**TIPS OG TRICKS TIL AT FÅ BUDSKABET UD**

*Selv gode arrangementer kan have få deltagere – ofte handler det ikke om kvaliteten, men om hvordan og hvornår vi når ud til folk. Brug denne guide til at finde udfordringen og vælge løsningen.*

***Mulige grunde til lavt fremmøde***

* **Budskabet er for neutralt eller for generelt**
  + Hvis opslag og plakater er meget praktiske, kan det mangle den *følelsesmæssige krog*, der gør, at folk får lyst til at prioritere det.
  + **Løsning**: Tal til *følelser og nysgerrighed*, ikke kun information. Fx:
  + “Vi tænder bålet – kom og få en hyggelig eftermiddag med familien” eller “Har du nogensinde prøvet at lave popcorn over bål? På lørdag kan du – helt gratis.” Fremfor åbent hus lørdag kl. 13-16”.
* **De rigtige mennesker ser det ikke – eller ser det for sent**
  + Facebook viser ikke alt til alle – især ikke begivenheder eller opslag, hvis de ikke deles personligt.
  + Plakater kan hænge steder, hvor målgruppen ikke stopper op.
  + **Løsning**:
    - Post i lokale Facebook-grupper – og i god tid.
    - Hæng plakater op og uddel flyers flere steder der kan være relevante fx biblioteker og supermarkeder
    - Mind folk om det flere gange – mange tager først beslutningen dagen før eller samme morgen.
* **Manglende genkendelighed eller relevans**
  + Folk forstår måske ikke, at arrangementet er for *dem*.
  + **Løsning**:
    - Brug billeder af *rigtige lokale børn/familier* – ikke stockbilleder.
    - Skriv direkte til målgruppen: “For dig der elsker frisk luft, hygge og leg med børnene” eller “Til familier med børn under 12 år i (*bynavn*)”.
* **Ligger datoen dårligt? Ift. andre aktiviteter**
  + Eventet kan falde samtidig med sport, fødselsdage, byfester osv.
  + **Løsning**:
    - Tjek lokale kalendere, før dato vælges.
    - Overvej samarbejde med andre arrangementer, så man deler publikum.
* **For lidt “varm kontakt” før eventet**
  + Mange events markedsføres som et “koldt opslag”, folk opdager eventet, men føler ikke en personlig relation til jer.
  + **Løsning**:
    - Skab små møder i lokalområdet op til eventet (fx en frivillig i supermarkedet med flyers og gratis skumfiduser).
    - Brug ambassadører, der personligt kan sige “Vi ses” til folk, de kender.
* **Budskabet drukner**
  + Lokale Facebook-feeds og opslagstavler bugner af info – mange scroller hurtigt videre.
  + **Løsning**:
    - Brug korte tekster, fængende overskrifter og stærke billeder/videoer, der skiller sig ud.
    - Post på tidspunkter, hvor målgruppen er online (fx 20-21 om aftenen for forældre).
    - Gentag budskabet med variation (teaser, praktisk info, reminder).

***Sådan sikrer I, at budskabet når ud til alle relevante***

* Kombinér kanaler (Facebook, hjemmeside, Instagram, Plakater/flyers) – men med forskelligt indhold til hver (ikke bare samme tekst alle steder).
* Del gentagne gange – teaser, praktisk info, reminder.
* Sæt ansigt på – folk reagerer bedre på mennesker end på logoer.
* Brug netværk strategisk – skoler, institutioner, idrætsforeninger, biblioteker.
* Lav en “sidste chance”-indsats – dag før/dagen for eventet: “Vi er klar – ses vi?”
* Evaluer efterfølgende – spørg folk, hvordan de hørte om eventet, så de ved, hvad der virker.

***Mini-strategi til at få flere med til jeres events***

**Fase 1 – 4 uger før** (planlægning)

* Planlæg, hvornår og hvor budskabet skal deles
* Lav en lille kommunikationsplan, hvor I forbereder et layout for budskabet. *Husk at, skabe en god krog til din historie med fokus på hvad modtageren får ud af det og at bruge korte, levende sætninger der taler til følelser og nysgerrighed.*
* Udpeg én ansvarlig for kommunikationen
* Udpeg ambassadører (frivillige, kendte lokale ansigter, tidligere deltagere)

**Fase 2 – 3 uger før** (aktivér det lokale netværk)

* Tag direkte kontakt til 5-10 nøglepersoner/institutioner/foreninger og lokale aktører, der kan sprede ordet og bed dem, om at dele opslaget eller hænge noget op (og gør det let for dem: giv dem tekst + billede!)
* Ring eller kig forbi i stedet for kun at sende noget digitalt – det øger chancen for samarbejde
* Placer plakater hvor folk venter: supermarkeder, tandlæge, biblioteker, fritidsklubber
* Del et ”Teaser-opslag” (fx “Snart tænder vi bålet – og du er inviteret!”)

**Fase 3 – 2 uger før**

* Del et ”praktisk opslag” (tid, sted, program)
* Lav små aktiviteter i lokalområdet, fx bål og skumfiduser på torvet, mini-workshop på biblioteket og del billeder/video fra disse aktiviteter – det skaber nysgerrighed
* Brug Facebook-begivenhed og inviter bredt (lokalgruppe, vennekreds, netværk)

**Fase 4 – 1 uge før**

* Ambassadørerne deler personlige opslag: “Vi glæder os til at se jer”
* Bed alle frivillige om at dele og invitere deres netværk.
* Del et ”reminder opslag” (husk det nu)

**Fase 5 – På dagen**

* Stories og opslag fra forberedelserne om morgenen
* Del stemning undervejs – så folk i nærheden kan nå at komme

**Fase 6 – Efter eventet**

* Efter eventet: del billeder og skriv en tak – det bygger synlighed og relationer til næste gang
* Evt. del et opslag for næste event allerede som “save the date”

**Tjekskema før næste event**

| *(sæt kryds i det, I allerede gør)* | Ja | Nej | Vil vi prøve? |
| --- | --- | --- | --- |
| Har vi tjekket for dato-konflikter? | ☐ | ☐ | ☐ |
| Har vi en følelsesmæssig krog i budskabet? | ☐ | ☐ | ☐ |
| Er målgruppen tydeligt nævnt? | ☐ | ☐ | ☐ |
| Har vi brugt gode autentiske videoer eller billeder? | ☐ | ☐ | ☐ |
| Har vi postet i lokale grupper? | ☐ | ☐ | ☐ |
| Har vi oprettet og delt det som en Facebook-begivenhed? | ☐ | ☐ | ☐ |
| Har vi aktiveret institutioner og samarbejdspartnere? | ☐ | ☐ | ☐ |
| Har vi postet teaser opslag 3 uger før? | ☐ | ☐ | ☐ |
| Har vi postet et praktisk opslag 2 uger før? | ☐ | ☐ | ☐ |
| Har vi postet reminder 1 uge før? | ☐ | ☐ | ☐ |
| Har vi taget billeder under eventet til næste gang? | ☐ | ☐ | ☐ |
| Har vi postet et takke opslag samt teaser til næste event? | ☐ | ☐ | ☐ |