

Mediehåndtering for kommunale ledere

KURSUSFORLØB I MEDIEHÅNDBLING OG PERSONLIG GENNEMSLAGSKRAFT I MEDIERNE

Kommunerne skal udnytte pressen som strategisk ressource

Kommunalreformen har gjort kommunerne til en endnu mere central aktør i den danske velfærdspolitik. Kombineret med kommunernes større budgetter har det øget mediernes interesse for deres virke betydeligt.

Samtidig er kommunerne i stigende grad i direkte konkurrence med hinanden om opmærksomheden fra nøglemålgrupper som skatteborgere, erhvervsvirksomheder og turister, der alle ultimativt kan bidrage med indtægter til kommunekasserne. Konkurrenceforholdet illustreres tydeligt af det stadig stigende antal kommuner, der har igangsat brandingprojekter.

Begge de ovennævnte forhold udfordrer kommunernes kommunikation. Skal en kommune skabe et stærkt og holdbart brand, og rodfæste det solidt hos målgrupperne, skal der skabes sammenhæng i alle dele af kommunens kommunikation.

Kommunerne tegnes i høj grad af centrale talspersoner, der kan sikre, at budskaberne kommer tydeligt og stærkt frem i medierne. Men kommunerne udfordres af, at medierne i stigende grad ønsker at få adgang

til såvel de politisk og administrativt ansvarlige som eksperter på de faglige områder, som kommunerne har ansvaret for. Dermed øges antallet af talspersoner betydeligt.

Det er en kerneopgave for kommunernes kommunikationsafdelinger at sikre, at korpset af talspersoner i kommunen til stadighed er rustede til at kunne håndtere henvendelser fra pressen og til at kunne kommunikere og styre et budskab effektivt i forhold til medierne. Det er forudsætningen for, at talspersonerne kan anvende pressen som strategisk ressource i det daglige arbejde.

Holm Kommunikation har udviklet et kursusforløb skræddersyet til dette formål. Forløbet er opdelt i moduler, der kan gennemføres som et samlet forløb eller som kan vælges enkeltvis. Modulerne kan naturligvis tilpasses såvel de deltagende talspersoner som bestemte faglige problemstillinger, der ønskes fokus på.



Kursusforløb

1.

MODUL: INTRODUKTION TIL MEDIERNE – JOURNALISTERNES UNIVERS OG METODER

FORM: Halvdagsseminar med gruppeopgaver

FORMÅL: At sikre grundlæggende viden om journalistik, nyhedskriterier, det danske mediemarked m.v. og gøre relevante talsmænd mere fortrolige med PR

INDHOLD: Hvad er PR?

- Målgrupper, kanaler, PR vs. reklame, medier, journalister og metoder
- Journalistiske kriterier
- Spilleregler, konfliktflader, kontrakter
- Gode råd når pressen ringer: Hvad skal du gøre, og hvad skal du ikke gøre

ANTAL DELTAGERE: Maks. 20 deltagere

PRIS: 25.000 ekskl. moms.

2.

MODUL: MEDIETRÆNING 1 – GRUNDLÆGGENDE MEDIETRÆNING

FORM: Heldagskursus, hvor cases, øvelser og udfordringer tager afsæt i deltagernes egen hverdag. Forløbet er stærkt involverende og lægger op til høj grad af erfaringsudveksling blandt deltagerne. Vi veksler mellem korte teoretiske oplæg, øvelser, dialog og træning med tv-kamera og efterfølgende feedback

FORMÅL: At udvikle deltagernes evne til at kommunikere og styre et budskab effektivt i forhold til medierne og dermed anvende pressen som strategisk ressource

INDHOLD: Min. 4-5 interviews pr. deltager baseret på aktuelle cases/problemstillinger. Feedback fra deltagere og instruktører. Personlig kommunikationsprofil – hvad gør du godt, hvad kan du gøre bedre m.v.

ANTAL DELTAGERE: Maks. fem deltagere

PRIS: 42.000 kr. ekskl. moms.



3.

MODUL: MEDIETRÆNING 2 – VIDEREGÅENDE MEDIETRÆNING – KRISEKOMMUNIKATION OG HÅNDTERING AF KRITISKE INTERVIEWS

FORM: Heldagskursus, hvor cases, øvelser og udfordringer tager afsæt i deltageres egen hverdag. Forløbet er stærkt involverende og lægger op til en høj grad af erfaringsudveksling blandt deltagerne. Vi veksler mellem korte teoretiske oplæg, øvelser, dialog og træning med tv-kamera og efterfølgende feedback

FORMÅL: At udvikle deltageres evne til forberede kritiske medie-issues samt at kommunikere og styre et budskab effektivt i forhold til medierne i kritiske sager

INDHOLD: **En mediekrises anatomi:** Hvad karakteriserer en mediekrise? Hvordan forhindrer du krisen i at opstå? Hvad gør du, hvis den alligevel rammer dig og din organisation?

ANTAL DELTAGERE: Min. 2-3 interviews pr. deltager baseret på aktuelle cases/problemstillinger. Feedback fra deltagere og instruktører.

Dilemmaspil

Hvordan reagerer du og dine kolleger under pres? Her afprøver vi alt det, deltagerne har lært, i noget der ligner virkelige rammer

PRIS: 49.000 kr. ekskl. moms.

Alle moduler tilrettelægges i tæt samspil med kommunens kommunikationsafdeling og tilpasses kommunens kommunikationsstrategi og målsætninger m.v.

MODULERNE KAN OGSÅ TILPASSES OG SAMMENSÆTTES EFTER KOMMUNENS SÆRLIGE BEHOV OG ØNSKER. KONTAKT HOLM KOMMUNIKATION A/S FOR SPECIFIKT TILBUD.

SAMTLIGE MODULER ER NØJE DOKUMENTERET I FORM AF ET UDFØRLIGT DELTAGERMATERIALE

Holm Kommunikation er et af landets største bureauer inden for PR og kommunikation. Vi lever af at rådgive private og offentlige virksomheder om, hvordan de bedst kommunikerer inden for og uden for organisationens mure.

Holm Kommunikation har bl.a. løst opgaver for Københavns Kommune, Helsingør Kommune, Skanderborg Kommune og Vejen Kommune, samt for en række andre offentlige organisationer



Associeret partner/medietræner
Jesper Klit
tlf.: 33 93 23 33

Partner
Kjeld Andersen
e-mail: ka@holm.dk
tlf.: 40 74 19 16

Om Holm Kommunikation og medietræning

PRINCIPPER NÅR HOLM KOMMUNIKATION MEDIETRÆNER

- Altid to trænere – en medietræner og en konsulent
- Altid kamera på – uanset hvilken medietype og situation, der trænes
- Alle deltagere skal gå hjem med konkrete værktøjer
- Optimalt trænes med udgangspunkt i organisationens strategi og kommunikationsplatform
- Undervisning i mediernes verden og journalistiske principper kan integreres i forløbet
- Træning både i at aflevere positive/offensive budskaber og i det kritiske interview
- Træning i organisationens primære medier – trykte medier, radio/tv osv.

MEDIETRÆNINGSTEAM:

JESPER KLIT

- Medietræner, uddannet journalist
- Erfaring fra bl.a. Weekendavisen, TV2 og Nordisk Film TV, hvor han i seks år var adm. direktør
- Specialiseret i medietræning og udvikling af kommunikativ kompetence
- Rådgiver en række virksomheder og ledere om kommunikation
- Forfatter til flere bøger om medier, kommunikation og ledelse – senest "Personlig Gennemslagskraft", Børsens Forlag 2009.
- Udvalgte kunder: A.P. Møller – Mærsk, Coloplast, DR, Ledernes Hovedorganisation, Aller, Nykredit, IDA, DMF, Region Sjælland, Udenrigsministeriet, SONY BMG.

KJELD ANDERSEN

- Partner i Holm Kommunikation A/S, leder af Århus-kontoret
- Elleve års erfaring som PR-rådgiver
- Cand.scient.pol., major (R)
- Beskæftiger sig med strategisk kommunikationsplanlægning, kommunikationsrådgivning, dag til dag PR og markedskommunikation, krisehåndtering og kriseberedskab medie- og budskabstræning og ledere m.v.
- Udvalgte kunder: Århus Elite, Nissan Nordic, Systematic Software Engineering, Investering & Tryghed, Sparbank, Ministeriet for Videnskab, Teknologi og Udvikling, Undervisningsministeriet, Ingeniørforeningen i Danmark (IDA), Dansk Industri og Grundfos