

GRØNNE HISTORIER

Mediestrategi for “make a difference”

HVAD SKAL VI MED EN MEDIESTRATEGI?

Med en mediestrategi fastlægger vi kursen for vores kommunikation, så vi alle går i den samme retning og derved øger opmærksomheden. Samtidig sikrer vi på den lange bane, at vi sparer ressourcer på unødvendige tiltag.

Mediestrategien arbejder ud fra to principper **'keep it simple'** og **'walk the talk'**, så alle forstår strategien og kan eksekvere den.

“Keep it simple” - kort sagt, gør mediestrategien så enkel som muligt. En mediestrategi behøver ikke at være svær og kringlet for, at det giver pote. Mange gange er det simple nemmere at forstå og forholde sig til for brugerne - og ikke mindst dem der udarbejder strategierne.

“Walk the talk” - Udfør arbejdet mens du udvikler og fortæl det du gør. Du kan sagtens lægge en mediestrategi, som man følger fra start, men som udvikler sig undervejs.

STEPS

1. Fastlæg først og fremmest hvem du vil fange og hvorfor - hvad vil du fortælle? Lav din research grundigt.
2. Fastlæg en grundig rød-tråd - det er vigtigt, at dine strategier har samme overordnet tema, så det skaber genkendelighed for brugerne.
3. Fastlæg hvor du vil fange dem, og hvilke medier du vil anvende - ligeledes hvad hvert enkelt medie skal kunne.
4. Udarbejd dine strategier efter mediernes kunnen.
5. Udarbejd nogle mål - det er vigtigt at have nogle mål at stræbe efter. Hvad er første, andet, tredje osv. delmål; evt. også slutmål?
6. Hvor starter det hele - hvad er hovedmediet, som leder til de andre medier? Det kan være vigtigt at have et hovedmedie (typisk en hjemmeside), hvor alt er beskrevet og som med links henviser til de dertilhørende medier.
7. Kig på, hvad der fungerer og ikke - når din mediestrategi har været i gang i lidt tid, så kig på justeringer og nye tiltag. Hvad skal der laves om på, og hvad fungerer efter planen.

<https://thomashmaigaard.wixsite.com/groennehistorier>