

90

**gode råd
til deg i
Fagpressen**

90 gode råd

Utgitt av Fagpressens Informasjonskontor

Akersgt. 41

0158 Oslo

Telefon 24 14 61 00

www.fagpressen.no

Ide, tekst, design og produksjon:

Flemming Sørensen, www.fl-sorensen.dk

Oversettelse: Eskild E. Fors og Svein-Ivar Fors

Foto: Berit Nyman

Trykk: DIGITALPRESS

Velkommen til Fagpressen

I dette lille heftet får du 90 gode råd som kan gjøre hverdagen din enklere. Ta det frem av og til, og la deg inspirere til å lage bedre blader for færre kroner.

Hvis du ikke finner det rådet du trenger akkurat her, kan det være godt å vite at hjelpen likevel er nær: Vi på Fagpressens Informasjonskontor sitter klare til å hjelpe deg med alt innen utgivelse av blader.

Fagpressen er Norges fordypningskanal og representerer det ypperste innenfor sine mange spennende områder – både for lesere og annonsører. Gode blader får kort og godt ting til å skje...



Vennlig hilsen

FAGPRESSENS INFORMASJONSKONTOR

Even Trygve Hansen

adm. direktør



Lag bedre blader for færre penger!

Overalt skal det spares penger – men det kan gjøres uten at det går utover kvaliteten på våre blader!

1.

Lag færre sider

Bruk nettet til å supplere
bladet

2.

Spar på utgivelsene

Behøver bladet ditt å komme ut så ofte
som det gjør i dag?

3.

Skift format

Bruk standardformater
– det er billigere

4.

Skift papir

Gå ned i gramvekt – da sparer du portoutgifter.
Kan omslaget være i en annen kvalitet?

5.

Spar på fargene

Bruk sort/ hvitt når du kan,
og dropp alt annet enn CMYK-farger

6.

Skift fonter

Smalere fonter og mindre skyting kan
kanskje få sidetallet ned

8.

Bruk frilansgrafikere

De er billigere enn store
designbyråer

7.

Bruk designmaler

Må alle sider tegnes ut av en designer?
Du kan spare penger ved å gjøre det selv

9.

Spar på de dyre fotografiene

Benytt arkivbilder, og inngå
fastprisavtaler med fotografene

10.

Bruk digitale bilder

Det minsker utgiftene til reproduksjon
og gir jevn kvalitet

11.

Bruk PDF

Det sikrer at produktet blir slik
som du vil ha det

12.

Skift trykkemetode

Kanskje kan det lønne seg å skifte til rotasjon eller digitaltrykk?
Prisgrensene flytter seg konstant

13.

Skift eventuelt til trykkeri i utlandet

Trykkerier i Øst-Europa er konkurransedyktige
både på pris og kvalitet

14.

Adressering direkte på bladene

Det er billigere en plastpakking
eller konvolutter, og veier mindre

15.

Skift leverandører

Hold utkikk etter andre som skriver,
fotograferer, designer og så videre

16.

Undersøk markedet

Få tilbud på produksjonen med jevne mellomrom
– priser har det med å stige!

17.

Forlang ekstra-service

Få en avtale om årlige møter med trykkeriet,
der bladet gjennomgås og kvaliteten sikres

18.

Bli storkunde

Rabatter kan oppnås hvis alle trykksaker samles
hos samme trykkeri. Det kan også redusere antall feil

19.

Få anbud sammen med andre

Hvis flere blader går sammen,
vil prisene presses ned

20.

Hold styr på produksjonen

God planlegging er den beste måten
å unngå feil på

21.

God briefing er gull verdt

Alle involverte skal kjenne til våre krav.
Unngå å måtte gjøre ting om igjen

22.

Unngå tidspress

De fleste feil skjer
i siste øyeblikk

23.

Vær presis i kravene til underleverandører

Forlang at tekster leveres i bestemte filformater
og bilder på cd-rom i CMYK

24.

Hold styr på økonomien

Sørg for å ha detaljerte
budsjetter

25.

Skap flere inntekter

Flere annonser, bilag, gjensalg av
gamle artikler. Skaff sponsorer

26.

Spar på utgiftene

Bruk nettet til selvbetjening. Overvei alternative,
billigere distribusjonsformer

27.

Kontroller regningene

Ikke betal automatisk. Kontroller at prisen ikke har
steget i forhold til det opprinnelige tilbudet

28.

Få lengre betalingsfrister

– det sparer renteutgifter
og gir bedre likviditet

29.

Skjerp din redaksjonelle profil

Vær oppmerksom på dine leseres ønsker og behov.
Stikkord: What's in it for me?

30.

Lag et redaksjonelt konsept

Vær bevisst på hva du vil med
utgivelsen av bladet

36.

Utnytt ditt blads varemerke

Lag flere blader, bøker,
aktiviteter og annet

37.

Sett deg noen klare mål

Vi vil vinne "Fagpresseprisen"

Vi vil siteres minst fem ganger i VG

Vi vil øke annonseringsomsetningen med 10%

38.

Få opprettet et bladettersyn

Mye blir rutine – det er en god ide
å la noen få se bladet utenfra

39.

Dyrk nettverket

Vi føler oss alle alene – men det gjør de andre også.
Hjelp hverandre til å få bedre blader

40.

Sørg for etterutdanning

Interne kurs virker mye bedre enn å sende enkelte
medarbeidere på kurs – og det er også billigere

41.

Prioriter en bestemt sak i hvert nummer

Det er den
leserne vil huske

42.

Få styr på korrekturen

Les aldri korrektur på dine egne artikler.

Vær særlig oppmerksom på titler og ingresser

43.

Prioriter forsiden

Forsiden er bladets viktigste side. Vær sikker på at den fanger
oppmerksomheten, gir lyst til å lese bladet
– og at den forteller en god historie

44.

Skap kontraster og variasjon

Skriv både korte og lange artikler. Bruk både store og små bilder

Skap variasjon gjennom hele bladet

45.

Avslutt med et tittelmøte

Før bladet leveres til trykk, sjekk flyt, stoffmiks, titler,
ingresser, bilder, bildeskjæringer og så videre

46.

Snakk med dine lesere

Jo bedre du kjenner dem,
jo bedre kan du treffe dem

48.

Lag en god innholdsfortegnelse

Den er ditt blads "meny" og nesten
like viktig som forsiden

50.

Lag en idé-katalog

Så slipper du aldri opp for
temaer i bladet

47.

Knytt leserne til bladet

Leserne er din viktigste
ressurs

49.

Gi leserne opplevelser

Treff leserne med tekst,
foto og layout

52.

Sett idé-utviklingen i system

Det er ikke alltid slik at ideene oppstår av seg selv.
Benytt dine medarbeidere aktivt

54.

Lag bedre bildetekster

De er noe av det første som blir lest.
De skal virke!

51.

Arbeid med flere innganger og vinklinger

Det gir flere lesere
og bedre blader

53.

Tenk i helhet

God planlegging gir
bedre resultater

55.

Få styr på ansvarsfordelingen

Jo større redaksjon, jo lettere å
skyve ansvaret fra seg

56.

Se kritisk på bladet

Er det elementer som kan kuttes ned eller unnværes helt?

58.

Lag en bildepolitikk

– eventuelt i samarbeid med en dyktig fotograf

60.

Opprett en pris

Det skaper oppmerksomhet og gir god omtale – og gjør noen glade

57.

Sett ressursene i system

Hvem er gode til hva, ikke bare faglig?

59.

Bruk tegninger

– det gir bladet liv og karakter

62.

Oppsøk inspirasjonen

Gjør et Narvesen-raid minst en gang i året

64.

Benytt anledningen!

100 års jubileum, spesialutgaver, sommerferie

61.

Delta i konferanser og møter

Benytt enhver ledig stund til å bli klokere og dyktigere – og få kontakter

63.

Lær av andres suksesser og fiaskoer

Alt annet ville jo være dumt!!!

65.

Lag et leserpanel

Det kan gjøres elektronisk – og det er gull verd



66.

Fortell historier

Det er selve bladets eksistensberettigelse

67.

Glem vanetenkingen

"Mann bet hund"

68.

Lag en leserkonkurranse

Foto, noveller eller annet – det skaper interesse, aktivitet og lojalitet

69.

Notiser er viktige

Sørg alltid for å ha noen korte notiser og artikler.
Leserne elsker det

70.

Ta leserne alvorlig

Snakk aldri ned til dem.
De er ikke dumme!

72.
Unngå å bli kjedelig
– Selv om det er lettere
sagt enn gjort

74.
Husk humoren
La det også være morsomt
å være leser

71.
Finn bladets egen fortellerstil
Dyrk det særegne for
dette bladet

73.
Bryt alle regler
– i hvert fall en gang i året!

75.
Husk å rose!
Når medarbeiderne har laget noe bra,
må de få vite det

76.
Skriv kortere
– men også lengre,
når det er nødvendig

78.
Bli uunnværlig
Gi leserne det de har
aller mest bruk for

80.
Hold bedre redaksjonsmøter
Korte og effektive – og noen ganger lange,
men alltid velforberedte

77.
Unngå for mange "fjes"
– det er altfor mange likegyldige
portretter i bladene

79.
Se kritisk på bladets design
– avspeiler det virkelig det bladet
du gjerne vil lage?

82.

Unngå repriser

– det kan føre til at leseren slutter å lese artikkelen der og da

84.

Opprett en erfaringsgruppe

De kan gi gode innspill som er gull verd for bladet, og for deg selv

81.

Gjør ditt blad kjent

– ha alltid bladet med når du deltar på kurs og konferanser

83.

Unngå feil

kan man ikke – men sørg for å minske risikoen

85.

Lag bedre titler

– noen ganger går det for fort.
Gode titler kan ta tid!

86.

Bygg opp bladet logisk

Kodeord: Seksjonering,
lett å finne fram

88.

Unngå panikk!

Mye kan gå galt i en bladproduksjon,
og det gjør det av og til

90.

Hold en fest!

Det er godt for klimaet i redaksjonen –
og er alltid en god ide!

87.

Tenk alternative illustrasjoner

For eksempel bussbilletter, servietter, detaljer,
i stedet for de vanlige bildene

89.

Et godt blad krever samarbeid

– teambygging som
redaksjonelt verktøy



Få hjelp i Fagpressen

Fagpressen er til for medlemmene – og Fagpressen står til rådighet for medlemmene med hjelp og bistand til utvikling av blader, juridiske problemer, kompetanseutvikling og det meste annet.

Dessuten tilbyr Fagpressen sine medlemsblader en lang rekke kurs, medlemsmøter, studieturer og andre arrangementer.

Fagpressens Informasjonskontor
Akersgt. 41
0158 Oslo
Telefon 24 14 61 00
www.fagpressen.no



Even Trygve Hansen
Adm. direktør



Svein Ivar Fors
Fagsjef



Hege Mauroy
Markedssjef



Kjartan Tyvand
Økonomisjef



Berit Nyman
Redaktør, Fagpressenytt



Elisabeth B. Pronkow
Sekretær



90 gode råd

– er en samling gode råd til deg i Fagpressen.

Rådene er samlet av den danske bladkonsulent Flemming Sørensen

– en av de mange ressurspersonene som Fagpressen samarbeider med.

Det er ikke lurt å gape over alle rådene på en gang. Det beste råd er å velge seg ut to-tre av rådene, og så kanskje lese dette heftet på nytt hvert halvår.

Les mer om Fagpressen på www.fagpressen.no eller i Fagpressens eget blad, Fagpressenyt.