|  |  |
| --- | --- |
| DANVA notat | |
| **Emne:** | Tjekliste til pressemøde |
| **Dato:** | 10. februar 2012 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Opgave | Kommentar | Status | Ansv. | Deadline |
| **Definition af hovedbudskabet?** | Hvilke budskaber vil I kommunikere?  Hvilket hovedbudskab vil I kommunikere?  Hvad er jeres historie? |  |  |  |
| **Hvilken kanal skal benyttes? Pressemøde skal/skal ikke** | Pressemeddelelse?  Telefonsamtale?  Pressemøde?  Solohistorie? |  |  |  |
| **Genrebestemmelse** | Reel nyhed?  Element af krise? |  |  |  |
| **Hvilken form skal pressemødet have[[1]](#footnote-1)?** | Pressebriefing  Presseevent  Rundbordsamtale |  |  |  |
| **Hvem skal inviteres?** | Vigtigste journalister/nøglejournalister  Andre journalister der kunne være interesseret  Alle der normalt dækker emnet. |  |  |  |
| **Dato** | Hvornår passer det jer?  Hvornår passer det redaktionerne  Afstem med vigtige begivenheder og øvrig nyhedsstrøm |  |  |  |
| **Invitationer** | Hvad drejer pressemødet sig om  Hvem der deltager på mødet.  Tider for, hvornår hvem taler om hvad,  Pauser,  Fotomuligheder  Send invitationer ud mellem 1 uge og 14 dage inden pressemødet |  |  |  |
| **Stedet/lokalet** | Skal pressemødet afholdes i virksomheden eller ”ude i byen”?  Afstem lokale med antal deltagere  Husk evt. mikrofon,  Bord/stol-opstilling,  Scene,  Talerstol,  Navneskilte,  Pressekit,  Blok og kuglepenne,  Bord med mad og drikke samt evt. lidt at spise. Marker, hvor der er toilet- og evt. rygemuligheder. |  |  |  |
| **Teknikken** | Tjek de tekniske hjælpemidler dagen før og inden pressemødet begynder.  Husk evt. tavler,  Whiteboards,  Flipovers,  Tusch,  Tavlerenser,  Pegepind eller laserpegepind,  Mikrofon,  Pc og projektor,  Video eller tv |  |  |  |
| **Mad og drikke** | Sæt mad og drikke samt glas på et bord ved indgangen og evt. på hvert bord  Husk vand og glas til dem, der skal tale, + mødelederen |  |  |  |
| **Pressekit** | Pressematerialet på dvd eller en memory stick.  Pressemeddelelse  Faktaark om emnet  Fakta om virksomheden/organisationen  Evt. kort CV inkl. kontaktdata på dem, der taler  Andet baggrundsmateriale med yderligere oplysninger og anden dokumentation  Billedmateriale af høj kvalitet  Evt. mappe og/eller pose til pressekittet |  |  |  |
| **Oplæg og rollefordeling** | Udpeg ordstyre/mødeleder.  Paneldeltagerne taler kort, klart og konkret.  Hold en generalprøve, hvor alle indlæg gennemgås og evt. justeres.  Lav evt. talepapir med de vigtigste budskaber, som gennemgås med hver enkelt, der skal tale. |  |  |  |
| **Opfølgning pr. telefon** | Ring rundt til de inviterede journalister dagen inden pressemødet. Har de modtaget invitationen, og kommer de til pressemødet? |  |  |  |
| **Afvikling af pressemødet** | Hils personligt på de fremmødte journalister. Husk jeres attitude.  Hvilke journalister kommer?  Pressemødet afvikles  Henvis til muligheden for spørgsmål på tomandshånd efter mødet |  |  |  |
| **Opfølgning/**  **evaluering** | Send pressekittet til de medier, der ikke deltog  Følg op på de journalister, der viste interesse, men som ikke kunne deltage  Evaluer udbyttet af pressemødet. Husk, at det ikke kun skal måles i spalteplads, men også som relationsværktøj. Hvad kunne være gjort bedre, smartere og nemmere? Det er værdifuld læring til næste gang. |  |  |  |

1. *Pressebriefing*; mere informativ og formel karakter

   *Presseevent*; hvor det formelle afløses af noget mere uformelt; der må godt ske lidt andet; fx afprøvning af en gadget eller balloner.

   *Rundbordsamtale*; mere intim og uformel form for møde, hvor færre journalister deltager

   *One2one*; hvor journalisten efter pressemødet kan få et interview med fx Mærsks nye direktør en-til-en. [↑](#footnote-ref-1)