

General rules – what an advertorial article MUST contain

Below are 8 bullet points, of which only 7 and 8 are optional. Once your advertorial article is ready, send it in a Word file along with separate image files to annons@pausermedia.se

1. Headline

Approximately 7–9 words.

The headline should entice reading. What's the news, and why would I want to know more about this? A good headline captures the reader's interest.

2. Introduction

300–350 characters including spaces.

The introduction should be a summary of the content or an enticing beginning. It should ideally summarize the content for those who do not have time to read the entire text.

3. Main Image - Topp banner

710x330 pixels for Kvalitetsmagasinet & Vd-tidningen.

710x300 pixels for Miljö & Utveckling & Techtidningen.

State the photographer/image rights. (If the image contains a person – state the name) Environmental or portrait half-body image. No logo in the picture.

4. Body Text

Approximately 3500–4500 characters including spaces.

If you prefer to write less, that's fine too. Highlight a specific point or effect and what it implies. Otherwise, it may get lost in the information. It is better to send out more information at another time.

5. Subheading

Position well every 5–6 paragraphs and keep concise.

6. Linked Text

We recommend between 1–3 linked words/texts, **and that these contain UTM tags.**

7. Portrait Image (optional)

340 x 340 pixels

Portrait image in the text.

State the photographer/image rights and the person's name.

8. Fact Box (optional)

Approximately 300–700 characters including spaces.

An optional information box at the bottom of the article. Preferably in bullet points. Leave for example contact details to someone who can provide information. Write out both email and telephone number.

Important Note:

Consider SEO (Search Engine Optimization) when crafting the headline, introduction and text.

- Use relevant, searchable keywords in the headline.
- Reinforce those keywords naturally in the introduction.
- Avoid keyword stuffing – the text should always feel clear, professional, and reader-friendly.
- Focus on clarity and specificity rather than vague or overly creative wording.
- By combining engaging writing with strategic keyword use, the article is more likely to generate increased visibility and traffic over time.

1. Headline

Ett långvarigt samarbete med gröna resultat

2. Introduction

SPONSRAT AV DRIVEC Kollektivtrafiken har under många år legat i framkant i den gröna omställningen och på Nordens största kollektivtrafikföretag Nobina drivs 99 procent av bussarna med förnybara drivmedel eller ren el. Men de nöjer sig inte där, och tack vare det långa samarbetet med techföretaget Drivec får de ner bränsleförbrukningen ytterligare.

 | 21 januari 2024 Drivec

3. Main Image



4. Body Text

– Drivec skapar tekniska lösningar som löser riktiga problem, säger Hanna Larsson, Chef Personalledning Nobina Sverige.

Drivec utvecklar system som ökar lönsamheten, höjer säkerheten och minskar miljökonsekvenserna för bussoperatörer, lastbilsäkerier och andra fordon inom transportindustrin.

– Genom att bearbeta insamlad data från styrsystem kan vi med hjälp av algoritmer ta fram och presentera viktiga fordonrelaterade mätetal och nyckeltal för kunden, säger Mikael Gabrielsson, Sales & Marketing Director, Drivec.

Tack vare sin expertis och förmåga att skräddarsy lösningen efter varje unik kund är de idag ledande inom sitt skrä.

5. Subheading

Ecodriving och Fordonshälsa

Med Drivecs system Ecodriving och Fordons-hälsa är ambitionen att på riktigt uppnå viktiga miljömål; framför allt genom att möjliggöra [Nobinas satsning Den Gröna Resan \(DGR\)](#).

Genom att utbilda, coacha och möjliggöra mätning och analys är syftet att minska koldioxidutsläppen. Och man ser redan resultat. År 2020 genererade DGR en utsläppsminskning om 15 476 ton koldioxid-ekvivalenter, säger Hanna.

Med Fordonshälsa har man koll på fordonets status och kan agera innan den går sönder. Tack vare machine learning (AI) så kan vi nu vara preventiva och se avvikelser ombord på fordonet och avvikelserna larmas till rätt mottagare hos kund som kan sätta in rätt insatser, säger Mikael.

–Med Fordonshälsan så kan vi också ta reda på om ett visst fordon är kostnadseffektivt och är rätt för den környckel som det faktiskt används i, detta kan ge data till kunden för kommande inköp av nya fordon.

7. Portrait Image (optional)

– Det är en häftig teknisk utveckling som gör att vi kan erbjuda en säkrare färd för våra resenärer, minimera störningar samt vara proaktiva i att möta våra resenärers behov, säger Andres Diago, Teknisk chef på Nobina.



Ett starkt samarbete

Samarbetet mellan Nobina och Drivec startade 2005. Det är ett starkt samarbete som pågått i många år eftersom det skapar värde, menar Mikael.

– Vårt samarbete är ett bra exempel på hur teknik, kunskap och engagemang kan uppnå fina resultat. Det är därför vi jobbat tillsammans så länge – för att vi ser tydliga resultat, avslutar Andres.

8. Fact Box (optional)

FAKTA
Drivec finns idag på cirka 8000 installerade fordon runt om i Norden. Med våra tjänster och oberoende av energikälla förbättrar vi ekonomi, miljö och säkerhet för vår kund och deras verksamhet.

 DELA

publicerad 21 januari 2024

Drivec
<http://www.drivec.se>

Artiklar från Drivec