

# 10 gode råd

## - fælles indsats for at synliggøre og brande klynger og netværk

På Cluster Excellence Denmark's workshop om kommunikation og synlighed d. 22. april 2015 gav dagens facilitator Søren Krogsgaard gode råd om at finde og formidle jeres gode historier. Nogle af dem har vi samlet her sammen med andre gode råd til jeres bidrag til den fælles indsats for at synliggøre og brande klynger og netværk.

### 1. Fortæl mere og informér mindre

Storytelling virker. Skriv teksten som en historiefortælling i stedet for blot at informere.

### 2. Lad vinklen styre indholdet

Kun ét budskab. Lav hellere flere gode historier med forskellige vinkler ud af samme case fremfor at have flere budskaber i samme historie.

### 3. Få historien personificeret

Brug cases. Få virksomhederne til at fortælle den gode historie om udbyttet af samarbejdet med jer.

### 4. Valg af målgruppe

Definer målgruppen. Jo mere præcist målgruppen er defineret, jo større chance er der for at nå den.

### 5. Få medierne til at bide på

Alle medier vil levere nyheder. Journalisten skal kunne se en nyhed og interessant vinkel (Husk de fem nyhedskriterier: Aktualitet, Væsentlighed, Identifikation, Sensation og Konflikt). Tag evt. personlig kontakt og forklar hvorfor historien er spændende.

### 6. Sælg den gode historie

Historien skal sælges allerede i overskriften. Budskabet, nyheden og formålet skal fremkomme med det samme og give læseren lyst til at læse videre.

### 7. Skru op for det visuelle

Et billede siger mere end 1000 ord. Brug et relevant og fængende billede. Er målgruppen radio eller TV, er det vigtigt, at der er gode lyd- og billedmuligheder og eventuelt interviewpersoner, der kan gøre historien levende og nærværende.

### 8. Sproget er vigtigt

Gør teksten læsevenlig. Indholdet skal være kort og præcist med en god vekslen mellem korte og lange sætninger. Undgå at bruge fagsprog eller udtryk, der ikke er logisk for omverdenen. Husk at læse korrektur.

### 9. Hjælp journalisterne

Gør det let. Giv journalisterne en tekst der næsten er klar til tryk. Inkluder en faktaboks, vedhæft et højtopløseligt foto og kontaktoplysninger på netværket/klyngen og på virksomheden.

### 10. Brug hele paletten

Medier er andet end aviser. Fortæl historien på jeres hjemmeside, Facebook, LinkedIn, Twitter, blogs og send til lokalavisen, fagblade, de regionale radio- og tv-stationer m.fl.