

Cisions årliga undersökning:

Kommunikatörer väljer bort journalister

Varje år genomför [Cision](#) en [undersökning](#) i syfte att lära sig mer om kommunikatörers och journalisters arbetssätt. Undersökningen visar att egna kanaler blir allt viktigare. 69 % av kommunikatörerna har under det senaste året valt bort att kontakta journalister för att endast använda egna kanaler för att publicera sina nyheter.

46 % av kommunikatörerna kommer att satsa mer på egna kanaler under 2013 än vad de gjorde under förra året, 49 % kommer att satsa lika mycket och knappt 1 % kommer att satsa mindre på egna kanaler under året som kommer.

"Vi ser en tydlig trend att kommunikatörer väljer att publicera sitt material själva i sina egna kanaler. Tidigare gav man bort sina nyheter till medierna i syfte att nå ut. Idag kan man själv direkt nå ut till sin målgrupp säger Alexander Mason Sälj- & Marknadsdirektör Cision. Den här trenden är ännu tydligare i USA där den går under begreppet Content marketing. Syftet är att skapa innehåll som är intressant för målgruppen samt driva trafik och i slutändan försäljning säger Alexander Mason.

Enligt kommunikatörerna i undersökningen är den vanligaste orsaken till att man väljer bort journalister att man anser att informationen inte hade tillräckligt nyhetsvärde för att skickas till media. Men hela 55 % av de kommunikatörer som svarat uppger att de valt bort journalister då de ändå når målgruppen via sina egna kanaler. 33 % har valt bort journalister då de vill bygga en direkt relation och dialog med målgruppen.

Ändå säger dock 60 % av journalisterna att nyheter direkt från företag och organisationer har ökat de senaste fem åren.

"Vår tolkning av detta är att efter alla neddragningar ska allt färre journalister ta emot de nyheter som företag och organisationer ändå går ut med" säger Alexander Mason.

Att skicka nyheter direkt till media och journalister är fortfarande en mycket viktig del i PR-arbetet. Traditionella medier når idag med sina online- och mobilisationsningar förmodligen fler människor än någonsin tidigare. Ett av de mer effektiva och uppskattade sätten att förmedla sina nyheter på är det traditionella pressmeddelandet som hela 88 % av journalisterna svarar att det ser som positivt och mycket positivt att få säger Alexander Mason.

[Ladda ner hela undersökningen](#)

Fakta om undersökningen:

Totalt antal respondenter: 945 stycken

Undersökningsperiod: 7 februari- 26 mars 2013

För mer information, vänligen kontakta:

Alexander Mason, Sales & Marketing Director

E-post: alexander.mason@cision.com

Telefon: 0733451600

<http://se.cision.com>

Cision tillhandahåller mjukvara och tjänster till kommunikatörer i alla branscher. Kunderna använder våra tjänster för att hantera alla moment i sin kommunikation – från att identifiera viktiga medier och opinionsbildare till att nå ut med sina budskap, bevaka traditionella och sociala medier och utvärdera effekten av sin kommunikation. Journalister, bloggare och andra opinionsbildare använder Cisions verktyg för att utforska uppslag till reportage, följa trender och bevaka sin mediebild. Cision finns i Europa, Nordamerika samt Asien och har partners i mer än 125 länder. Cision AB är noterat på Stockholmsbörsen och omsatte cirka 1,0 miljarder 2012. Mer information finns på www.cision.com.