



KOM I AVISEN

- ♥ Hvorfor presse – værdien af lokal omtale
- ♥ Forskel på presse og annoncer
- ♥ Medierne er vores hjælpere, og journalisten er første målgruppe
- ♥ Pressemeddelelser på Frivillignet
- ♥ Kanaler

- HVORFOR PRESSE?
 - værdien af presse

- ♥ Presseomtale hjælper med at få hjertesagen gjort kendt
- ♥ Presseomtale kan tiltrække deltagere til arrangementer
- ♥ Presseomtale kan anvendes til at fortælle om vigtige initiativer og fortælle lokalsamfundene om, hvordan et arrangement forløb
- ♥ Presseomtale kan anvendes til at bakke op om landsdækkende initiativer.

♥ Pressemeddelelser og annoncer

Gratis / udgift

Journalisten afgør, om pressemeddelelsen kommer i eller ej – hav et godt forhold til journalisten og levér en god historie

Kend dit medie

Annoncen – hvad kan den.

Medierne er vores hjælpere, og journalisten er første målgruppe

- ♥ Vi arbejder ud fra en idé om, at aviser, tv og radio er kanaler, vi gerne vil ud i. Så medierne er vores hjælpere.
- ♥ Derfor skal vi kende mediernes arbejdsmetoder, så vi bedst muligt kan komme ud med vores budskaber.
- ♥ Derfor – hvad brænder journalister for at skrive
- ♥ Og – hav styr på deadlines
- ♥ Kanaler – nyhedsværdi og forskellige redaktioner, fx kalenderinfo.

DEN GODE HISTORIE

- ♥ For at komme i avisen er det vigtigt at have en god historie
- ♥ Journalisten er den første målgruppe for vores henvendelse, så derfor fokuser på den gode historie - journalister brænder for at fortælle en god historie
- ♥ Kend journalisterne – skab et godt forhold til dem, hvad vil de have
- ♥ Journalistiske kriterier er bl.a.:
- ♥ Aktualitet: vores historier skal gerne have en form for aktualitet, at noget er aktuelt i lokalsamfundene
- ♥ Det er vigtigt: at der sker noget vigtigt for mange mennesker
- ♥ Portrætter: det kan også være portrætter/artikler om lokale personer, der gør en indsats for lokalsamfundene
- ♥ Eksempler på gode historier i fht hjertesagen - vores nytårsmarcher, foredrag(ny viden/støtte til hjertepatienter), at vi starter Hjertemotion eller Hjerteredderkurser op, inviterer til gåture og helt aktuelt Landsuddelingen - vi samler ind for at kunne dele hjertestartere ud – for flere hjertestartere øger trygheden i lokalsamfundene

KONTAKT OG DEADLINES

- ♥ Kend avisernes deadlines. I ugeaviserne er det oftest torsdag eller fredag til den følgende uges avis. Men kom gerne i god tid med pressemeddelelserne, for aviserne disponeres tidligere end torsdag/fredag.
- ♥ De regionale dagblade udkommer hver dag. Det er også gode aviser at prøve at sende jeres stof ind til.
- ♥ Som sagt – kend journalisterne – de er den første målgruppe. På de regionale dagblade kan det være en fordel at kontakte journalisterne på de lokale sider.
- ♥ Der kommer mange henvendelser og de har travlt – følg gerne op – har du set den pressemeddelelse, vi har sendt.
- ♥ Gør indholdet i pressemeddelelsen nært og relevant for lokalsamfundene – det er lokalaviser og regionale dagblade – de bringer langt overvejende lokale nyheder.
- ♥ Send gerne fotos med. Vælg en god teknisk kvalitet og opløsning på billederne, minimum 1 MB, det er forudsætningen for, at de kan trykkes.

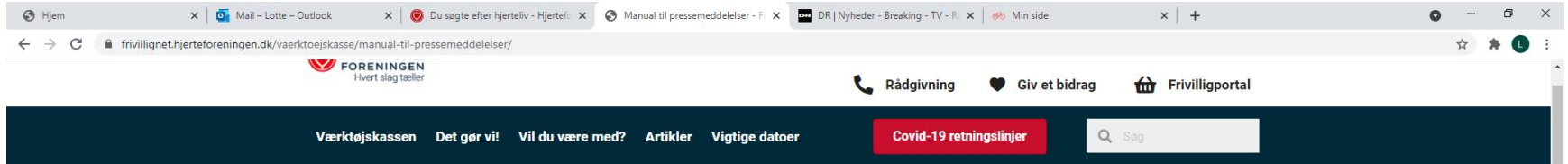
TILFØJ EVT. EGNE CITATER

- ♥ Vi tilbyder skabeloner til pressemeddelelser til en del type af arrangementer, fx Landsuddelingen, gåture, generalforsamlinger mv., og I er også velkomne til at skrive egne pressemeddelelser.
- ♥ Det er en god idé at have citater med. I de skabeloner, vi sender ud, har vi typisk et citat med vores adm. direktør – det *skal* hun være afsender på.
- ♥ I kan tilføje egne citater, hvor I kan udtale jer om lokale forhold, fx om jeres lokale aktiviteter og arrangementer. Et citat kan handle om, at I opfordrer folk til at deltage, hvorfor I opfordrer folk til at deltage, om der er særlige lokale forhold, I gerne vil fortælle om, fx der er ingen hjertestartere i byen, de er alle låst inde, vi mangler at få hjertestarter til den østlige del af byen, osv. osv.

HVAD KAN I UDTALE JER OM

- ♥ Udtal jer udelukkende om lokalforeningens aktiviteter og arbejde.
- ♥ Har journalisten brug for lægefaglige eller overordnede politiske udtalelser, så henvis til vores presseafdeling, som kan sætte journalisterne i forbindelse med den relevante talsperson.

Find din pressemeddelelse



Manual til pressemeddelelser



Foto: iStock

↓ HENT MANUAL TIL PRESSEMEDDELELSE

↓ HENT SKABELON TIL PRESSEMEDDELELSE TIL 'ÅBNING AF HJERTESTI'

↓ HENT SKABELON TIL PRESSEMEDDELELSE TIL 'DIGITAL GENERALFORSAMLING'

↓ HENT SKABELON TIL PRESSEMEDDELELSE TIL 'GÅ EN TUR PÅ EN HJERTESTI'

Presseomtale i ugeaviser kan være med til at skabe opmærksomhed om de mange lokale arrangementer og aktiviteter, som frivillige står bag. Presseomtale er en god og nem måde at udbrede kendskabet til jeres arrangementer, og presseomtale kan ofte få flere interesserede til at deltage.

Når I afholder nytårsmarcher, lokale kurser og foredrag, Hjerteredderkurser, Hjertemotion, gåture mv. er det derfor en god idé at sende en pressemeddelelse til aviserne i lokalområdet – både ugeaviserne og de regionale dagblade. Udover at det kan hjælpe med at få flere deltagere til arrangementet, hjælper presseomtalen

Privacy & Cookies Policy

