningen. Men i slutändan så köper vi inte produkter, vi köper varumärken, och därför är din PR plan högst relevant för tillväxten av ditt företag.

Så, för att bygga och bibehålla ett gott rykte och starka relationer till din omgivning, behöver du en PR plan som hjälper dig nå dit.



VARFÖR DU BÖR INVESTERA I PR



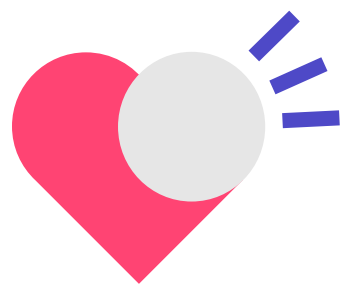
- **Kostnadseffektivt**

Att arbeta med PR är definitivt billigare än att köpa annonsytor i media eller annonsera på digitala plattformar. Med dagens teknik, digitala nätverk och online verktyg som kan hjälpa dig längs vägen, så har det blivit betydligt mycket lättare och billigare att planera och genomföra din egna PR plan.



- **Mer övertygande än annonsering**

Till skillnad från en annons som har ett uppenbart mål att sälja, är PR baserat på andras röster om dig, och därmed ett mer kraftfullt sätt att nå ut med ditt budskap. Som konsument har vi större tillit till en recension eller omdöme från en extern part snarare än kommunikation som kommer direkt från varumärket.



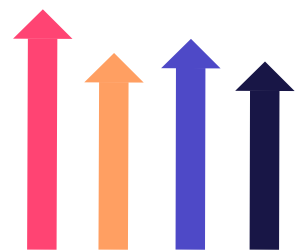
- **Ökad varumärkeskänedom**

När ditt varumärke blir omnämnd i media eller av andra influenser, får du en bredare räckvidd och det adderar trovärdighet till ditt varumärke. Eftersom artiklar oftast publiceras online blir även tillgängligheten större och möjligheten att återanvända innehållet till din fördel i framtiden.



- **Bygga lojala kundrelationer**

Med hjälp av PR så kan du skapa igenkänning, känslor och förtroende mellan dig och din målgrupp. Du får möjligheten att anknyta till din målgrupp på andra sätt än genom konverteringar och köp. I slutändan kan detta vara avgörande för att vinna marknadsandelar och få konsumenten att välja dig framför ett konkurrerande varumärke.



- **Ökade konverteringar**

En lyckad försäljning är baserad på prospektets kunskap, förtroende och åsikt om ditt varumärke. Med effektivt PR arbete kan du förkorta beslutsprocessen genom att ha en förtroendeingivande marknadsposition och tydligt budskap.

INNAN DU SÄTTER IGÅNG

Innan du sätter igång och utarbetar din PR plan så bör du göra en grundlig nuläges-analys. Arbetet att ta fram en PR plan behöver inte börja med ett blankt blad. Dra nytta av de insikter och lärdomar du har om er nuvarande situation för att utveckla din PR plan från det.

SWOT analys över kommunikationen idag

Ett bra sätt att analysera din nuvarande kommunikation och marknadsaktiviteter för att synliggöra var och hur du behöver förbättra ditt PR-arbete.

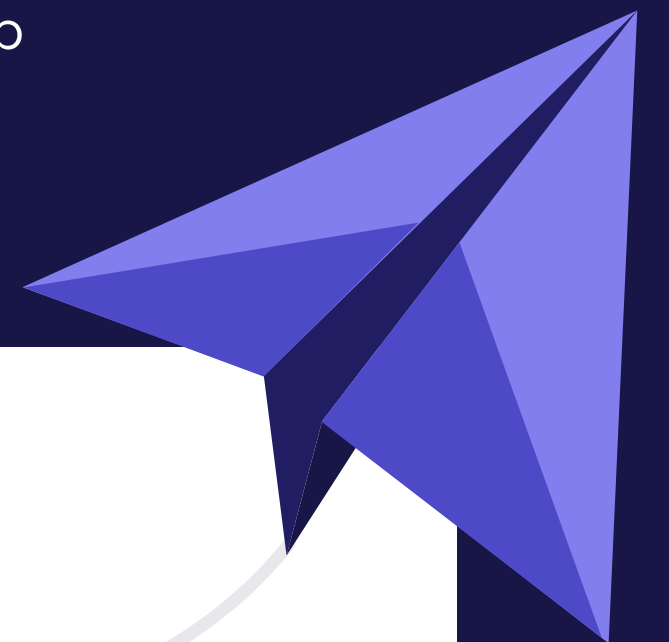
Omvärldsbevakning

Vad sägs om ditt varumärke idag? Är detta någonting du kan bygga vidare på, eller behöver du ändra riktning på din kommunikation för att ändra den nuvarande perceptionen? Med hjälp av ett mediabevakningsverktyg kan du få insikter om vad som sägs om ditt varumärke och i vilken kontext.

Resurser

För att sätta rätt ambitionsnivå kan du behöva se över dina nuvarande resurser. Har du tillgång till ett journalistnätverk i dagsläget? Hur distributerar ni erat innehåll idag för att nå ut? Kan du följa upp aktiviteterna du gör?

Letar du efter en platform som kan hjälpa dig att publicera, distribuera och analysera det innehåll du delar? Mynewsdesk är en all-in-one lösning som kommer att spara dig tid, öka din räckvidd och bygga starka medierelationer.



KOM IGÅNG MED DIN PR PLANERING

Med insikterna från din nulägesanalys är du redo att sätta igång med din PR planering. Det som är viktigt att tänka på när du skapar din PR plan är att du behöver anpassa den efter ditt företag och era målsättningar. All PR är inte för alla. För att bygga långsiktiga relationer behöver du hitta vad som fungerar mellan dig och dina målgrupper.



DEFINIERA DINA MÅL

För att kunna följa upp och mäta dina PR aktiviteter är det viktigt att du sätter upp tydliga mål (mer om mätning senare). Hur ska du annars kunna utvärdera om dina insatser varit framgångsrika?

För att fastställa dina PR mål, fundera över vad syftet är med dina aktiviteter. Vad vill du åstadkomma?

- Är det att attrahera nya kunder?
- Öka varumärkeskännedom?
- Etablering på en ny marknad?
- Lansera en ny produkt?
- Employer branding?

Beroende på var du är i din PR-resa, vilka resurser du har och budget att spendera, så kan dessa mål skalas. Du kanske vill göra en specifik plan för en produktlansering? Eller bara fokusera på digital närvaro? Oavsett så är det upp till dig hur bred eller specifik du vill att din PR plan ska vara. Anpassa målet efter vad som är hanterbart för dig och ditt team.

När du har tydliggjort vad syftet är med dina PR-aktiviteter, så kommer resten att bli mycket enklare. Det kommer hjälpa dig i kommande steg när du ska tydliggöra vem du vill nå, hur och när.



LÄR KÄNNA DIN MÅLGRUPP

När vi talar om PR så finns det två olika målgrupper du behöver ta hänsyn till. Det är dem du önskar ska dela och sprida vidare ditt budskap (journalister och andra influenser) och de som du i slutändan vill ska nås av det som delas (läsare, följare etc.). Låt oss titta närmare på dem och hur du bör anpassa din kommunikation till dem.

Media, journalister och andra influenser.

För att bygga medierelationer handlar till stor del att vara relevant gentemot dem du vill nå och göra det enkelt för dem att dela informationen om ditt varumärke vidare. Hur ser dina resurser ut idag för att nå ut till journalister och media? Se till att du skapar starka medierelationer för att säkerställa att när du har något att säga så plockas ditt innehåll av rätt person.

Målgrupp.

När du planerar ditt PR arbete så vill du ta reda på vilka behov och beteenden din målgrupp har. Med insikter om detta kan du se till att skapa content som är relevant och engagerande för just din målgrupp, och därmed se till att bygga starka lojala kundrelationer.



VÄLJ RÄTT AKTIVITETER

De traditionella kanalerna för PR har främst varit event och pressmeddelande, och dessa är självklart fortfarande viktiga. Men i dagens digitala landskap så har spelplanen ändrats och du behöver anpassa dina PR-aktiviteter så att du även bygger starka relationer online.

Genom att välja rätt typ innehåll för rätt kanal kommer du med större sannolikhet nå rätt personer, vid rätt tillfälle, med rätt budskap. Ja, "rätt" kan ses som en huvudingrediens i detta sammanhang.

OLIKA AKTIVITETER ATT ANVÄNDA

Nyhetsrum online. Ett utmärkt sätt att nå ut och bygga relationer med din målgrupp, media och andra viktiga nyckelpersoner i dagens digitala landskap. Om du vill lära dig mer om hur du får uppmärksamheten hos media och journalister, ta en titt på [vår guide om pressmeddelande](#).

Sociala medier. Vem är vi utan sociala medier idag? Detta är din chans att vara mer personlig, engagerad och transparent med din målgrupp. Detta är också tacksamt då du får direkt feedback som snabbt kommer lära dig om vad människor gillar och inte gillar.

SEO and stark domän. Genom att arbeta med SEO kan du ta kommandot för din digitala PR strategi. Om du känner din målgrupp rätt kan du säkerställa att du syns på relevanta sökord för att alltid vara top-of-mind. Antingen väljer du att arbeta med att bygga upp din egen rankning, alternativt utnyttjar publiceringsverktyg som redan har hög rankning. *Visste du till exempel att Mynewsdesk har en av världens starkaste SEO domäner?*

Event Online/Offline. Event är ett bra sätt att interagera och bidra med någonting till din publik på ett mer intimt sätt. Event bidrar oftast till att du och din målgrupp känner att man får någonting ut av det - vilket är grunden till att bygga relationer.

Online artiklar och gästlägg. Genom att samarbeta med andra och skriva gästlägg och online artiklar på andra plattformar kan du utöka räckvidden av ditt budskap och öka förtroendet för ditt varumärke.

Influencer marketing. Vi är alla medvetna om inflytandet hos influencers. De har makten att kunna påverka tusentals följare med deras egna åsikt. Att inkludera [influencer marketing](#) till din PR plan kan ge dig den där extra fördelen.

GÖR ETT SCHEMA - DU KOMMER TACKA DIG SJÄLV SENARE

När du skapar din PR plan så kommer du spara mängder med tid genom att strukturera upp ett schema för dina kommande PR aktiviteter. Metoden "**5 W's och 1 H**" är ett lätt och effektivt sätt att få en överblick över ditt PR arbete. Du kommer att kunna se vilken innehåll som ska skapas, för vem, var och när - och hur de möter de PR- mål som ni inledningsvis har satt upp.



PR AKTIVITET #1

PR AKTIVITET #2

WHAT

Lansera en ny produkt

Ny varumärkesidentitet

FOR WHO

Kunder, interna intressenter, nya kunder

Medarbetare, knterna intressenter, kunder, prospekt etc.

WHY

Tillägg till våra nuvarande erbjudande, för att addera värde och en bättre upplevelse.

Etablera och sprida vår nya identitet och allt som innefattas av det.

WHERE

Alla kundkanaler och interna kanaler

Nyhetsrum, sociala medier, interna kanaler etc.

WHEN

21:a oktober

Lansering: 1:a juni, därefter återupprepande

HOW

Pressmeddelande, email, hemsida

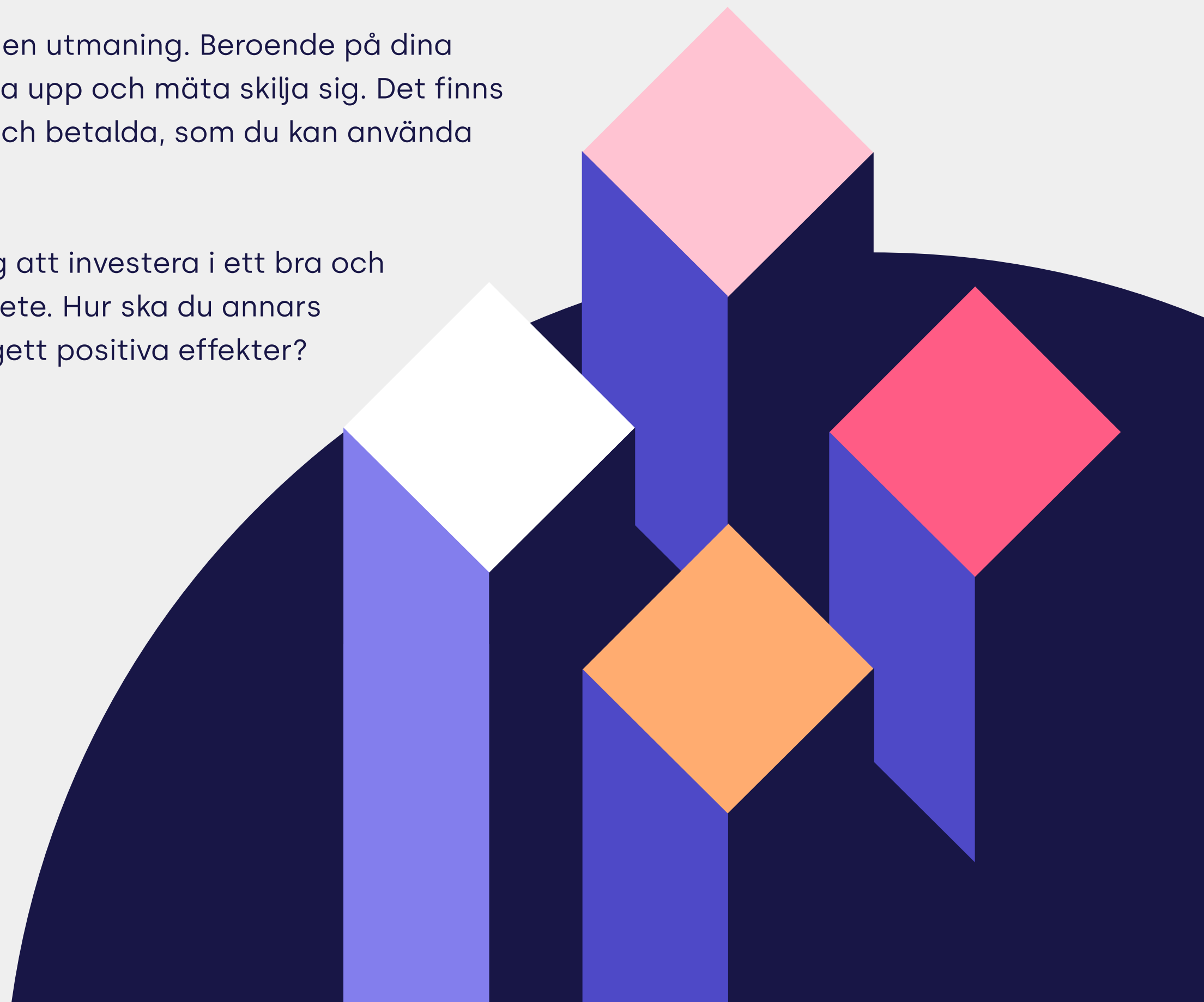
Alla plattformar

Tips: Schemalägg ditt innehåll Visste du att de flesta verktygen erbjuder möjligheten att schemalägga utskick och publiceringen av innehåll? Det är ett smidigt sätt att kunna planera i förväg och det ger dig mer flexibilitet att justera om det skulle komma upp någonting brådskande längs vägen.

FÖLJ UPP OCH MÄT DINA PR-AKTIVITETER

Uppföljning och mätning av PR kan vara en utmaning. Beroende på dina resurser så kan möjligheterna för att följa upp och mäta skilja sig. Det finns många bra online verktyg, både gratis och betalda, som du kan använda för att mäta effekterna av ditt arbete.

Oavsett vad, skulle vi rekommendera dig att investera i ett bra och pålitligt verktyg för att följa upp ditt arbete. Hur ska du annars argumentera för att ditt PR arbete har gett positiva effekter?



MÄTVÄRDEN ATT TITTA NÄRMARE PÅ

De exakta KPI:erna kommer att skilja sig beroende på vad din mål, digitala verktyg och tillgång till data. Men så länge du följer upp din PR plan så har du möjligheten att vara flexibel och optimera dina aktiviteter baserat på de insikter du får från din data.

- **Besökare.** Hur ser trafiken ut för ditt nyhetsrum, hemsida etc? Om människor besöker dina plattformar, innebär det förmodligen att ditt PR arbete fungerar.
- **Omnämmanden.** Använd ett mediabevakningsverktyg som hjälper dig övervaka ditt eget varumärke och vad som sägs om dig. Ju fler som pratar om dig desto större blir synligheten för ditt varumärke.
- **Räckvidd media.** Hur du framgångsrikt lyckats nå ut till media och andra nyckelpersoner? Se över hur ditt innehåll får spridning till media och journalister.
- **Engagemang.** En god indikator på att din målgrupp uppskattar ditt innehåll.
- **Delningar.** En annan bra måttstock som visar att ditt innehåll är uppskattat. Dessutom bidrar det till ökat förtroende till ditt varumärke.
- **Domain auktoritet/Backlinks.** Visar på hurvida din hemsida anses auktoriserad enligt sökmotorerna. Bra SEO och relevant innehåll är nycklarna för att nå dit.

TIPS:

Mynewsdesk erbjuder möjligheten att följa upp alla dina PR aktiviteter - målgruppsengagemang, omnämmanden, konkurrensanalys etc.

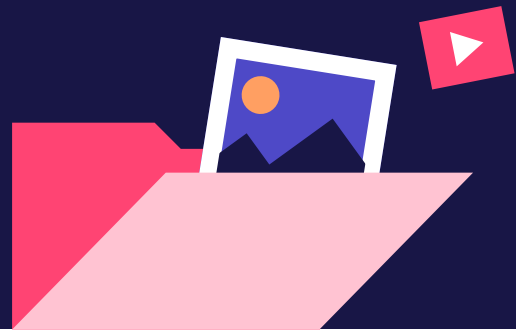
KÄNNER DU DIG ÖVERVÄLDIGAD?

Ditt PR arbete ska inte ses som ett sprintlopp utan snarare som ett maraton. Det krävs tålamod och välarbetade strategier för att se långsiktiga resultat. Men som kommunikatör eller PR-strateg så är oftast målet att bara komma igång eller uppdatera hur man arbetar med PR, och förhoppningsvis har denna guide givit dig verktygen för att sätta igång med det.

Vi vet att PR kräver mycket arbete och kan vara tidskrävande för dig som arbetar inom kommunikation. Det är därför vi på Mynewsdesk erbjuder en all-in-one plattform som gör det möjligt för dig att samla ditt PR arbete till en plats. Med vår AI-baserade plattform, omfattande databas av journalister och höga SEO-rankning kan vi hjälpa dig att uppnå maximal räckvidd och mätbara effekter av ditt PR- och kommunikationsarbete.



TA HJÄLP AV MYNEWSDESK FÖR ATT UPPNÅ FULL EFFEKT AV DITT PRESSMEDDELANDE



SKAPA OCH PUBLICERA

Skapa och publicera pressmeddelanden, nyheter och blogginlägg i Mynewsdesks plattform för att effektivt nå ut med din PR och kommunikation.



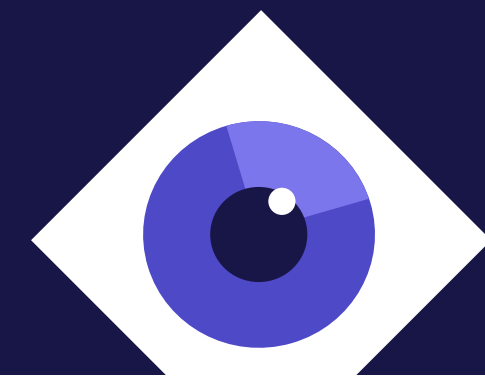
MAXIMERA DIN RÄCKVIDD

Öka din räckvidd med vår omfattande journalistdatabas och starka SEO samtidigt som smart teknik matchar ditt innehåll med rätt journalister globalt och lokalt.



ANALYSERA OCH RAPPORTERA

Se vilka publiceringar som leder till medial exponering och mät effekten av dina PR och kommunikationsinsatser.



MEDIEBEVAKNING

Bevaka enkelt miljontals källor i realtid för att upptäcka trender, mäta vad som skrivs om ditt varumärke och arbeta proaktivt med krishantering.

SMART PR NÅR FRAM.

Behöver du ett verktyg som gör det enkelt att distribuera och mäta effekterna av dina pressmeddelanden?

Om Mynewsdesk - Det smarta sättet att skapa kännedom och relationer

Mynewsdesk hjälper företag att skapa kännedom, nå rätt målgrupp och bygga starka relationer. Med vår användarvänliga PR-plattform förenklar vi publiceringen, distributionen och mätningen av alla dina PR- och kommunikationsinsatser.

Testa Mynewsdesk gratis i 10 dagar

**MED ÖVER 1.6 MILJONER UNIKA BESÖKARE VARJE MÅNAD,
TAS 70% AV MYNEWSDESKS 4,000 KUNDER UPP AV MEDIA.**

Läs mer på www.mynewsdesk.se



Reshaping PR & Communications

To find out more about us, go to [Mynewsdesk.se](https://mynewsdesk.se)

mynewsdesk