

Medierna föll för surfarnas pr-våg

Pr har fått mängder av svenskar att köpa aktiva resor till Costa Rica

Berättelsen om de två affärskillarna som förverkligade sina drömmar fick pressen att nappa. Genom enkel pr har Surfakademien fått mängder av svenskar att köpa surfresor till Biarritz och Costa Rica. "Vi har pinpointat journalister", säger Peter Sahlberg, tidigare konsult på Sund Kommunikation.

Peter Sahlberg lämnade sitt jobb på Sund Kommunikation för ett knappt år sedan för att starta Surfakademien, Skandinavien enda surfreseföretag, ihop med kompisen Jens Holmer, tidigare vd för varumärkesbyrå Label. Målet var att arrangera och sälja surfresor till Biarritz och Costa Rica till en bred allmänhet i Sverige.

- Det enda resenären behöver göra är att boka en resa, sen löser vi allt på plats. Vi äger bolaget men är också instruktörer. Det har gått över all förväntan, säger Peter Sahlberg.

MED INGA PENGAR till marknadsföring valde surfaren och konsulten Peter Sahlberg att lägga allt krut på pr-bearbetning av de svenska medierna.

- Jag lade tidigt fram en strategi för vilka vi skulle kontakta och hur vi skulle jobba gentemot dem. Ambitionen var att nå ut till ett brett spektrum av människor.



Jens Holmer och Peter Sahlberg är tillsammans med Göran Sivertsson ägare av Surfakademien. Här på stranden i Santa Teresa, Costa Rica.

Vi har även tryckt otroligt hårt på tjejtidningarna.

Surfakademien har vänt sig till olika journalister och försett dem med skräddarsydda nyhetsuppslag.

- Vi har pinpointat journalister och ringt dem med vinklar som passar deras tidningar. Vi har inte använt något klassiskt pressmeddelande-spam.

FÖR ATT FÅ journalisterna att nappa har företaget försett dem med berättelsen om de två karriärsterna som bryter upp från sina stressiga affärsliv.

- Två killar som kommer från corporate-världen, där jag är pr-konsult och min kollega är tidigare vd för en varumärkesbyrå,

har lämnat corporate-världen för att förverkliga våra drömmar.

- Vi har även berättat att vi har gått från ingenstans till mycket på väldigt kort tid. Och att vi är Skandinavien enda surfreseföretag.

Några av de medie företag som nappade på Peter Sahlbergs framstöt är Aftonbladet, Cosmopolitan, Elle, Expressen, IQ Student och nu även Dagens Media. Surfakademien har även fått till redaktionella samarbeten med Edge Magazine och Spray, där företagets ägare skriver om surfing.

- Kronjuvelen var när vi fick ett dubbeluppslag i DI Weekend i höstas, säger Peter Sahlberg.



Surfakademien räknar med att omsätta två miljoner kronor 2007. En siffra de aldrig skulle ha uppnått utan sitt arbete.

- 85 procent av alla som köpte vår resa i somras hade läst om oss. Det är ett bra sätt att mäta preffekten på. Det är otroligt.

FREDRIK SVEDJETUN
fredrik@dagensmedia.se