

Guide

-Skab synlighed om jeres arrangement

Skal I have stabled et arrangement på benene og vil I gerne have nogle tips til, hvordan I kan nå ud til andre end jeres eksisterende medlemmer? Så tjek nedenstående tips og tricks til, hvordan man kan skabe synlighed om sit arrangement og hvilke overvejelser man skal gøre sig inden man går i gang. Guiden er lavet på baggrund af de erfaringer der blev gjort i forbindelse med den store Legens Dag kampagne i 2012.

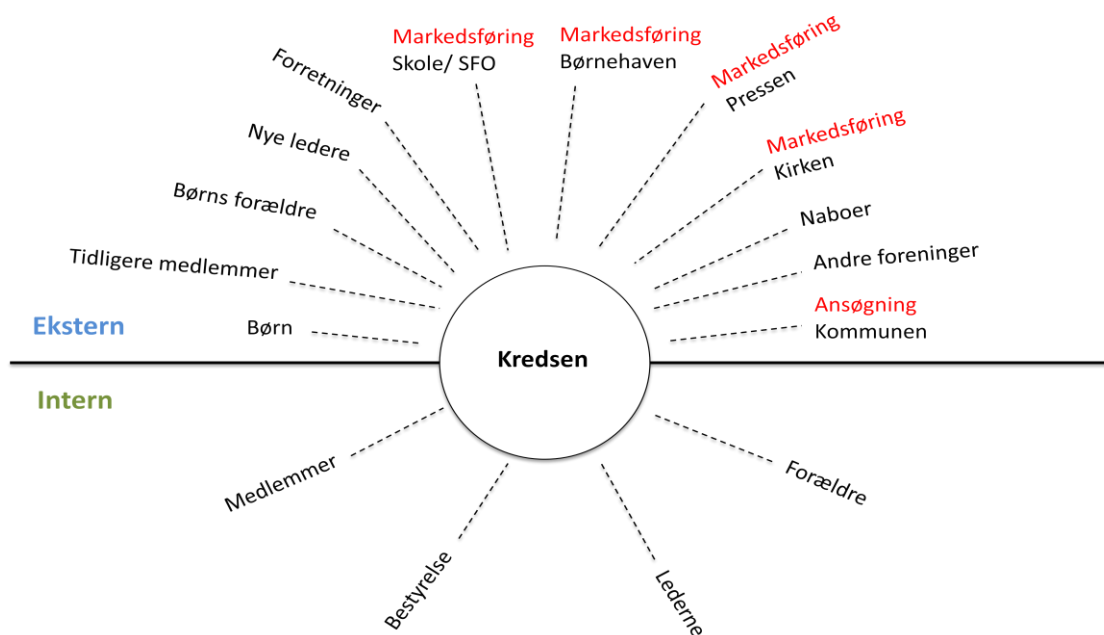
FØR ARRANGEMENTET

Tænk PR allerede fra start

Hvis I vil skabe synlighed er det en god idé, at tænke PR ind i nerven af arrangementet fra start. Det er væsentligt nemmere at indtænke hvordan pressen kan dække arrangementet når man planlægger det, end at skulle forsøge at sælge noget bagefter, der ikke er salgbart til at starte med. Derfor kan det være en god idé at stille følgende spørgsmål, når arrangementet udformes: Er der gode billeder? Er det skævt/anerledes? Bliver nogen udfordret/provokeret/overraskede? Er det set før?

Målgruppe

Gør det klart for jer selv, hvem det er i gerne vil målrette jeres arrangement imod. Er arrangementet rettet mod børn eller forældre og er det en speciel aldersgruppe i gerne vil have fat i? Svaret på dette har stor indflydelse på, hvordan I skal tilrettelægge jeres arrangement og de rammer der er omkring det. Når I har fastlagt hvilken målgruppe i vil have fat i, er det en faktor I skal tage med i jeres overvejelser omkring alle øvrige tiltag. Her er de aktører som I bør have med i jeres overvejelser:



Informationsmaterialer

Sørg for, at I har forskellige informationsmaterialer om arrangementet og FDF generelt til rådighed. Hos 55 nord er der et udvalg af forskellige materialer, der kan bruges både op til og under selve arrangementet. Blandt andet kan I finde plakater med tomme tekstfelter, hvor I selv kan udfylde med information om jeres arrangement, enten i hånden eller ved at printe en A4 og klistre på. I kan også finde foldere med generel information om FDF, ligesom mere særegne artikler som klippekort med 3 gratis gange FDF og indbydelser med 3D effekt også kan bestilles.

På <http://leder.fdf.dk/kredsservice/pr-hjaelp-til-kredsen> kan I finde FDFs forskellige officielle logoer og farvekoder til brug på jeres materialer.

Husk, at jeres materialer skal tale til den målgruppe I har sat jer for at ramme. Det nytter ikke noget at dele fine 3D indbydelser ud, hvis det er de 14-årige I gerne vil have fat i.

”Sørg for at informere om at det er et åbent arrangement og at alle er velkomne”

- Hanne Rasmussen, FDF Kragelund

Kom bredt ud

Sørg for at få information om arrangementet ud til så mange som muligt. Hæng plakater op i lygtepælene (husk at nogen former for offentlige reklamer kræver tilladelse fra kommunen), del flyers og balloner ud på det lokale torv, hæng plakater op i butikkerne, giv jeres egne børn indbydelser med hjem som de kan dele ud til deres venner, lav et banner og hæng det op på kredshuset, eller spørg om I må dele information ud på skolerne og i fritidshjemmet. Husk også at inddrage de sociale medier som facebook, så FDFerne kan invitere deres venner den vej igennem. Det handler om at bruge de kanaler der eksisterer og trække på de tilgængelige netværk i lokalområdet. Og det må gerne være på en sjov og kreativ måde. Så tænk lidt ud af boksen, men husk at målrette indsatsen til den rette modtager/aldersgruppe.

Presse og medier

De lokale medier i form af aviser og online blade er ofte glade for at få en historie serveret og en pressemeddelelse er en både god og billig måde at lave reklame for sit arrangement. Så skriv en pressemeddelelse, der kan trykkes direkte i avisen og henvis gerne til www.FDF.dk/presse hvor avisen kan finde fotos og mere information. Husk, at aviserne ofte skal have historien mindst en uge inden avisen udkommer. For inspiration til, hvordan man skriver en god pressemeddelelse se <http://leder.fdf.dk/kredsservice/pr-hjaelp-til-kredsen/godt-i-gang-med-pr/fif-til-den-gode-pressemeddelelse/> Det kan desuden være en god ide at ringe til redaktionen efter pressemeddelelsen er sendt og tjekke op på om de vil trykke den eller ej.

Som alternativ til en pressemeddelelse er det også muligt at købe sig til en annonce i avisen, hvis man vil være helt sikker på at budskabet kommer i bladet. Alt efter avis kan en lille annonce ofte købes for et par tusinde kroner, men tjek prisen hos din lokale avis. Ofte vil en pressemeddelelse med billede dog virke bedre og få mere plads i avisen (og så er den gratis), så prøv først om det kan lade sig gøre at få sådan en i.

PR

Her er en række forslag til markedsføringstiltag i forhold til eksterne og interne aktører.

Eksterne aktører		
Hvem?	Tilbud	Markedsføring
Tidligere medlemmer	- Sælg nostalgi - Historie	- Facebook - Plakater - Flyers
Børn	- Sjovt - Kammerater - Sejt/ tør du? - Udfordrer	- Plakater - Flyers - Invitationer
Børns forældre	- Motion - Fred og ro - Aktiviteter - Hvad går andre til?	- Plakater - Flyers - Invitationer
Nye ledere		
Skole/ SFO		- Plakater - Flyers - Invitationer
Forretningen	- Kunder/ image - Synlighed/ lokal	- Tilbudsavis - Lokale annoncer - Radiospots - Plakater - Tilbud
Børnehaven	- Pædagogiske værktøjer/ materialer/ adgang - Gode billeder - Velkommende, overraskende, væsentlighed - lokal - VIP	- Plakater - Flyers
Pressen	- Overraskende - Sikre der kan tages gode billeder - Kendisfaktor (VIP)/ lokalpolitikere/ lokale forretningsfolk der engageres i konkurrence - Engager de folk som dukker op fx politikere i leg	- Artikler - Annoncer - Lokalt tv - Radiospots
Kirken	- Fødekedde/ synlighed - Mini-konfirmander/	- Plakater - Flyers

	konfirmander – bane her	
Politikere	- Synlige mennesker - Ude blandt borgerne	
Naboer		- Flyers
Andre foreninger	- Samme målsætninger: centrale konkurrenter	
Kommunen - Ansøgning	- Aktiv kommune - Affødt af socialt problem - skal støtte	- At mødes ansigt til ansigt

Interne aktører

Hvem?	Hvordan kan de engageres?
Medlemmer*	Rekruttere nye medlemmer
Bestyrelse	Positiv omtale i egen omgangskreds/ udnytte netværk
Lederne	Positiv omtale i egen omgangskreds/ udnytte netværk
Forældre*	Skal have en konkret opgave – Kan blive ledere med tiden, men så skal de have nogle interessante opgaver. - De skal ikke stå alene med børnene, opbyg deres selvtilid langsomt

* Forældre og børn i kredsen er de bedste ambassadører I har – udnyt det!

SELVE ARRANGEMENTET

Hvor skal jeres arrangement holdes?

Hvis det overhovedet er muligt, viser erfaringerne, at det er en rigtig god idé, at holde arrangementet et andet sted end ved kredshuset. Især giver det mening at holde arrangementet et sted, hvor der i forvejen er en masse mennesker. Det kan f.eks. være på parkeringspladsen foran indkøbscenteret, nede på torvet eller bedst af alt; i forbindelse med et andet arrangement i byen. Hvis der foregår noget på gågaden, der trækker folk til, jamen så skal I selvfølgelig også være på gågaden. Så husk at tjekke, om der er andre arrangementer i byen samme dag og overvej om ikke det kunne være en mulighed at hægte sig på der.

”Det fungerede godt, at vores arrangement lå samtidigt med et andet stort børnearrangement på Brønshøj torv, da det tiltrak en masse mennesker.”

- Jeanne Woll, K25 Brønshøj

I den lidt mere fremadsigtede planlægning, kan det være en god idé, at skrive alle egne og andres arrangementer ind i et årshjul. Det giver overblik over, hvornår der er 'døde perioder' i lokalområdet og hvornår I har mulighed for at lave noget sammen med andre.

Arrangementets længde og tidspunkt

Det er en god ide at afveje fordele og ulemper ved forskellige længder på arrangementet. Et langt arrangement kan rumme mange forskellige aktiviteter, der er større fleksibilitet i forhold til deltagelse og det giver mulighed for at fange flere tilfældigt forbipasserende. Omvendt kan det være en fordel at kondensere aktiviteterne i et kortere tidsrum, hvis der ikke er så mange lederkræfter til rådighed på dagen, eller hvis I er i tvivl om, hvor mange deltagere, der dukker op på selve dagen. Et arrangement der er velbesøgt i en time eller to virker mere tillokkende end et arrangement der er tyndt besat over en hel dag. Også selvom det lange arrangement måske i virkeligheden har haft flere deltagere samlet set. Så overvej hvad der passer bedst til jeres arrangement, kræfter og aldersgruppe. På samme måde skal I også have tidspunktet in mente. Hvis butikkerne på gågaden først åbner kl. 10 om lørdagen skal I måske først starte jeres aktiviteter i området kl. 10.30.

Vær synlige på dagen

Sørg for at markere at I er til stede og at alle er velkomne. Lav flag og bannere I kan hænge op på pladsen eller bestil nogle hos 55 nord. Pust en masse FDF balloner op, der kan lede folk til det rette sted, find på gode aktiviteter, der skaber opmærksomhed hos forbipasserende og sørg for, at der er en leder eller to, der står for at tage imod nye mennesker, invitere indenfor og dele informationsmaterialer ud. Det kan desuden være en god idé at have flere aktiviteter på samme tid, så folk kan gå lidt til og fra de forskellige aktiviteter. På den måde kan dem der trænger til en pause fra det vilde, i stedet gå over og lave popcorn ved bålet. Men vigtigst af alt; jo flere I er, jo mere synlige og attraktive er I!

"Sørg for at gøre opmærksom på arrangementet på stedet på dagen så det er tydeligt for forbipasserende at de er velkomne."

- Julie Egholm Holt, FDF Taarnby

Få FDFerne til at komme

... og få dem til at tage deres venner med. Hvis jeres børn har været med til at forberede og planlægge dagen er der en større sandsynlighed for at de også kommer til arrangementet. Hvis de så oven i købet kan få lov til at vise FDF frem som noget sejt og sjovt, så er der endnu større sandsynlighed for, at de tager deres venner med. Så overvej, hvordan I kan få motiveret jeres egne børn for arrangementet. Det kan være at de yngre skal være med til at lave bannere, mens de lidt ældre skal bygge en rafte-karrusel eller lave et løb. Eller måske er der brug for lidt ekstra motivation hos lederne i form af en hyggelig middag for dem der har været med til at arrangere dagen.

"Vi havde valgt at forlænge arrangementet for "vores egne" børn. Da vi havde sagt tak for i dag til vores gæster, gik vi ud i området og byggede enkeltmands-bivuaker, spiste siddende på plænen, og lavede et kæmpe lejrball med masser af underholdning og lege på "scenen". Det var en KÆMPE Succes!"

- Henrik Nielsen, FDF Stenlille

... I ØVRIGT

Tænk fremad

En ting er at få folk til at komme til et stort åbent FDF arrangement, noget andet er at fastholde deres interesse ved de efterfølgende FDF-møder. Hvis formålet med jeres arrangement er agitation, er det derfor en god ide at tænke længere frem end til selve arrangementet. Sørg for at få planlagt de efterfølgende kredsmøder så der er nogle spændende aktiviteter, hvor der er plads til nye FDFere, og hvis muligt, kan det være en god idé at planlægge en weekendlejr, hvor de nye rigtig kan få set, hvad FDF er.

Undgå at snakke FDFsk

Når man er FDFer og måske endda har en lang tradition i organisationen, kan man hurtigt komme til at bruge en masse ord og udtryk, der ikke giver mening, eller som skaber nogle andre associationer end de tiltænkte, hos folk der ikke kender til FDF. Hvad er f.eks en kreds eller en væbner? Var forkyndelse ikke noget man brugte i bibelske tider og hvad er det nu lige agitation betyder? Som FDFer kender man godt svarene på ovenstående, men vil man kommunikere med udenforstående kan det være en god idé lige at overveje sit ordvalg en ekstra gang.