



FarmDemo

**GUIDELINES FOR
KOMMUNIKATION
UNDER OG EFTER EN
DEMO-EVENT**

Forfattere: Vanev Dimitar, Triste Laure



1 Kommunikation før demo-event

- 1 Angiv potentielle deltagere og interessenter forbundet med demo-eventet.
- 2 Lav en invitation ([LINK til skabelon](#)) og dagsorden for eventet.
- 3 Formidl invitationen og dagsordenen til potentielle deltagere og interessenter mindst 2-3 uger før eventet.
- 4 Udarbejd og udskriv kommunikationsmaterialer til distribuering under demo-eventet (for eksempel information om organisationen, foldere, brochurer osv.)
- 5 Udarbejd reklamegodter fra din organisation under demo-eventet (for eksempel kasketter, poncho, kuglepenn, notesbøger osv.)



MINIMUM REQUIRED ELEMENTS FOR A FARM DEMO PROGRAMME

Welcome/introduction

Demonstration

Facilitated discussion

Participant evaluation of the demo

Clear conclusion/key messages

Time for social interaction (food and drinks)

- 6 Udarbejd en pressemeddelelse til det forestående event ([skabelon til pressemeddelelse](#)).

PRESS RELEASE

Include information to attract the attention of your target group (specific industry, specific age, specific familiarity with the demo topic, ...).

Use an active writing style.

Include all details regarding the location and date of the event.

- 7 Bekendtgør dit kommende demo-event på NEFERTITI-plattformen 2-3 uger før, eventet finder sted ([guidelines til, hvordan du annoncerer din event på NEFERTITI-plattformen](#)).
- 8 Send invitationen og pressemeddelelsen til lokale, regionale og nationale medier (radio, tv, aviser, magasiner, internetsider osv.) 2-3 uger før eventet. Hvis det er muligt, så giv dem et interview med oplysninger om værtsgården, værtslandmændene, demonstratoren og/eller demoens emne. Send den relevante information igen til medierne 3 dage før eventet.

- 9 Slå op på sociale medier som Facebook, Twitter osv. med jeres institutionelle sociale mediekonti. Første gang du slår op 2-3 uger før, og du slår op igen som en påmindelse 3 dage før eventet. For at udvide din rækkevidde kan du også slå op på NEFERTITI's sociale mediekonto:

FACEBOOK

www.facebook.com/NEFERTITI.EU

(Nefertiti - Netværk af europæiske demonstrations-farme - @NEFERTITI.EU)

TWITTER

twitter.com/NEFERTITI_EU?lang=en

(NEFERTITI@NEFERTITI_EU).

Brug hashtagget #NEFERTITIEU på Twitter..

LINKEDIN:

www.linkedin.com/company/nefertiti-h2020

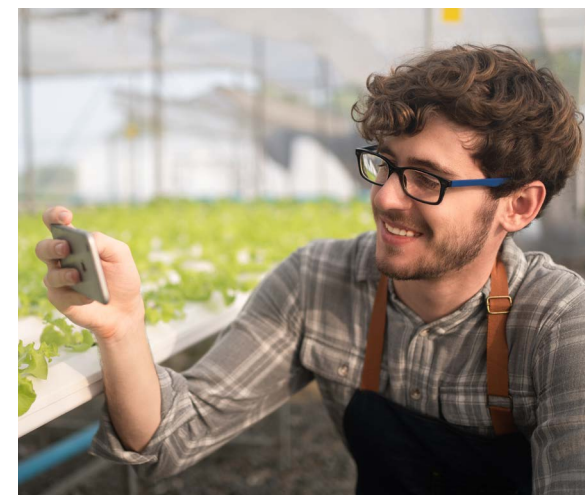
(NEFERTITI H2020)

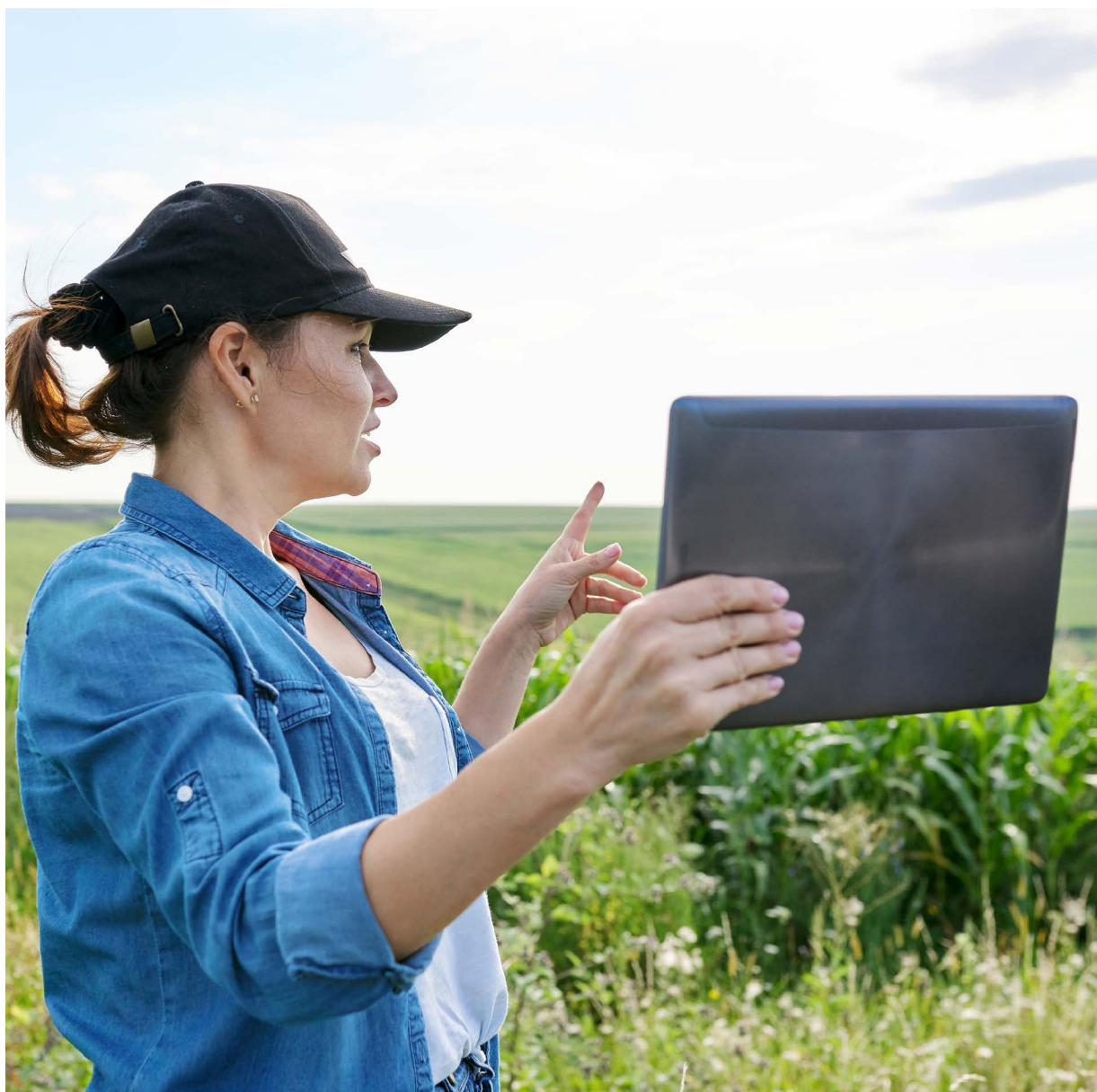
- 10 Udarbejd bannere, flag, roll-up-bannere, som skal præsenteres i løbet af demo-eventet

- 11 Udarbejd [en deltagerliste/et informeret samtykke](#) til at blive filmet og fotograferet, som deltagerne kan underskrive, når de går ind i arrangementet. Du kan tilføje en formulering for det informerede samtykke til deltagerlisten.

- 12 Udarbejd [et deltagerevalueringsskema](#) (trykt eller online), som skal distribueres blandt deltagerne på papir under/efter arrangementet eller efterfølgende sendes på e-mail. Inkluderer spørgsmål om kommunikationsstrategien.

- 13 Uddeleger opgaven med at lave fotos, videoer og opslag på sociale medier under begivenheder til nogen i organisationens team. Tænk på videoer, du ønsker at lave, så du er forberedt på at tage de rigtige billeder i løbet af eventet.





2

Kommunikationstiltag i løbet af demo-eventet

- 1 Sætte din organisations flag, roll up-banner, banner osv. op på værtsstedet
- 2 Bede deltagerne om at skrive sig på deltagerlisten og give informeret samtykke til at blive filmet og fotograferet
- 3 Udarbejde formidlingsmaterialer og godter, som kan uddeles blandt deltagerne.
- 4 Hvis journalister inviteres, så tilskriv dem et særligt tidsrum, før arrangementet starter, så de ikke forstyrrer demoorganisationen, når programmet starter. Forklar dem formålet og de forventede resultater fra eventet. Hvis dit arrangement er knyttet til et bredere projekt, så glem ikke at nævne dets formål og hovedaktiviteter.
- 5 Lave liveopslag under demo-eventet på forskellige sociale mediekanaer.
- 6 Tage billeder, og optag videoer under arrangementet.
- 7 Bede deltagerne om at udfylde deltagerevalueringskemaet.



3 Kommunikationstiltag efter demo-eventet

- 1 Udarbejde en pressemeddelelse med billeder og/eller links til videoer om resultaterne af demo-eventet ([skabelon til pressemeddelelse](#)).
- 2 Dele korte opslag om resultaterne af demo-eventet på forskellige sociale mediekkanaler – Facebook, Twitter osv. inklusive på dine institutionelle sociale mediekonti, og hvis det er relevant (og tilgængeligt på engelsk) på NEFERTITI's sociale mediekonti (se tidligere).
- 3 Lave en kort video om eventet, og del den på sociale medier og YouTube.
- 4 Analysere deltagerevalueringsskemaet (inklusive spørgsmålene om kommunikationsstrategien), reflekter over kommunikationsstrategien (nåede du dem, du gerne ville nå? Blev din kampagne opfanget af de mange mediekkanaler?), og tag erfaringer med til næste demo-event.
- 5 Gennemgå tilgængelige opfølgende kommentarer, der er lagt ud på sociale medier efter eventet.



NEFERTITI-PARTNERE



Dette projekt har modtaget støtte fra Den Europæiske Unions Horizon 2020 forsknings- og innovationsprogram under tilskudsaf tale nr. 772705.

FLERE VÆRKTØJER PÅ
trainingkit.farmdemo.eu