



# Kommunikasjonskurs

Kløfta 24. oktober 2018

Råde 25. oktober 2018

# Agenda



- Kl. 18.00 Velkommen v/ DT Elsa Nysveen
- Kl. 18.10 Riktig bruk av logo og klubbnavn v/ Jan Walbeck
- Kl. 18.30 Hvordan vinkle stoff til lokalavisen?  
Hva er «gode» bilder og hvilke regler for offentliggjøring gjelder?  
Hvordan legger vi inn bilder i FB eller hjemmeside? v/ Dag Gipling
- Kl. 19.30 
- Kl. 19.45 Hvordan benytte Facebook i kommunikasjonsarbeidet?  
People of Action - hvordan benytte denne kampanjen?
- Kl. 20.15 Klubbens kommunikasjonsplan
- Kl. 20.45 Hva betyr det å være redaktør for Rotaryklubbens hjemmeside og Facebook-side?
- Kl. 20.55 Oppsummering
- Kl. 21.00 God tur hjem!

Runde rundt bordet. Kort presentasjon.

> *Være en ressurs for distriktet og distriktets klubber - sette kommunikasjon på kartet!*

- > *Materiell*
- > *Markedsplaner*
- > *Direkte opplæring i klubbene*
- > *Tips og råd*

# Bruk av logo og klubbnavn

# Bruk av logo og klubbnavn



Klubbnavn skrives slik: Gjersjøen Rotaryklubb



# Hvordan vinkle stoff til lokalavisen?

Hvordan går dere frem ovenfor avisen (mediene)?

## Hvordan går dere frem ovenfor avisen (mediene)?

Det er mange lag, foreninger, organisasjoner og bedrifter som konkurrerer om oppmerksomhet.

### Still gjerne spørsmålene:

- Har dere et tett forhold til lokale medier?
- Hva er det ved vår sak som kan fenge journalistens oppmerksomhet?
- Hva gjør vi som kan være interessant for andre å vite?
- Hvordan skiller dette seg ut fra alle andre henvendelser en redaktør får?
- Hva er de journalistiske «poengene»?
- Hvem er lesegruppen vi ønsker å nå?

## Hvordan går dere frem ovenfor avisen (mediene)?

Et ønske om mediedekning må resultere i planlegging og forberedelser FØR mediene kontaktes.

Hvem tar kontakt med avisen? Hvilken journalist og hvorfor han/henne?

Den som kontakter journalisten bør ha gode «kommunikasjonsevner» og kan bruke medias eget «språk».

Bruk ord som journalisten selv bruker som for eksempel: «tips», «god sak», «nyhet», «alene om» og «gode bilder»...

### **Snakk titler**

Presenter saken/nyheten slik at den ville bli presentert i en overskrift og i en ingress, eller den vinkling du mener er best egnet til å skape interesse i redaksjonen.

Begynn ikke med bakgrunnstoff - journalisten vil sikkert spørre etter dette hvis interessen vekkes.

## Hvordan går dere frem ovenfor avisen (mediene)?



Vil du på Rota



Samarbeide med Lions Oppegård, Kolbotn Torg om julegrantenning

## Hvordan går dere frem ovenfor avisen (mediene)?

### De beste prosjektene:

- Med aktiviteter
- Ledere, kjente personer
- Oppfinnsomme
- Løser konflikter, stort behov
- Dokumenterer vårt bidrag (tall, bilder)

### De beste fortellingene:

- Personifisert
- Viser aktivitet
- Dokumenterer vårt bidrag
- Rotarys nye image, profil
- Profesjonelle bilder, tekst
- Må treffe eksternt publikum
- Må føles ekte, troverdig

Kolbotn Rotaryklubbs fotokonkurranse «Vennskap» for 8, trinn i Oppegårdskolene. Her med ordfører Thomas Sjøvold (tv) som deler ut 1. prisen på kr 5000.



### EKSEMPEL PÅ EN ENKEL INFORMASJONSPLAN/MEDIEPLAN

| Hvem informerer | Om hva | Til hvem | Hvordan | Når | Mål/effekt | evaluering |
|-----------------|--------|----------|---------|-----|------------|------------|
|                 |        |          |         |     |            |            |
|                 |        |          |         |     |            |            |
|                 |        |          |         |     |            |            |
|                 |        |          |         |     |            |            |

Fra NORFOS håndbok for mediekontakt, oktober 2018

## Gode eksempler på saker med allmenn og lokal interesse

- Årlig julekonsert i Lillestrøm kirke
- Årlig festival (Sagelvafestivalen)
- Vårpussen av benkene på “strandpromenaden”
- Dele ut pris (hjerterstarter) til årets Romeriking
- Dele ut realfagpris
- Bistand til TV-aksjonen
- Solcelle-prosjektet til Sør-Afrika
- Gir vernesko til Bymisjonen
- Åpning av Strømmensaga
- Motta/sendte utvekslingsstudent fra nærmiljø
- Årlig akedag for barn
- Årlig juleglede og underholdning på Lillestrøm bo- og behandlingssenter, etc.



## Marker Verdens Poliodag – 24. oktober!



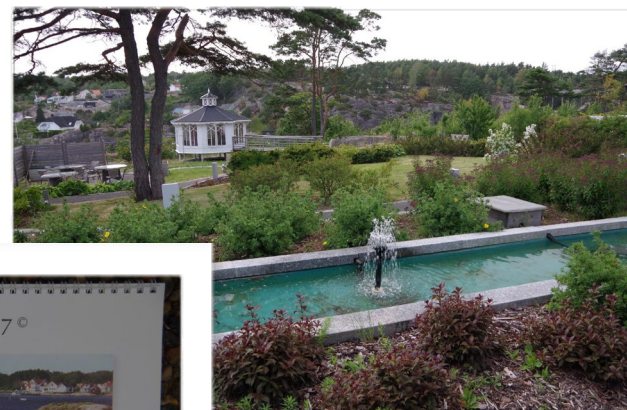
## Hvordan ta de beste bildene + hvilke regler gjelder

## Gode bilder gir mer spalteplass!

- Sjekkliste
  - Noter navn på alle på bildet fra venstre
  - Husk å sikre at navn er korrekt stavet
- Tips & triks
  - Gå nært på objektene – ikke vær sjenert fotograf
  - Be folk se i kamera og SMILE – si Appelsiiiiin!
  - Dersom det er lite folk – trykk dem sammen
  - Få med en Rotary-logo i bildet eller bakgrunnen
  - Bruk blitz i motlys!
  - Det MÅ være mennesker i bildene!



# Hva er feil med disse bildene?



# Hva er bra med disse bildene?



Om folk hadde  
Rotary-vester eller T-  
skjorter, så hadde det  
vært enda bedre!

Hva kan vi si om disse bildene?



## Hvem eier retten til ansiktet ditt?

“Fotografi som avbilder en person, kan ikke gjengis eller vises offentlig uten samtykke av den avbildede.” (... i personens levetid + 15 år)

*(Lov om opphavsrett til åndsverk)*

## Unntak:

- Hvis avbildningen har aktuell og allmenn interesse
- Hvis avbildningen av personen er mindre viktig enn hovedinnholdet i bildet
- Hvis bildet gjengir forsamlinger, folket og i friluft, eller forhold, eller hendelser som har allmenn interesse
- Oppgi alltid navn på fotograf (copyright-lovene)!
- HUSK AT DET ER AVISENS ANSVAR HVA DE PUBLISERER!



## Sosiale medier + litt om mal for hjemmeside

# De mest brukte kanalene



**Facebook – en sosial “oppslagstavle”** for internettbrukere i alle aldre og som når bredt ut til nåværende og potensielle medlemmer.



**Twitter – sanntids nyhetsstrøm** hvor brukerne knytter seg til nettverk og deler nyheter og kommentarer I sanntid. Svært populært i aldersgrupper fra 18-40. Spesielt populært blant mediefolk og politikere. Nyttig kanal mot yngre målgrupper for Rotary.



**LinkedIn – nettverk for profesjonelle** med personlige kompetanse- og yrkesprofiler (CV), bransje-diskusjoner. Utmerket verktøy for rekruttering av potensielle nye Rotary-medlemmer.



**Instagram – visuell historiefortelling** med brukere hovedsaklig mellom 18-29, som deler bilder.



**YouTube - online video-kanal.** Selv om kanalen til å begynne med henvendte seg til tenåringer, er 50 % av dagens brukerne over 35 år og i målgruppen til Rotary. Svært engasjerende.

# Mal for hjemmesider (klubber)

## Forside

Logo til Facebook – med link til egen FB-side (på venstre)

### 1. Bilder og videoer i rullerende visning:

Bildene må vise klubbens medlemmer i aktivitet! Bilder sier mer enn 1000 ord, så det er svært viktig med gode og gjerne nære bilder av glade mennesker!

### 2. Tekst:

- Velkommen til xx rotaryklubb...
- Kort informasjon om hvem som er xx klubben? Link til mer info under «Om klubben».
- Gjerne også link til Facebook-siden (ikke alle legger merke til FB-logoen på venstre oppe). Kort om møtested og tid, samt kontaktinformasjon.

### 3. Nyhetene:

- Nyhetene følger etter denne teksten om klubben.
- Husk overskrifter og ingress som interessevekker!
- Bruk alltid minst ett bilde. Store bilder (over hele bredden) er best (se Jeløy RK), men byr på datatekniske utfordringer.

For eksempler, se linker i Månedsbrev nr. 4/2017: <http://d2260.rotary.no/no/nyhetsdetaljer/136#.Wp2gCWROWUk>

# Mal for hjemmesider – struktur, innhold

## Anbefalt struktur og innhold på alle sidene:

De markert i **rødt** er viktigst (Bør prioriteres!). Hvert element i de nedre boksene skal være eget valg i «rullegardinen».

Medlemmer er klubbens viktigste «aktivum» og det er bare fint om medlemmene tørr å stå frem med bilde og yrke (kontakinformasjon er ikke nødvendig), se Ås RK. Alternativt kan navn og yrke oppgis i en medlemsliste.

Hva man legger på lukkede/interne sider er helt opp til klubben. Men et arkiv for de viktigste dokumentene bør enhver klubb ha.

| Passordbeskyttet/lukket                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                   |                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                        |       |             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------------|
| Hjem                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Medlemskap                                                                                                                                                        | Klubben                                                                                         | Møter                                                                                                                                                                                                                                           | Prosjekter                                                                                                                                                                                          | Internt                                                                                                                | Arkiv | Kontakt oss |
| <b>Kopier:</b><br><b>bergen.rotary.no</b><br><br>Både video om rotary og «20 gode grunner» kan legges inn som en link.<br><br>Det viktigste er imidlertid å invitere folk til å være med i Rotary, slik man gjør i Bergen og på <a href="http://www.rotary.org">www.rotary.org</a> (RI-sin sine) under <b>JOIN</b> . | <b>Om klubben</b><br><br>Styret<br><br>President<br><br>Sekretær<br><br>Komiteer<br><br>Medlemmer<br><br>Fotoarkiv<br><br>PHF-utmerkelser<br><br>Vedtekter (evt.) | <b>Møtested</b><br><b>Program</b><br><br>Naboklubber<br><br>Gamle nyheter<br><br>Evt. Referater | <b>RYLA</b><br><b>Ungdomsutveksling</b><br><br><b>Prosjekt 1</b><br><b>Prosjekt 2</b><br><b>Prosjekt 3 ....</b><br><br>(nevn alle klubbens aktive prosjekter og støtteordninger, hver for seg – egne faner)<br><br><b>Avsluttede prosjekter</b> | Månedsbrev<br><br>Kontaktliste<br><br>Styremøter<br><br>Årsmøte<br><br>Budsjett<br><br>KPM<br><br>Regnskap<br><br>Årsberetning<br><br>Faddere<br><br>Maler, logoer<br><br>Rutinehåndbok<br><br>Etc. | 2016-17 Arkiv<br><br>2015-16 Arkiv<br><br>Etc.<br><br>Programarkiv<br><br>(Hele arkivet kan også legges under Internt) |       |             |

## Slik engasjerer du deg som Rotarianer på sosiale medier

Ved å engasjere deg og være synlig som rotarianer også i sosiale medier, bidrar du til å skape engasjement og forståelse for Rotary. Del dine Rotary-opplevelser på jevnlig basis i de sosiale medier du er medlem av. Her er noen enkle tips!

### Lik, kommenter & del

- Besøk Rotary sine sosiale kanaler jevnlig. Engasjer deg i saker som du synes er viktige og som du gjerne deler med andre.

### Vær deg selv

- Bruk din egen stemme når du deler innhold.
  - 'Jeg er stolt av å være en del av dette...'
  - 'Min egen Rotary-klubb...'

### Gjør det enkelt

- La prosjektet du støtter være hovedsaken når du deler på sosiale medier.
- Dersom du legger til egne synspunkter, begrens det til 1-2 setninger.
- Bruk hashtags når du deler på Twitter og Instagram. For eksempel:
  - #Rotary
  - #endpolio

### Vær bevisst

- ALLTID vær bevisst og omtenksum før du kommenterer eller deler slik at du er sikker på at det du deler er respektfullt overfor klubben og organisasjonen eller de det omhandler.

## SOSIALE MEDIER



## MØTEINFORMASJON

**Møtested:** KOLBEN kulturhus

**Adresse:** Strandliveien 1

**Postnummer:** 1410

**Sted:** KOLBOTN

**Land:** NO

**Møtedag:** Tirsdag

**Møtetid:** 18:30:00

**Møtespråk:** no

| < Januar 2018 > |    |    |    |    |    |    |
|-----------------|----|----|----|----|----|----|
| M               | T  | O  | T  | F  | L  | S  |
| 1               | 2  | 3  | 4  | 5  | 6  | 7  |
| 8               | 9  | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| 15              | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |
| 22              | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 |
| 29              | 30 | 31 |    |    |    |    |

Les mer

## ROTARY LENKER

Distrikt 2260

Rotary i Norge

Rotary International

Arkiv for medlemmer i Oppegård  
Rotaryklubb



NYHETER FRA  
ROTARY  
INTERNATIONAL:



Rotarys formål er å gagne andre. En viktig del av Oppegård Rotaryklubbs virksomhet er å gjennomføre prosjekter og støtte veldedige tiltak lokalt og internasjonalt.



15. desember 2017

### ROTARY BIDRO TIL VELLYKKET KARRIEREDAG PÅ ROALD AMUNDSEN VIDEREGÅENDE SKOLE

Oppegård Rotaryklubb bisto med å skaffe foredragsholdere. Det var både fra klubbens egne medlemmer, og fra bedrifter og etater hvor medlemmer er/var ansatt.



12. desember 2017

### HVORDAN VELGER OG PRIORITERER OPPEGÅRD ROTARYKLUBB SINE PROSJEKTER?

I denne artikkel kan du lese mer om hvordan vi velger og prioriterer våre prosjekter.



28. november 2017

### ROTARY ER OGSÅ ET YRKESNETTVERK

Rotary er mer enn en humanitær organisasjon, Rotary representerer også et mangfoldig yrkesnettverk der medlemmene treffes og deler av sine ferske erfaringer fra yrkeslivet.

Opprett sidens  
@brukernavn

## Administrer promoterings 2



Likt Følger Del ...

Send melding 

Skriv noe ...



Skriv et notat

Se alle ▾

## Frivillig organisasjon



Club Internet Communication Officer  
(CICO): Ole Morten Ona Ringdal  
(ole.morten.ona.ringdal@gmail.com...)

+ Fullfør historien din for å fortelle folk mer om bedriften din.



## Hva er «People of Action» og hvorfor?

- RI's nye merkevarekampanje
- Styrke merkevaren Rotary globalt
- Komme tettere på de som ikke kjenner oss og vår historie
  - øke forståelsen for hva vi er!
- Motivere, engasjere og inspirere nåværende og potensielle medlemmer, så vel som samarbeidspartnere og sponsorer



# Her finner dere materiellet

- My Rotary
- Brand Center
- Ingen kostnader

ROTARY.ORG > MY ROTARY > BRAND CENTER

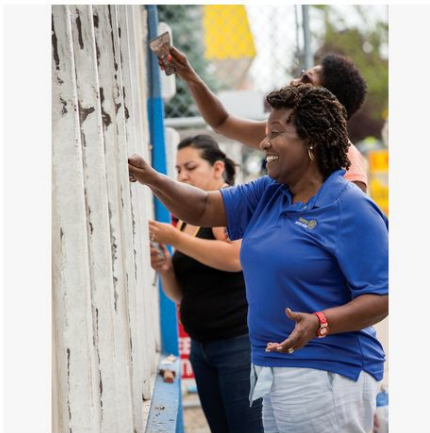
Baskets Tools Help English Search Brand Center

Rotary Our Story Guidelines Logos Materials Ads Images & Video

Brand Center | Asset Details Actions >

### PEOPLE OF ACTION 10

[Back to results >](#) < Previous 9 of 48 Next >



**DESCRIPTION**

Mary Ferris (right), of the Rotary Club of Detroit, scrapes paint from the facade of Irma Fuentes' hardware store in Detroit, Michigan, USA, 25 July 2014. Rotarians from Detroit area clubs donated money and labor to assist with these improvements. Fuentes is one of 13 participants in the inaugural LaunchDETROIT program. LaunchDETROIT, a project of Rotary District 6400, offers entrepreneurs and small business owners in the Detroit area free business training, microloans, business mentoring, and networking opportunities.

Last Updated 09/11/2017

Keywords [Asset Type](#), [Images](#), [Topics](#), [Language](#), [English](#), [French](#), [German](#), [Italian](#), [Japanese](#), [Korean](#), [Portuguese](#), [Spanish](#), [People of Action](#)

DOWNLOAD

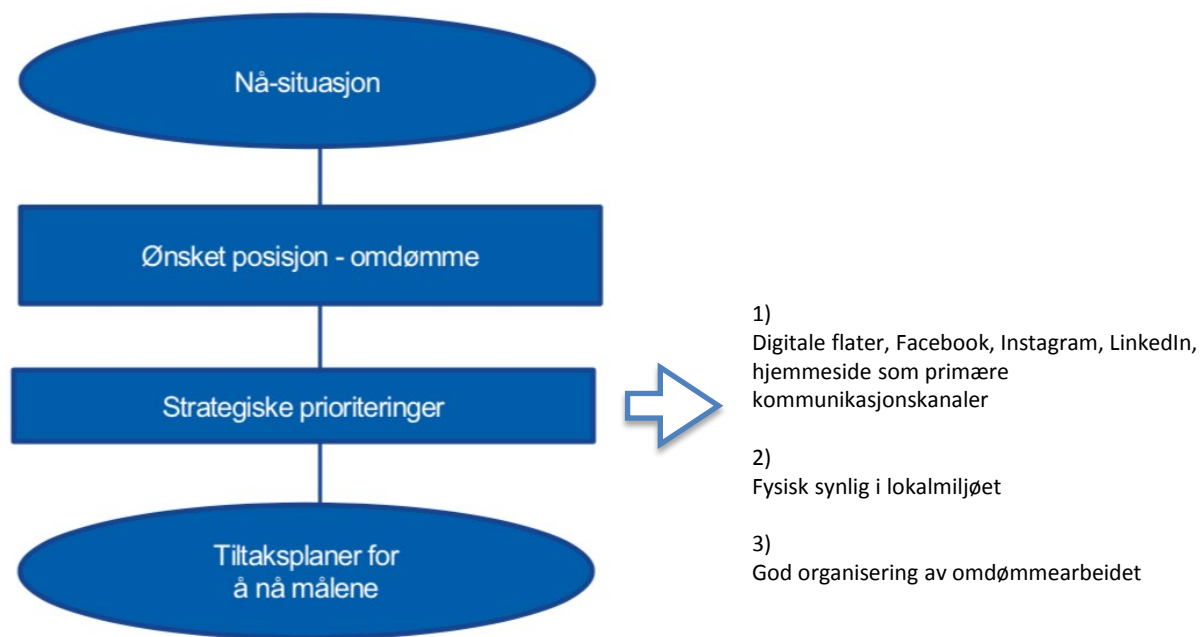
PREVIEW

ADD TO BASKET

QUICK SHARE VIA EMAIL

**SIMILAR ASSETS**

<https://brandcenter.rotary.org/en-GB>



Formålet med kommunikasjonsplaner er å etablere en systematikk som bidrar til målrettet aktivitet i klubben - mål og aktivitetsplaner.

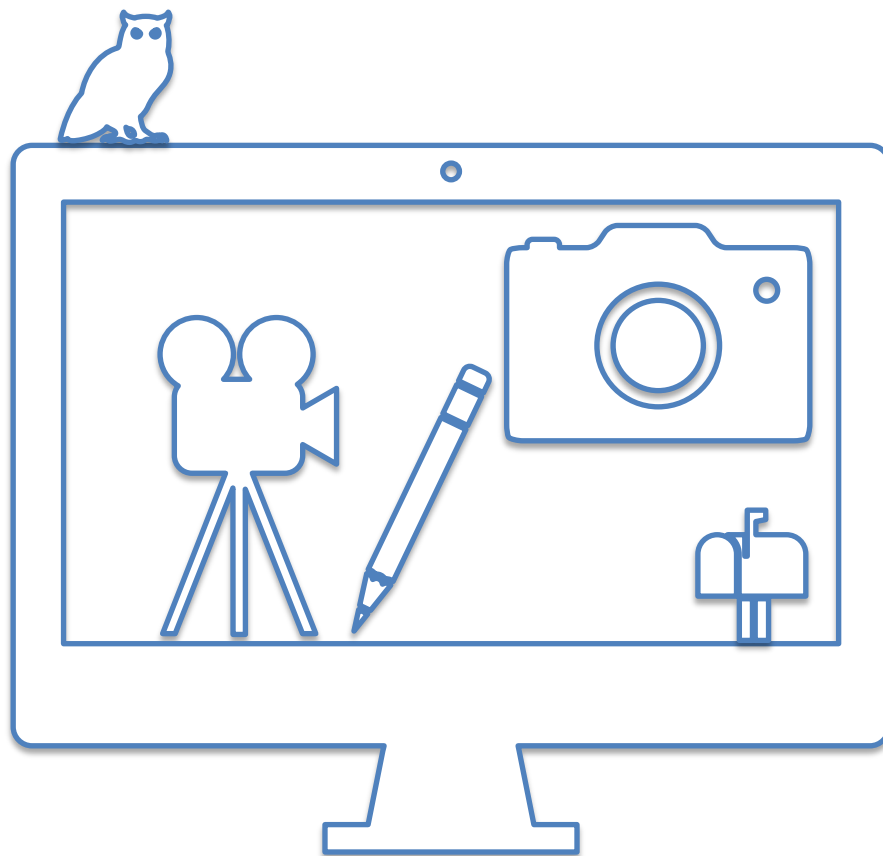
## Synliggjøre mangfoldet

i organisasjonen som et ledd  
i omdømmebygging og  
medlemsrekruttering

Løfte frem kjerneverdiene og  
**det unike** ved organisasjonen  
gjennom **ensartet/sammenhengende  
budskap**

**Øke synlighet** og **anerkjennelse**  
for arbeidet nasjonalt og **lokalt ved  
bruk av lokale og sosiale  
medier og hjemmeside**

## Hva betyr det å være redaktør?



# Oppsummering

