

PR & Mediaträning - Intensivkurs 2 + 1 dagar

- Er verksamhets PR-plan och din träning framför kameran och att skriva

Senaste uppdatering 2010-05-26

Detaljerat innehåll – Schema

Dag 1

Diskussion om vad PR innebär
Dagens medielandskap

Deltagarnas dagsaktuella problemställningar/situation:
Marknadsstrategiska delar, om verksamheten: omvärld, konkurrens, mission, vision, konkurrensfördel, profil/kärnvärden, marknad, segment, tendenser på marknaden, prio målgrupp.

Därtill:

Vad vi är

För vilka vi finns

Vårt uppdrag

Varför vi skulle kunna göra detta mer framgångsrikt än andra

Faktorer som starkt påverkar vår verksamhet eller som vi är beroende av

Vi brukar även ta med delar av Kommunikationsplaneringen:

kommunikationsstrategi

positionering

kommunikationsmål

argumentation

vad vi strävar efter att kommunicera

Grund PR, möjligheter och vägen framåt

Detta är PR

Nyhet

Integrerad marknadskommunikation

PR som del av marknadskommunikationen

PR-verktyg

RoadMap: vägen framåt

Syfte med kommunikationen

Kommunikationseffektivitet

Bolagets nuvarande fördelning av marknadsföringsresurserna

Branschspecifik kommunikation:

Kommunikation med affärspress eller det som är relevant för er

Branschregler och kommunikation

Utarbetning av PR-strategi

RoadMap

SWOT-analys

Nulägesanalys

Mål med PR-arbetet

Målgrupper

Mediekanaler

PR-verktyg

Budskap

Strategi och taktik

Praktiska rutiner

Konkreta aktiviteter

Dag 2 - Åtgärder för att maximera värdet av PR

Hands-on:

Dag 2 går ledarna och deltagarna gemensamt igenom punkterna en efter en och konkretiserar dem för er verksamhet. Ni skriver själva direkt i powerpoint på medhavd laptop. **Er PR-plan blir på plats färdig för presentation inför ledningsgruppen.**

Situationen du hamnat i

Intervjutekniker, journalistiska trick

journalistens syfte och mål

journalistiska trick

klippning och redigering för effektmaximering

Framför kamera eller mikrofonen

önskad effekt

vinklar, trovärdighet

kroppsspråk

etos, pathos, logos

Förberedelser: vad du representerar, hur du framträder och vad du kommunicerar

Träna, se själv och träna igen

Hands-on, skriva egna releaser

Skarpt läge, skriva själv

Analys

Återkoppling

Skriva igen

Hands-on, träna intervjusituation inför kamera

Träning under inspelning

Analys av inspelning

Återkoppling och diskussion

Kontinuitet i PR-arbetet

Kostnadsuppskattning för fortsatt PR-arbete

Konsultkostnader

Summering av diskussion om kundens PR-strategi och aktiviteter.

Dag 3 – Debrief

Återkoppling av erfarenheten

Hur har det gått?

Analys

Tips och råd

Komplettering eller ändringar?

Utvärdering

Kurslitteratur

”Använd Media”, Peter Karaszi

”Stora PR-boken”, Peter Karaszi

Beställs direkt från förlaget via [www.bok@primepr.se](mailto:bok@primepr.se)

30% rabatt erhålls genom att referera till ”MarknadsSkolan”.

Bolaget ansvarar själva för inköp och distribution av kurslitteraturen, minst två veckor före kursstart.

Metod

Fokus på tillämpbarhet, att deltagarna omedelbart skall kunna omsätta de nya insikterna i sitt arbete. Kursledaren använder i huvudsak whiteboard, blädderblock och deltagarna skriver sin plan i egen laptop.

Anpassat upplägg

Upplägget är anpassat efter ledningsperspektiv.

Reservation för viss omkastning i programmet alternativt omprioriteringar mellan punkterna beroende på gruppens uttryckliga önskemål.