

BLIV KENDT VIA PR



Modul 9

-
- * SÅDAN KOMMER DU I MEDIERNE - TIT
 - * HVAD JOURNALISTER TÆNDER (AF) PÅ
 - * SÅDAN TAGER DU PR-FØRINGEN
-

**“If I only had two dollars
left I would spend one
dollar on PR.”**

Bill Gates

PR'S ROLLE I DIN BIZ

PR er en magnetisk vej til synlighed
Der giver dig troværdighed
Og øger din ekspert status

Men man skal vide, hvad man gør før
PR bliver til cash flow

Og det er sjældent en vej til direkte salg på den korte bane
Snarere en vej til kendthed på den lange bane.



HVAD ER DIT BUDSKAB?

Find først ud af:

- * Hvorfor skal folk høre på/om dig?
- * Hvem vil du gerne have læser/hører om dig?
 - * Hvad vil du gerne have de skal vide?
 - * Hvornår skal de vide det?

Nogle medier, fx magasiner, har lang produktionstid og skal have besked i god tid.

Andre, fx tv og radio, kan rykke hurtigt på en aktualitet. Nogle gange er du bedre tjent med at optræde i et medie, der når ud til din niche end et bredt medie.



HVILKE MEDIER?

PRINT:

Aviser

Magasiner

fag tids skrifter

RADIO & TV

Hvilke

programmer?

Lokalradio?

Nationalradio?

WEB

Blogs

Online magasiner

Dit eget web medie



HVORDAN KOMMER DU I MEDIERNE?

*** Den gode historie**
er den usædvanlige historie

*** Pressemeddelelse**
send den med forskellige vinkler til forskellige medier

*** Kontakter**
hvem kender du - eller dine kontakter - hvor?

*** Originalitet**
- gør du indtryk på journalisten, gør du indtryk på læserne

*** Opfølgning!**
Det er ikke nok at sende en generel mail...



HVORDAN SKRIVER MAN EN PRESSE MEDDELELSE?

*** Skriv som det medie, du vil i**

Hvilken vinkel er mest interessant for deres målgruppe?

*** Skriv som en journalist**
der skal fange læserens interesse:

*** Skriv kort og direkte**
start med det vigtigste - først
udbyd bagefter

*** Gør det nemt**
at lave historien: inkluder fakta, citater, billeder mm.



PR FALDGRUBER

*** Du tror du er interessant**

det er der 1000 andre der gør - du skal gøre dig umage

*** Du har ikke styr på dine budskaber**

men væver og vakler - vær klar, kort og kontant

*** Du tør ikke ringe**

Eller bruge dine kontakter, som er den mest effektive vej

Ingen opfølgning - ingen PR. Skil dig ud!

*** Dit selvværd er vaklende**

Du skal tro på dig selv og din sag

*** Du giver for hurtigt op**

Bliv ved til du bryder igennem



NÅR DIN PR LYKKES

*** Forbered dig**

hvad SKAL du have sagt?

Sig det, uanset hvad der spørges om

*** Vær parat til opmærksomhed**

hav hjemmesiden klar og noget at sælge

*** Kom i god energi**

Du sælger ikke varer først og fremmest

Du sælger energi

Derfor sælger du gennem din energi

*** Øvelse gør mester**

Bliv ved - PR er ikke en engangsaffaire, men løbende indsats.

Og du bliver bedre og bedre.

Fokus & Implementering

For bedste resultat, (sam)arbejd med en makker/business celle.

Hvis du ikke har en, kan du spørge ud i FB-gruppen - eller skrive lidt om dig selv, og dermed få god PR:-)

Sådan kan du arbejde med månedens tema:

UGE 1 :

Hvad er dit Hovedbudskab?

Del med din makker/celle.

Lad andre hjælpe med at skærpe det, til det står lysende klart, evt. inklusive nogle del-budskaber.

UGE 2 :

Hvem er dit budskab relevant for?

Hvilke potentielle kunder, vil du gerne nå?

Hvilke (traditionelle) medier bruger din målgruppe?

Brainstorm med din makker/celle.

UGE 3 :

Find 5-10 forskellige vinkler på dit budskab til hver sit specifikke medie. Afprøv dem på din makker/celle.

UGE 4 :

Lav en pressemeddelelse - husk: det vigtigste FØRST.

Måske læser folk ikke andet.

Send den til din makker/business celle, og modtag feedback.

Juster. Når du er klar, så sende den til konkrete navne på konkrete medier - og bliv stjerne.