



WORLD  
COM  
Public Relations Group

PRIME TIME  
KOMMUNIKATION

# **Synlighed Frivillige i Frederikssund**

**27.september 2011**

# **Journalistens univers**

- **Ansæt i privat virksomhed**
- **Lave historier for avisens målgruppe**
- **Ingen pligt til alsidighed**
- **Retten til at redigere**

# Journalistens univers

- **Hvad har konkurrenten?**
- **Først med historien**
- **Fokus på den gode historie**

# Den gode historie

- **Konflikt**
- **Aktualitet**
- **Væsentlighed**
- **Identifikation**
- **Geografi**
- **AHA**

# Den gode kilde

- **Let at kontakte**
- **Informativ**
- **Hjælpesom**
- **Troværdig**
- **Aktiv**

# Pressehåndtering

- **Journalisten har ikke pligt til at kontakte dig**
- **Journalisten har ikke pligt til at høre din mening**
- **Journalisten har ikke pligt til at citere dig for alt**
- **Journalisten har ikke pligt til at hjælpe dig med at få dit budskab klart frem**

# Pressehåndtering

## Derfor er det dit eget ansvar at:

- **Holde kontakt til pressen**
- **At sørge for at din dagsorden nyder fremme**
- **At aftale hvad historien handler om**
- **At få sagt det, der skal siges, også selvom journalisten ikke stiller "de rigtige" spørgsmål**

**Hvad vil du sige?**

**Al god kommunikation  
foregår på modtagerens  
betingelser.**



# Forberedelse

- **Hvem skal vide noget?**
- **Hvad skal de vide?**
- **Hvorfor skal de vide?**

# Forberedelse

- **Formuler korte sætninger uden fagsprog**
- **Øv dig på sætningerne**
- **Hvis flere budskaber: beslut hvilket der er vigtigst**

## **Selve interviewet**

- **Sig det, der er vigtigst, først**
- **Hold fast i de budskaber du har forberedt**
- **Svar på spørgsmålene, men sørg for hurtigst muligt at vende tilbage til dit budskab**

# Hul igennem

- **Tænk i nye, anderledes vinkler**
  - **først, størst, sidst, mindst, ældst....**
- **Tænk foto/TV billeder**
  - **Til vands, til lands, i luften, events, konkurrencer....**
- **Tænk også i alternative medier**
  - **sociale medier: facebook, twitter, blogs.**

# Ikke hul igennem

- **Forudsigelige synspunkter**
- **Uklar historie**
- **Forkert medie ifht. historiens art**
- **Forkert ambitionsniveau**

# **Opmærksomhed - strategi?**

- **Læg en plan for 3, 6, 9 og 12 måneder – hvad vil vi have ud til målgruppen: hvorfor og hvordan.**
- **Overblik over mediemuligheder**
- **Lav jeres egen avis på nettet**

**Spørgsmål?**

**GOD FORNØJELSE**