



GÄSTRIKLANDSDISTRIKTET

2020-11-09

Hans Ström

## Media

Att synas i media med positiva budskap är god marknadsföring. Där kan vi förstärka bilden av SPF Seniorerna som en engagerande seniororganisation. Vi kan väcka nyfikenhet och intresse.

Det finns flera olika sätt att synas på. Vi bör inte skicka debattartiklar, pressmeddelanden och insändare varje månad, då tröttnar media på oss och det blir svårt att få in någonting. Det gäller även att välja vilken fråga som passar att driva, så att det stämmer överens med hur vi vill uppfattas. Seriosa, konstruktiva, positiva...

Däremot ska vi ofta synas i de olika föreningsannonserna där vi gör reklam för kommande och genomförda aktiviteter.

### *Föreningsnotis (gratis).*

Skriv något om en aktivitet ni genomfört. Det behöver inte bara vara resor, konserter eller stora medlemsmöten. Kanske en härlig dag i skogen, picnic i parken, bridgespel, boule eller golf. Blandad kompott gör att alla kan hitta något. Notisen får vara runt 100 ord (800 tecken), blir det för långt kortas texten. Skicka notisen direkt i mejlet, inte som en bilaga.

Epost: titel Föreningsnotis

*Föreningsnytt (annonskostnad).* Här talar ni om för medlemmarna tid, plats, medverkande för olika aktiviteter. Detta kan även väcka intresse hos ickemedlemmar! Bokning behöver ske minst ett par dagar före publicering.

### *Dagens ros (annonskostnad).*

Ett trevligt sätt att synas. Tacka en samarbetspartner eller någon som har gjort det lilla extra i föreningen. Underteckna med SPF Seniorerna + föreningens namn. Jag har bokat annonserna som privatperson, då är priset lite lägre.

### *Insändare.*

Kan man jobba med på olika sätt. Antingen skriver föreningen en insändare om ett aktuellt, angeläget ämne, och då undertecknar talespersonen med tillägg SPF Seniorerna + föreningens namn. Välj gärna ämnen som är aktuella lokalt (trångt på bussen?), eller som gäller alla (t ex skatter, äldreomsorg). tänk på att rubriken ska väcka intresse.

Det är också möjligt för enskilda medlemmar att ta upp frågor. Då står inte föreningen som undertecknare. Däremot kan föreningen gå in i nästa läge och förstärka uppfattningen i fråga, och underteckna den nya insändaren. På så sätt kan vi hålla dialogen igång och få fler att läsa/engagera sig. Gäller dock att välja vilken fråga som är viktig att driva lokalt!

### *Debattartikel.*

Här skriver ni för att lyfta en viktig fråga och väcka opinion. Det kan röra sig om lokala frågor, men även nationella. Från förbundet får distrikt och föreningar material som kan användas i debattartiklar, där förbundsordförande Eva Eriksson skrivit under.

Ni kan välja att anpassa artikeln lokalt och stå som undertecknare, antingen som egen förening eller tillsammans med Eva.

### *Inbjudan till evenemang.*

Gör ni något extratrevligt, eller bara vanligt genuint trivsamt. Bjud in lokala media. Det kan vara intressanta, underhållande föreläsare, besök i naturområden, frågesport, vinprovning, träning både fysiskt och med surfplattor, osv. Media vill spegla både det lokala och globala, och vill gärna ha en mix.

Det är en fördel om någon i föreningen har en personlig kontakt med aktiva journalister eller de som har varit aktiva. Kanske själv har jobbat i branschen. Kolla bland medlemmarna om någon kan hjälpa till att skapa relationer, allt är enklare då.

### *Pressmeddelande.*

Kort information om en händelse/aktivitet som ni vill att media ska uppmärksamma. Försök väcka intresse. Hänvisa till den person som media kan kontakta för mer information.

### *Aktuella nyhetstips.*

Här kan man kort tipsa via mejl om saker som kan vara av intresse för många.

Länk till SPFs sidor om mediakontakter:

<https://spf.foreningssupport.se/paverkan/press-media/>

Adresser:

[debatt@gd.se](mailto:debatt@gd.se)

[insandare@gd.se](mailto:insandare@gd.se)

[tips@gd.se](mailto:tips@gd.se)

[insandare@dlt.se](mailto:insandare@dlt.se)

[insandare@arbetarbladet.se](mailto:insandare@arbetarbladet.se)

