

Tema: Pressbilder

Du har skrivit klart ditt pressmeddelande och är nu redo att publicera texten. Har du också tagit fram passande pressbilder till din nyhet? Inte? Ja, du är inte ensam. I månadens nyhetsbrev belyser vi olika aspekter av pressbilderna.

Bra pressbilder ger mer publicitet och exponering

En bild säger mer än tusen ord! Gäller det också för pressbilder?

Traditionellt har pressinformation varit skral på bilder för att visualisera budskap. Majoriteten av alla pressmeddelanden som distribueras idag skickas fortfarande utan bilder. Bildredaktörernas budgetar skärs ner dagligen vilket gör att de ständigt är på jakt efter användbart bildmaterial. Även bloggare gillar bilder då det förstärker innehållet i deras blogg och de oftast inte har någon bildbudget alls.

Genom att använda bilder mer i din presskommunikation fångar du inte bara läsarens intresse, du kan också påverka bilden du förmedlar med din nyhet, som annars är fri för individuell tolkning. Du ökar också chanserna till publicitet och mer träffsäker exponering, både för din nyhet och din bild.



Bilden ovan, som blev pristagare i tävlingen Årets bild, är tagen av [Jörgen Hildebrandt](#) för Axfast. Det är en bild av företagets styrelse till deras årsredovisning. Bilden är ett bra exempel på en annorlunda bild som fångar uppmärksamhet och samtidigt säger

Tre snabba



Hanna Brodda, frilansjournalist och chefredaktör på Dina mediciner

Blir en pressrelease mer intressant med en bild?

- Det är superviktigt att inkludera bilder med en pressrelease. Ofta kan det vara det som får en artikel att vinna eller försvinna, och det skapar mångdubbelt fler läsare.

Hur väljer du bilder till dina artiklar?

- Jag hämtar bilder från bl.a. MyNewdesk, från läkemedelsföretag och andra som valt att lägga upp dem där. Jag föredrar bilder som lyfter nyheten, inte bara ansikten på presskontakterna eller VD:n utan helst bilder där det händer något, som när någon testar medicinen.

Har du något tips till kommunikatören?

- Eftersom jag driver en nyhetssajt inom medicin på egen hand och inte har mycket resurser, så behöver jag hitta kvalitetsbilder snabbt. Det underlättar för mig om företag har dem organiserade i sina pressrum. Smarta företag väljer att lägga till en bild till sin nyhet, helst något som är slående och fångar huvudbudskapet bakom pressmeddelandet. Det är trevligt att få ett par stycken att välja bland också. Vi lever i en visuell värld. På min sajt ser jag en stor och omedelbar ökning i klick om jag har inkluderat en bild i artikeln.

Kundservice tipsar:

"Vad är skillnaden mellan en webbild och högupplöst bild?"

Den vanligaste frågan som kundservice får gällande bilder är vad som är skillnaden mellan en webbild och en högupplöst bild. Svaret är att webbilderna (som man laddar upp samtidigt med ett pressmeddelande) visualiserar pressmeddelandet och är sammankopplat med detta. Det följer med i bevakningar och syns som en tumnagel på MyNewsdesk.com.

något om företaget.

Dags att ta fram nya pressbilder?

Enligt Jörgen Hildebrandt händer det ofta att företag hör av sig och vill använda bilder som han har tagit för andra syften som pressbilder. Jörgen anser att företag har mycket att vinna på att satsa lite extra på sina porträttbilder. Han förespråkar bland annat att man ger fotografen svängrum samt gott om tid med personen som ska fotograferas.

Planerar du på att uppdatera din bildbank av pressbilder? Då kan det vara värt att fundera lite på följande punkter:

Rätt fotograf för den rätta känslan

Ditt företag har en unik produkt och ett budskap som ni vill förmedla på rätt sätt. Varje bra fotograf har sin egen stil och vision. Shoppa runt och hitta den fotograf som är rätt för ditt företag. Kika gärna på Jörgen Hildebrandts lite annorlunda pressbilder för inspiration [här](#) >>

Fotografens nätverk

Denna punkt är ofta förbisedd och undervärderad, men har du budget för en riktigt bra fotograf är den väl värd att överväga. Planerar du att anlita en fotograf så köper du mer än bilderna, du köper också ett möjligt kontaktnät av olika bildredaktörer. En väletablerad fotograf har ofta starka kopplingar till bildredaktörer i en mängd olika medier. Genom fotografens kontaktnät kan du indirekt komma i kontakt med bildredaktörerna då fotografierna kontinuerligt skickar sina senaste alster till sina kontakter.

En bra bredd av bilder

Olika medier har olika redaktionella behov. Variera därför dina pressbilder. Se till att fota dina produkter i studio, om möjligt utomhus och i något helt "fel" miljö så att bilderna sticker ut.



Pressbilder från Gant.

Satsa på omslagsbilden

Satsa på ett par bilder som skulle kunna stjäla omslaget i en nischad tidning. Det kan till exempel röra sig om riktigt bra närbilder på ingenjören eller entreprenören som uppfunnit produkten, eller en riktigt läcker närbild på en produktdetalj.

De högupplösta bilderna hamnar i bildbanken i respektive företags pressrum. Bilden med beskrivning sökmotoroptimeras och har även tags och ämneskategorisering för att bli sökbar i bildbanken.

Vill du att den bild du väljer i pressmeddelandet ska vara sökbar i sin egen rätt så ska du ladda upp den som högupplöst bild.

Visste du att...

...nu kommer din bild med i wordpressblogg

När du publicerar en nyhet med en webbild på MyNewsdesk, och har valt att synkronisera en wordpressblogg för samtida publicering, så följer bilden med till bloggen.

Hur bör du kommunicera med en bloggare?



MyNewsdesk har träffat Karin Adelsköld som driver teknikbloggen Lilllagumman. Hon ger oss lite tips om vad vi bör tänka på i kommunikation med bloggare, bland annat gällande bilder.

Skicka lågupplösta bilder

Bilderna som bloggare får publiceras endast på nätet så formatera om dina högupplösta bilder. Skicka hellre länkar till dina högupplösta bilder än att bifoga dem i e-post då det riskerar att crasha in-boxen annars. [Läs hela inlägget.](#)

Kundträffar i oktober

I oktober kommer vi att ha seminarium med utbildning för våra kunder. Mer information kommer i juni men vill du anmäla dig redan nu för att garantera en plats, skicka e-post med kontaktuppgifter till kundservice@mynewsdesk.com.

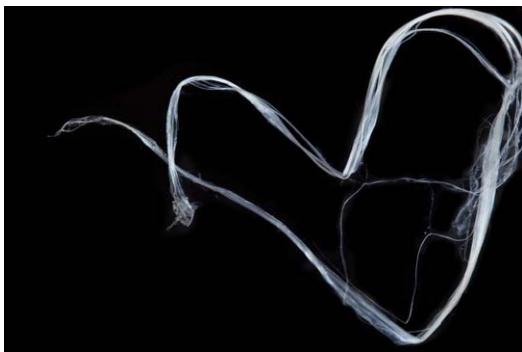
Umeå och Jönköping - 5 oktober
Göteborg och Malmö - 6 oktober
Göteborg och Malmö - 7 oktober
Stockholm och Uppsala - 12 oktober
Stockholm och Västerås - 13 oktober
Linköping och Borlänge - 14 oktober



Pressbild från cykeltillverkaren Abici.

Bilder för uppslag

Då fotobudgetarna tenderar till att minska på redaktionerna kan det vara bra att också ha bilder som passar för uppslag. Här ska man tänka på att ha bilder som självklart visar produkten eller personen, men primärt ska briefen till fotografen handla om att bilden ska vara optimalt tagen så den gynnar layouten. Det är därför viktigt att tänka på att ta snygga bilder, med en enkel bakgrund som det går att lägga text på.



Pressbild föreställande ett spinfrån Sveriges Lantbruksuniversitet.

Bildtexter

Bildtexten är a och o. Varje bild och illustration bör ha en bra bildtext. Bildtexten ska berätta sin egen historia och framhäva bilden. Att skriva en bra bildtext gör dig inte bara populär hos journalister och bloggare utan också hos sökmotorer och i sociala medier. Vill du veta mer vad du ska tänka på när du skriver bildtexter? Läs vårt senaste PR-tips på vår [kundblogg här >>](#)

Att tänka på när du publicerar en pressbild

När du publicerar en bild på MyNewsdesk så bör du tänka på några områden som påverkar hur din bild exponeras. Dels kan du styra sökbarhet på MyNewsdesk och på sökmotorer som Google images, dels kan du påverka var din bild publiceras.

1. Rubrik och beskrivning

Döp din bild till relevant rubrik (döp även bildfilen till samma namn för bästa sökmotoroptimering). Den ska sammanfatta vad bilden innehåller men också vara ändamålsenlig. Använd inte tekniska termer utan tänk på vad dina målgrupper kan tänkas använda för ord när de söker efter en bild som din. Oavsett om det är en journalist som söker på MyNewsdesk eller en kund som söker på

PR-Service Almedalen

För dig som är aktiv under Almedalsveckan - missa inte att kategorisera dina nyheter under kategori Almedalsveckan, den ligger under huvudkategorin politik, samt under Aktuellt. Då kommer dina nyheter att publiceras i Almedalsmedia!

Är du på plats i Visby under Almedalsveckan så är du hjärtligt välkommen till PR-service på St:Hansplan. Vi hjälper dig att publicera dina nyheter med fri publiceringsservice hela veckan och svarar på dina frågor om hur du kan skapa bättre relationer genom mer exponering och relevant publicitet. [Läs hela inlägget.](#)

Förenkla ditt nordiska PR-arbete

Nu förenklar vi det nordiska PR-arbetet för våra kunder då vi erbjuder en nordisk helhetslösning för presskommunikation. Det gör jobbet lite enklare för kommunikatörer som kan hantera sin förmedling av pressinformation för respektive marknad, på respektive språk i lokala pressrum och på samma konto.

Vill du veta mer? [Läs mer här](#) eller kontakta din lokala säljare idag så bokar vi snarast en demo.

Nytt från PR2.0



Nedan följer utdrag från vår PR-blogg, [Newsdesk PR2.0](#)

4 studenter utmanar Facebook – 100.000-tals \$ i bidrag

Diaspora är i korthet ett projekt initierat av fyra studenter från New York University, som vill ägna sommaren åt att skapa ett sociala nätverk (med öppen källkod) där användarna själva äger full kontroll över sin identiteter, sitt material, sina aktiviteter...

[Läs hela inlägget](#)

Marknadsföring på Twitter fungerar inte längre

Dan Schawbel på Social Media Today provocerar sina läsare med att skriva att Twitter spelat ut sin roll som

Google. Läs mer om vikten av [bildbeskrivningar](#).

2. Kategorisering och tags

Kategorisera din bild för att bli sökbar på de ämnesområden din nyhet berör. Tags, eller etiketter, påverkar sökmotoroptimeringen positivt och innebär att journalisten kan söka bland just dina kategorier i ditt pressrum.



3. Relatera bilden till nyheter, videor och till andra bilder

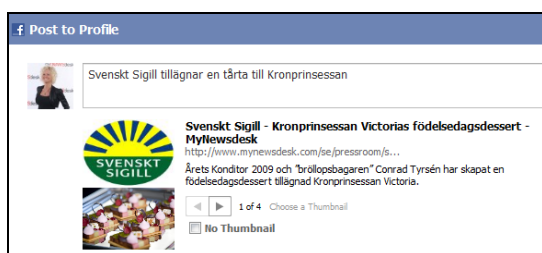
Relatera din bild till nyheten och vice versa, som Svenskt Sigill har gjort på bilden ovan. Kommuniserar du med olika typer av information så hittar läsaren till ditt pressrum via olika kanaler. Du förser också läsaren med mer av ditt material som kan vara av intresse.

4. Automatisk publicering i sociala medier. Publicera din bild på Flickr eller dela länk på Twitter

Har du valt att lägga till Flickr för automatisk publicering, i inställningarna för ditt pressrum, så kan du välja att publicera din bild direkt på Flickr. [Flickr](#) är en av de största bildtjänsterna som används av både företag, journalister, bloggare och privatpersoner för att både publicera och söka efter bilder.

5. Rekommendera på Facebook

När du publicerat en pressbild så kan du också välja att rekommendera den i dina nätverk, som Facebook.



6. Lyft fram dina kontaktpersoner och experter

Utnyttja möjligheten att lyfta fram dina kontaktpersoner och experter på företaget. Det finns idag över [6000 kontaktpersoner registrerade](#) på MyNewsdesk i Sverige, som är sökbara på beskrivning, namn och ämnesområde. Se till att dina experter visas [här!](#)

marknadskommunikativt verktyg.

[Läs hela inlägget](#)

Feedback och kontakt

Har du frågor om ditt abonnemang eller MyNewsdesk PR-tjänst, kontakta vår kundservice.

Mail:kundservice@mynewsdesk.com, tel:

08-644 89 50 , Twitter:@MyNewsdesk

[Kontaktformulär](#)

För synpunkter eller förslag på innehåll i nyhetsbrevet, kontakta Pernilla Åström

Mail:pernilla@mynewsdesk.com,

tel:0707970728, Twitter:@iPillan

Välkommen!

Personalen är din bästa bildkälla

En bra bildkälla är din personal. Men det kan vara bra att tänka till lite extra när man fotar en ovan modell.

Beroende på storleken på ditt företag och den image som företaget vill skapa, kan man lägga olika resurser på pressbilder på kontaktpersonerna i företaget. I vissa fall kanske man anlitar en bra fotograf, i andra fall tar man dem själv. Oavsett är det viktigt att komma ihåg att när det är människor inblandade i fotograferingen så ställer det lite högre krav, eftersom många blir stressade när de ska vara med på bild. Nedan bjuder vi på några enkla tips.



Identifiera dina kontaktpersoner

Identifiera de personer på företaget som ska fotograferas. Tänk på alla de kontaktytor som olika avdelningar har, det behöver inte bara vara ledningsgruppen som ska fotograferas. Kundservice, säljare, utvecklingsingenjörer, professorer och inköpare kan vara bra att ha på bild om de då och då uttalar sig som experter i media.

Undvik kontorslampor

De flesta bilder på anställda tas i kontorsmiljö med lampor som är minst sagt smickrande. Satsa istället på att ta bilder utomhus eller ett rum inomhus med vanligt dagsljus. Tar ni bilder utomhus är det viktigt att tänka på att personen är i fokus och att inte omgivningarna tar för mycket plats i bilden.

Boka in fotograferingen på eftermiddagen

Framåt eftermiddagen har de flesta förhoppningsvis vaknat till ordentligt, druckit sitt kaffe och fått i sig ny energi efter lunch. Passa på då! Fotograferar ni utomhus så tänkt på att inte fota i direkt solljus då det ger för hårda skuggor.

Boka in tillräckligt med tid - ta gärna i lite extra

En vanlig miss är att endast boka in 5 minuter per person till fotograferingen. Det är ofta bättre att boka 10-15 minuter per person, då lite mer tid ofta ger bättre bilder. Då behöver inte fotografen eller kollegan känna sig allt för stressad vilket annars tenderar att synas i bilderna. Det tar tid för de flesta människor att känna sig naturliga inför kameran.

Låt "fotoobjektet" få vara ifred

Låt alla få sin egen stund med fotografen, oavsett om det är du eller någon annan. Om en person redan är obekvämd med att låta sig bli fotograferad så kommer det kännas än jobbigare om en kollega ser på.

Undvik generiska bakgrunder

Skapa unika porträtt genom att undvika generiska bakgrunder på dina bilder. Om ditt företags profil och tonalitet ska vara servicemedvetet, så ska dina bilder reflektera detta. Eller varför inte ta bilder där personerna arbetar eller utomhus med företagets logo bakom personen.

Om ditt företag är ungt och kreativt - var kreativ även med bilderna! Prova att ta bilder där de anställda håller i era produkter, eller något som symboliserar deras arbetsuppgifter. Roliga, attraktiva och tillmötesgående kontaktbilder hjälper ofta företag att attrahera nya

kunder.



Pressbilder från Djurens Rätt, Gore och Skansen.

Tar du helt egna bilder och vill ha några inspirerande tips? Läs [Cap och Designs tio tips från Photoshop Tutorials](#)

Du har fått detta nyhetsbrev för att du finns registrerad i vår kunddatabas. Vill du avregistrera dig från nyhetsbrevet, var snäll och klicka på länken nedan.

[Ta bort mig från framtida nyhetsbrev](#)

MyNewsdesk, Newsdesk AB Bondegatan 21 Stockholm, Sweden 11633

Telefonnummer:

004686448950