

Få inspiration til PR og medievalg

Når I planlægger jeres pr-indsats for arrangementet, er det allervigtigste at være bevidst om, hvem I laver arrangementet for, og hvem I gerne vil have til at komme til arrangementet. Det skal hele tiden være grundlaget for jeres beslutninger, når I vælger medier, fortæller om arrangementet etc.

Hvordan vil vi fortælle om arrangementet?

- Hvilke medier bruger vi – og hvorfor?
- Når vi den rigtige målgruppe med vores medievalg?
- Har vi andre tiltag for målgruppen, hvor vi skal huske at fortælle om dette arrangement?
- Er der andre lokale aktører, der vil hjælpe os med at fortælle om arrangementet?
- Kan vi bruge nogle af materialerne fra Næstekaffe-kampagnen i form af Facebook-opslag, grafik, postkort eller lignende?

Ideer til medievalg

Facebook: Facebook er jeres vigtigste medie i forhold til at nå målgruppen for kampagnen. Pilot-arrangementerne viste begge, at de fleste deltagere havde opdaget arrangementet via Facebook. Inviter til arrangementet via en begivenhed på Facebook. Husk at dele begivenheden med andre relevante Facebook-sider, f.eks. lokalområdet eller borgerforeningens, og selvfølgelig også jeres samarbejdspartner (som løbeklubben), hvis I er flere om arrangementet. Opfordr gerne nogle til at være de første, der tilkendegiver via Facebook, at de deltager.

Understøt begivenheden på Facebook med opslag et par gange før arrangementet, og lav også gerne et opslag efter arrangementet, der siger "tak for sidst", og vækker nysgerrighed hos dem, der ikke nåede at deltage.

- Hent kampagnens forslag til Facebook-opslag for arrangementet podcastlytning og samtaler i kirkerummet.
- Hent kampagnens forslag til Facebook-opslag for arrangementet løb og eksistensielle samtaler.

Fysisk opslag: Hæng en seddel op i vuggestuen, børnehaven, SFO'en, skolen og kirken, eller hvad der nu er af muligheder i jeres sogn. Tænk over, hvor målgruppen ofte kommer. Fysiske opslag er især en god ide, hvis I hører til i et mindre lokalsamfund eller en forstad, men kan også fungere fint i en bydel.



Spørg også jer selv:

- Er der andre relevante steder i byen, hvor vi kan hænge opslaget op?
- Kan vi få noget elektronisk ud via institutionerne?
- Kan vi få lov til at uddele postkort via institutionerne, eller hænge dem op sammen med opslaget?

- Hent kampagnens forslag til fysisk opslag for arrangementet podcastlytning og samtaler i kirkerummet. Du skal kun tilføje jeres lokale oplysninger.
- Hent kampagnens forslag til fysisk opslag for arrangementet løb og eksistentielle samtaler. Du skal kun tilføje jeres lokale oplysninger.

Kirkens egne medier: Er det relevant for arrangementet og målgruppen at bruge kirkens egne medier til at fortælle om arrangementet? Eller får I fat i den forkerte målgruppe her? Det kommer helt an på, hvilke medier I bruger, og hvordan I plejer at bruge dem. Hvis I er i tvivl, så spørg evt. på babysalmesangsholdet, i den lokale vuggestue/børnehave eller lignende, hvor de hører om kirkens arrangementer, og hvilke medier, de bruger.

- Hent kampagnens forslag til en tekst om arrangementet podcastlytning og samtaler i kirkerummet, der kan bruges på hjemmesiden, i kirkebladet eller nyhedsbrevet.
- Hent kampagnens forslag til en tekst om arrangementet løb og eksistentielle samtaler, der kan bruges på hjemmesiden, i kirkebladet eller nyhedsbrevet.

Fortæl om arrangementet: Husk at fortælle om arrangementet i alle de sammenhænge, hvor det er relevant. Den personlige invitation, når man taler med et andet menneske, er ofte den, der virker allerbedst. Det kan f.eks. være:

- at fortælle om arrangementet til spaghetti-/børne-gudstjeneste eller andre relevante arrangementer for børnefamilier op til arrangementet
- Fortælle om arrangementet til dåbsamtaler op til arrangementet
- Fortælle om arrangementet til babysalmesang (og hvis I laver løbe-arrangementet, så sig til mødrene, at hvis de ikke selv vil afsted, så skal de gå hjem og opfordre deres mænd til at tage af sted)

Lokalavisen: Brug lokalavisen til at fortælle om arrangementet. Ring til dem og fortæl om arrangementet, eller send en pressemeddelelse og opfordr dem til at lave en foromtale på arrangementet, eller komme og lave en reportage fra arrangementet.

Lokale hjemmesider: Er der hjemmesider, som folk i jeres område bruger til at finde ud af, hvad der sker lokalt? Det kan være kulturguides, "det sker-



NÆSTEKAFFE
SAMTALER UDEN FILTER

sider", by-sider og lignende. Så husk at fortælle om arrangementet til dem, så de forhåbentlig omtaler det. Tag gerne udgangspunkt i teksten til hjemmeside og lignende.

- Hent kampagnens forslag til en tekst om arrangementet podcastlytning og samtaler i kirkerummet, der kan bruges på hjemmesiden, i kirkebladet eller nyhedsbrevet.
- Hent kampagnens forslag til en tekst om arrangementet løb og eksistentielle samtaler, der kan bruges på hjemmesiden, i kirkebladet eller nyhedsbrevet.

Postkort: Det kan være godt at have noget fysisk, f.eks. et postkort, som I kan dele ud som reminder om arrangementet, så man bliver mindet om det. Et postkort kan hænge sammen med opslaget, så man kan tage et med hjem til køleskabet, hvis man er interesseret i arrangementet. I kan også dele postkortet ud i postkasser i området, hvor I kan se, der bor familier med små børn (tip: kig efter sandkasser og trampoliner). Eller del dem ud i garderoben i børnehaven/vuggestuen, hvis I må. Husk også at give postkort til jeres samarbejdspartner, hvis I ikke er alene om arrangementet.

- Hent kampagnens forslag til postkort for arrangementet løb og eksistentielle samtaler. Du skal kun tilføje jeres lokale oplysninger.

