

5 punkter om å få pressen på arrangement!

Inviter

Send invitasjon til journalister med god informasjon om tid, sted, hva som skjer og hvem som deltar (lokale "stjerner"?) Ikke forvent at journalister kan være der under hele konkurransen – informer om de mest aktuelle tidspunktene. (feks. finaleomganger)

Forhåndsomtale

Prøv å få forhåndsomtale! Det er god markedsføring for sporten/arrangementet og mye større sansynlighet for å få selve arrangementet dekket. Det skaper også forventinger hos leserne at kommer en sak i etterkant. Vær behjelpelig med bildemateriale ved behov.

Pressetreff kan være en god ide. Ta med rennledning, 1-2 lokale utøvere og representant fra anlegget.

Vertskap

Ta godt vare på journalister/mediafolk hvis de kommer. Egen pressekontakt anbefales. Kommuniser hvor man kan og bør plassere seg for å få de beste bildene på en sikker måte. Vær behjelpelig med transport i anlegget. Sett journalister i kontakt med utøvere og andre aktuelle personer. Enkel servering og en kaffekopp er alltid bra.

God informasjon – resultatservice

Sørg for at pressen får startlister, løpende informasjon og resultatlister så fort som mulig.

Arbeidsforhold og nett-tilgang

Dersom sakene skal lages ferdig på stedet er det helt nødvendig med en plass å sitte med tilgang til internett. Dersom man lager videosaker er dette spesielt viktig – da er mobilt bredbånd, med unntak av 4G, som regel ikke godt nok.

5 punkter om å gjøre pressejobben sjøl.

Etabler kontakt

Ta kontakt med redaksjonen I forkant. Få en kontaktperson, finn ut hvem som på vakt. Lag distribisjonslister dersom man skal sende til flere. Gjør mediene oppmerksom på at det vil bli tilsendt stoff til fri bruk.

Gode pressemeldinger

Skriv dekkende og fengende overskrifter og ingresser. Fortell hvor, når og hva det gjelder. Få fram det viktigste tidlig i teksten. Skriv kort og rett på sak. Oppsummer gjerne viktige resultater, feks. topp 3 + lokale plasseringer. Prøv å innta et nøytralt syn og tenk igjennom hva leserne/seerne er interessert i.

Finn vinkling - gode historier

Det handler i stor grad om å fortelle de gode historiene. Finn en vinkling som kan være interessant, spesielle hendelser, oppturer og nedturer, Det trenger ikke handle om sportslige resultater. Fokus på enkeltutøvere over tid kan bygge profiler.

Bilder og video i god kvalitet.

Gode bilder "løfter" saken! Ta bilder som er relevante for historien og underbygger teksten. Tenk på utsnitt, kom nær nok motivet og bruk rask lukkertid for å få skarpe actionbilder. Legg ved 2-3 høyoppløselige bilder i saken. (JPEG) Når det gjelder videomateriale for web/nett-TV har vi god erfaring med MP4-format med oppløsning 1280x720. Det er mange måter å dele videofiler på. Vi bruker dropbox eller laster opp på server hos de aktuelle.

Følg alltid opp på telefon

En telefonsamtale i etterkant er ofte avgjørende for om stoffet blir brukt.