

REKLAMEGRUPPEN (1)

Som reklame-ansvarlige skal I skabe en masse opmærksomhed omkring klassens event og kampagnearbejde. Det kan f.eks. være gennem opslag på de sociale medier, fysiske plakater / brochurer eller artikler til avisen i jeres lokalområde.

Reklamegruppen skal også dokumentere klassens arbejde med Ungdomværn. Det betyder, at I løbende skal tage billeder, lave videoer eller på anden måde vise arbejdsgangen i de tre grupper. Det kan f.eks. munde ud i en fotoudstilling eller lign. i forbindelse med klassens event.

Generelt har I brug for stor viden om, hvordan kampagnearbejdet skrider frem, så I skal have god kontakt med både indsamlingsgruppen og eventgruppen.

FACEBOOK

- Børnehjælpsdagen stiller en Facebook-side til rådighed, hvis I ønsker det. Bemærk, at I skal overholde gældende alderskrav!
- Invitér alle I kender, ind på siden.
- Skriv de første opslag – f.eks. at I deltager i Ungdomsværn og hvad projektet går ud på. Så snart klassens event er på plads, så opret en begivenhed.
- Husk at 'tagge' virksomheder, som støtter jer (husk at få tilladelse).
- Alle vægopslag og kommentarer skal overholde god takt og tone.

IDÉKATALOG

- Der er altid noget at fortælle. Skab nyhederne!
- Lav en liste over de vigtigste historier, som I kunne lave - f.eks. til de sociale medier, til jeres plakater, artikler mv.
- Historierne kunne handle om: Hvorfor det er vigtigt at støtte anbragte børn? Hvad går jeres event ud på? Hvordan man kan støtte og blive sponsor? Hvordan ser muleposen ud? Hvor kan man købe posen?

PLAKATER, FLYVERS MV.

- Når klassens event er på plads, så kan det være en god idé at lave plakater og flyvers, som kan hænges op på skolen eller i lokalområdet.
- Lav evt. en info-flyver, som kan lægges med ned i muleposen.



Børnehjælpsdagen
- styrker børn og unge hver dag



UNGDOMSVÆRN

REKLAMEGRUPPEN (2)

STYR PÅ MEDIERNE

- Hvilke lokale medier, vil I kunne kontakte? Avis, radio, tv?
- Lav et Excel-ark over medierne med kontaktinfo.
- Er der nogen i klassen, der kender en journalist? Brug jeres netværk.
- Tjek deadlines på ugeaviser. Hvornår skal avisen senest have info, hvis I skal nå at få omtale med?

STYR PÅ HISTORIEN

- Inden I kontakter medierne, skal I have helt styr på fakta.
- Hvad er det for et projekt, I deltager i? Hvem støtter I? Hvad går jeres event ud på og hvornår finder den sted? Hvordan kan man støtte? Hvordan ser det ud med anbragte børn i jeres kommune? (se næste punkt)

ANBRAGTE BØRN I KOMMUNEN

- Alle kommuner i Danmark har anbragte børn. Også jeres.
- Find ud af, hvor mange børn, der er anbragt af jeres kommune.
- Ring f.eks. til kommunen eller tjek Danmarks Statistik.
- Pointe: børnene bor 'tæt på', og jeres kampagne støtter dermed (også) lokalt.

PRESSEMEDDELELSE

- Skriv en pressemeddelelse, som I sender til medierne.
- Hvis I har styr på historien og de anbragte børn, så har I de informationer, som I skal bruge til pressemeddelelsen.
- Se bilag med tips til at skrive en god pressemeddelelse.
- Husk: Invitér pressen / journalister med til jeres event.

FOTO OG VIDEO

- Dokumentér jeres arbejde med fotos eller video.
- Lav videoer og interview hinanden.
- Husk: Folk skal give tilladelse til, at I lægger billeder af dem på de sociale medier, eller at I sender billeder til pressen.

HELD OG LYKKE MED OMTALEN :-)



Børnehjælpsdagen
- styrker børn og unge hver dag



UNGDOMSVÆRN