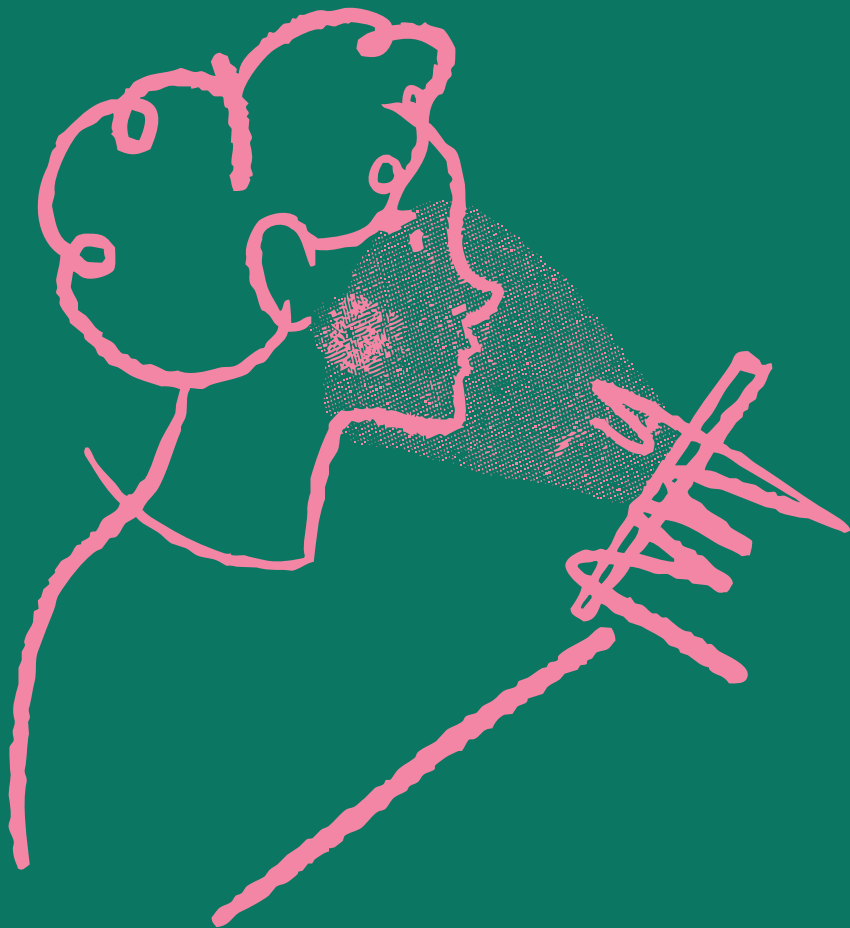




SÅDAN KOMMUNIKERER DU DINE LOKALE AKTIVITETER

EN GUIDE TIL SOCIALE MEDIER OG EFFEKTIVT PRESSEARBEJDE

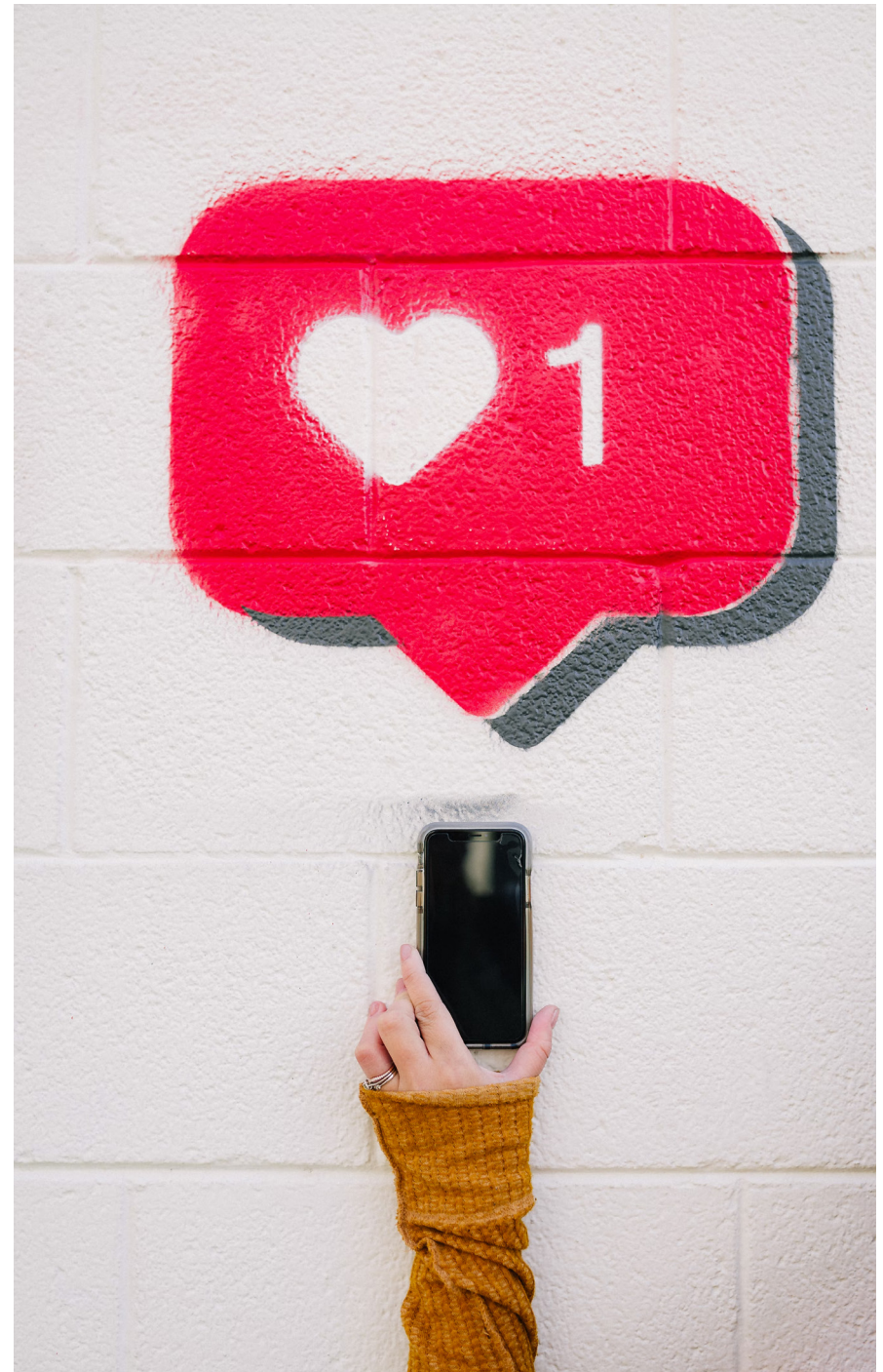


Når du gerne vil fortælle om et lokalt arrangement, er det bedst at gøre det ... ja, lokalt. Ved at målrette din kommunikation til dit nærområde, sikrer du nemlig, at du rammer de mennesker, der geografisk er tæt på dig, og som derfor forhåbentlig får lyst til at engagere sig i din aktivitet, når de læser om den. Derfor får du her en guide med nyttige tips og tricks til at lave fængende indhold til sociale medier og til at få lokalpressen til at engagere sig i netop din historie.

Har du spørgsmål?

Så skriv til organisationskonsulenterne på frivillig@scleroseforeningen.dk.

Så vil vi prøve at hjælpe dig, så godt vi kan.



GUIDE TIL SOCIALE MEDIER / SOCIALE MEDIER – SÅDAN GØR DU!

De sociale medier er et virkelig godt sted at dele lokale aktiviteter. Undersøg først relevante steder, hvor du kan dele dit budskab. Du kan dele på din egen væg, og du kan dele i lokale grupper. Måske har din lokalafdeling en Facebook-gruppe? Måske har din by en gruppe?

Når du skal skrive selve dit opslag, er der nogle overvejelser, der er gode at have i baghovedet. Her er nogle tips, der kan styrke sandsynligheden for, at dit opslag bliver interessant for din målgruppe på Facebook, Instagram og LinkedIn – og når så bredt ud som muligt:

- Husk altid at opfordre dine følgere til at dele opslaget i deres netværk. Kom i det hele taget gerne med en opfordring til handling. Det kan også være en opfordring til at like og kommentere. 'Call to action', som det hedder, virker generelt godt på sociale platforme.
- Skriv kort og præcist, og vær gerne lidt sjov. Korte tekster og opslag med humor får generelt flere likes, og flere har lyst til at dele dem.
- Brug billedsprog og følelsesladede udtryk. Opslag, der taler til læsernes følelser, bliver generelt modtaget bedre og oftere delt.
- Tænk over gode fotos eller andre billeder til at illustrere dit opslag med. Opslag med billeder får nemlig bedre respons.
- Indtænk dialog med jeres følgere, når I deler opslag. Jo mere interaktion og engagement jeres opslag får, jo længere når jeres opslag ud.
- Tænk over tidspunktet, når du udgiver dit opslag. Facebooks algoritme er indrettet sådan, at jo hurtigere brugere reagerer på et opslag, jo mere relevant opfatter Facebook opslaget. Det resulterer i, at opslaget når længere ud. For dig betyder det, at der er flere nye, potentielle frivillige, der ser opslaget. En tommelfingerregel er, at der er mange mennesker, der er online om morgenen og om aftenen.
- Tag relevante personer eller sider i jeres opslag ved at bruge @ (fx @scleroseforeningen)



EKSEMPLER PÅ GODE OPSLAG PÅ SOCIALE MEDIER

Spænd selen! Der er væddeløb igen! Lørdag den 3. september kan du igen sætte alle dine penge på den hurtigste badeand. RAP OM KAP er tilbage, og overskuddet fra arrangementet går ubeskåret til Scleroseforeningen. Hvem vil du invitere med til andevæddeløb i år?

Hvem tør gribe mikrofonen? Vi holder Open Mic-night på XXX d. XXX, og glæder os til at se dig og alle dine venner til en festlig aften med musik på scenen – alle indslag er velkomne. Tip dine mest musikalske venner. Overskuddet går ubeskåret til Scleroseforeningen.

Hvem vil du gå for? Den 1. maj tager vi igen et skridt for hver dansker med sclerose. Find alle de bedste walks i området her.

FÅ DIN HISTORIE I LOKALPRESSEN

Hvis du har en relevant historie, kan du altid prøve at få de lokale medier til at dække den. Det kan være, du vil fortælle om selve dit arrangement, eller måske en personfortælling, der knytter sig til den. Uanset om der er tale om lokalaviser, lokal-tv eller radio, eller om større medier som for eksempel TV2's regionale stationer, så har de lokale medier stor gennemslagskraft, når du gerne vil fortælle en historie i dit nærområde.

Og frygt ej! De fleste aviser er positivt stemte over for dig, der som borger kommer med en god historie, så du skal ikke være bange for at henvende dig til redaktionen. Det kan også være en god ide at google dig frem til, hvilken journalist der sidder med lokalstoffet og skrive direkte til en udvalgt, relevant journalist.

Det er som udgangspunkt bedst at skrive en kort e-mail om emnet først, og så bagefter følge op per telefon, hvis der ikke bliver reageret på din første henvendelse. Det er selvfølgelig vigtigt, at du præsenterer din historie på en spændende måde, så journalisten får lyst til at tage sagen op. Så brug lidt energi på at finde det helt rigtige at skrive i emnefelt på den e-mail, du sender, for det er det første, journalisten ser. Derudover er det altid en god idé at sende billeder med.



EKSEMPLER PÅ HISTORIER TIL DEN LOKALE PRESSE:

Britta mistede evnen til at gå – nu arrangerer hun kanoture for handicappede ned ad Gudenåen.

Annas mor fik sclerose – på lørdag arrangerer hun en koncert på gymnasiet for at samle ind til sagen.

Lokalafdelinger i Randers, Viborg og Silkeborg er gået sammen om et godt formål.

TIP OS!

Scleroseforeningens kanaler er nationale og derfor ikke så egnede til at finde deltagere til lokale aktiviteter. Vi er til gengæld altid interesserede i at fortælle gode historier, der kan inspirere alle – uanset hvor man sidder henne i landet. Så hvis du har en knivskarp, inspirerende, pudsig, fantastisk eller vild historie om en person eller et arrangement i dit lokalområde, så skriv til magasinredaktionen på redaktionen@scleroseforeningen.dk – så gemmer vi den i vores idébank.