

Den gode pressekontakt

Hvis du vil lave sikker PR

Hver eneste dag modtager medierne mange henvendelser i form af pressemeddelelser fra virksomheder og organisationer, der mener, at netop deres historie er den mest spændende og relevante.

Men der skal meget mere end en pressemeddelelse til for at få historien fortalt. I dette kursus fortæller vi om mediernes rutiner og kriterier for at vælge historier, og vi giver dig gode råd til, hvordan du skriver en god, fængende pressemeddelelse.

Se flere kursus eksempler på hjemmesiden.

Undervisere



Lene Krüger, TV journalist,
Master i International
virksomhedskommunikation



Malene Lemann, Journalist
Partner i PR bureau

Krüger Kommunikation
Østerled 36, 7100 Vejle
Tlf.: 2163 2863 E-mail: k.k@live.dk
www.krugerkommunikation.dk

Eksempel på kursets forløb

1 uge før kursusstart

Kursisten indsender eksempel på pressemeddelelse, der ikke "gav pote".

1. kursusdag

Vi gennemgår de fremsendte pressemeddelelser og diskuterer idé, indhold, vinkling, formulering og medievalg. Hvorfor blev historien ikke bragt? Hvad kunne du have gjort for at gøre den mere interessant for de(t) relevante medie(r)? Hvordan kan du fremover sikre, at dine historier bliver bragt i de ønskede medier?

2. kursusdag

Ud fra en konkret idé til historie fra hver enkelt kursist laver vi en pressestrategi inkl. medievalg og midler. Vi diskuterer, hvad der er vigtigt at tage højde for ved hver enkelt historie.

3. kursusdag - telefoninterview

En måned efter første kursusdag ringer vil til dig og følger op på dine ny vundne erfaringer og oplevelser. Hvad kan du evt. gøre anderledes for at nå de mål, du satte dig ved kursets start?