

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](http://www.fagpressen.no)

### Ide, tekst, design og produksjon:

Flemming Sørensen, [www.fl-sorensen.dk](http://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 reprints**

– 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](http://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](http://www.fagpressen.no) eller i Fagpressens eget blad, Fagpressenytt.