

Få jeres historie i medierne

Det er sjovest at sende pressemeddelelser ud, når der kommer positiv respons fra det ønskede medie. Her får I nogle fif, som giver jeres nyhed større mulighed for at få omtale:

Vælg den rette vinkel til det rette medie

- Journalisterne udvælger historierne efter deres læses interesse. Udvalg derfor magasiner, aviser og øvrige medier med en målgruppe, I kunne se som jeres medlemmer.
- Vinklen skal også passe til mediet. Der er altid mange vinkler på ethvert budskab. I pressekittet ligger flere pressemeddelelser med forskellige vinkler på aikido. Dermed kan I sende historien ud med en vinkel som passer:

Vælg I at sende pressemeddelelsen, som fortæller om aikidos fordele for ledere, så send den til erhvervsblade eller ledelsesmagasiner.

Vælg I pressemeddelelsen med fokus på styrket selvtillid til unge, så send til ungdoms- eller familiemagasiner.

- Danske Specialmedier er en guldgrube. På deres – gratis - hjemmeside, www.specialmedierne.dk/danske-specialmedier kan I finde en oversigt over næsten alle magasiner i Danmark.
- Ret gerne pressemeddelelserne til, så de passer til jeres behov. Kittet er til jeres frie disposition og inspiration.

Breve eller mails?

- Tiden, hvor man sendte pressemeddelelser som fysiske breve, er forbi. Hvis I vil have jeres historie i aviser, magasiner og elektroniske medier, så er det mails. Øvrige medier er en smagssag. Ved tvivl om det ene eller andet er optimalt, så ring til mediet og spørg, hvad de foretrækker. Det giver også mulighed for en lille snak. (jf. næste afsnit)

Grunden er, at elektroniske pressemeddelelser er hurtigere for journalisten at håndtere og kopiere fra/rette til.

Det er også nemmere for journalisten at lægge jeres pressemeddelelse ind i en elektronisk mappe til om to måneder, hvor historien passer bedre.

Opringninger, direkte mail eller infomails?

- Det er en smagssag, om I vælger at ringe til et medie, inden I sender pressemeddelelsen. Det kan være en god måde at få foden inde for og blive husket, hvilket giver større sandsynlighed for at få historien bragt.

Om I vælger opringninger efterfulgt af mails til kontaktpersonen eller at sende til fællesmail, så husk altid.....

Hold styr på medier og referencer

- Pressearbejde er en labyrint af medier, navne og kontaktoplysninger.

Det mest optimale er at holde styr på pressearbejdet ved brug af Excel.

Med sådan et ark er det nemt at huske, hvem pressemeddelelserne er sendt til, hvem der skrev historien, hvornår sendte I billeder og hvad I ellers aftalte.

Et Excel-ark gør det også nemt for andre at overtage eller videreføre arbejdet. Er I to om opgaven er arket uundværligt for at holde styr på pressearbejdet.

Gør det nemt for pressen

- Journalister er travle mennesker.
Reglen er, at der er større sandsynlighed for at jeres historie kommer i mediet, hvis I gør det virkelig nemt for journalisterne at bringe historien:

Lad der altid være direkte nummer på en presseansvarlig i jeres pressemeddelelser.

Henvis til en hjemmeside med en direkte URL, hvor journalisten kan finde/hente al det nødvendige materiale til en omtale.

Materialet er

- 1) Logoer i lav og høj (300dpi) opløsning
- 2) Baggrundsmateriale om aikido/jeres dojo gerne samlet i en PDF (jf ↓)
- 3) Direkte mobilnummer og/eller mailadresse til en kontaktperson
- 4) Et udvalg af billeder, som kan bruges til en omtale (jf ↓)
- 5) Jeres tidligere udsendte pressemeddelelser og jeres nuværende.
Det viser, at denne pressemeddelelse ikke kun er en engangsforsendelse, men at I er åbne for interaktion hele tiden.

- Angående baggrundsmaterialet, så ligger der et eksempel i pressekittet. I kan bruge det i den nuværende form eller rette til, som I foretrækker det, så det passer til ånden i jeres dojo.
- Angående billeder, så læg ikke billeder i høj opløsning på jeres hjemmeside til download - med mindre I har specifik tilladelse fra fotografen. Læg i stedet billedudvalget i lav opløsning (fx thumb filer) på nettet med numre eller titler. Skriv lige under eller over galleriet, at pressen kan sende en mail med tal eller navn på det ønskede billede, som I så sender hurtigst muligt i høj (300dpi) opløsning.

Nyhedsværdi og/eller underholdningsværdi

- Vil I virkelig gerne have en helsides artikel? Det kan I få på flere måder...
 - 1) Tilbyd at skrive artiklen selv – det sparer mediet penge, og I får fri taletid til jeres budskab.
 - 2) Invitér en journalist ud til en gratis prøvetime – de oplever det hele selv, artiklen får et spændende personligt præg, og I får mulighed for at give et unikt interview.

Betaling til medierne?

- Medier har altid brug for historier til deres læsere, og I kan altid blive omtalt i et medie uden betaling. Det handler kun om at servere den rette vinkel.

Den rette vinkel er altid, hvorfor historien er interessant for mediets brugere. Det vil sige, at I skal sælge historien på fordelene for kommende medlemmer af jeres dojo.

- Magasinerne er presset økonomisk for tiden. Nogle medier vil måske prøve at sælge en artikel for køb af en annonce i deres medie. Svaret? Tilbyd at skrive artiklen for dem eller tilbyd dem en prøvetime for hele redaktionen i stedet.

Husk aftalerne

- Presserelationer er guld værd! Gode relationer til medierne kan betyde, at jeres dojo altid er fuld til træning og at der kommer 100 mennesker til jeres events i stedet for 20. Så...

Hold altid aftalerne med journalisterne, hvis I lover at sende billeder, komme forbi til en snak, invitere redaktionen til en prøvetime, skrive en artikel o.s.v.

Følg op på interessen

- Følg op på historierne.

Hvis I ikke fik PDF'en eller magasinet med omtalen af jeres historie? Følg bare op på den. Journalister er travle og har brug for en reminder i ny og næ.

Opringningen eller mailen giver jer også mulighed for at få en lille snak om kommende temaer i mediet (hvor en ny vinkel på jeres historie måske passer ind) eller måske var det på tide, at journalisten (og/eller sønnen/datteren) kom forbi til den prøvetime...

Vis gerne jeres succes

- Læg gerne presseomtalerne på jeres hjemmeside. Det sender et godt signal både til pressen og til jeres medlemmer samt interesserede.

Der er mange måder at lægge omtalerne på hjemmesiden. Vælg den, I synes bedst om. Uanset den grafiske opsætning på siden er rådet, at det skal være muligt for interesserede at downloade omtalen som en PDF. Så kan man nemlig printe den ud og sprede ordet ;-)

Lad det være en fornøjelse

Tilbage er kun at sige, at pressearbejde kan være rigtig sjovt. Nyd det og se det som en mulighed for at få nye, interessante medlemmer i jeres dojo. Om ikke andet så lærer I noget om jer selv gennem arbejdet ;-)

Med friske smil
Miriam Sommer