

**RIKTLINJER FÖR
KOMMUNIKATION FÖRE,
UNDER OCH EFTER ETT
DEMONSTRATIONSEVENEMANG**

Författare: Vanev Dimitar, Triste Laure



1

Kommunikation före demonstrationsevenemanget

- 1 Lista potentiella deltagare och intressenter i samband med demonstrationsevenemanget.
- 2 Utarbeta en inbjudan ([LÄNK till mallen](#)) och en dagordning för evenemanget.
- 3 Sprid inbjudan och dagordningen till potentiella deltagare och intressenter minst 2-3 veckor före evenemanget.
- 4 Förbereda och trycka spridningsmaterial som ska delas ut under demonstrationsevenemanget (t.ex. information om organisationen, broschyrer, foldrar, etc.).
- 5 Förbered reklamprylar från din organisation för utdelning under demonstrationsevenemanget (t.ex. kepsar, ponchos, pennor, anteckningsböcker 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 Utarbeta ett pressmeddelande för det kommande evenemanget ([mall för pressmeddelande](#)).

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 Meddela ditt kommande demoarrangemang på NEFERTITI-plattformen 2-3 veckor innan arrangementet äger rum ([riktlinjer för hur du meddelar ditt arrangemang på NEFERTITI-plattformen](#)).

- 8 Skicka inbjudan och pressmeddelandet till lokala, regionala och nationella medier (radio, TV, tidningar, tidskrifter, webbplatser osv.) 2-3 veckor före evenemanget. Om möjligt, ge dem en intervju med information om värdgården, värdbönderna, demonstratören och/eller ämnet för demonstrationen.

Skicka återigen lämplig information till medierna tre dagar före evenemanget.

- 9 Publicera på sociala medier som Facebook, Twitter osv. med dina institutionella konton för sociala medier. Första gången lägger du ut 2-3 veckor innan och lägger ut igen som en påminnelse 3 dagar innan evenemanget. För att öka din räckvidd kan du också publicera på NEFERTITI:s konto i sociala medier:

FACEBOOK

www.facebook.com/NEFERTITI.EU

(Nefertiti - Nätverk för europeiska demonstrationsgårdar - @NEFERTITITI.EU)

TWITTER

twitter.com/NEFERTITI_EU?lang=en

(NEFERTITI@NEFERTITI_EU).

På Twitter kan du använda hashtaggen: #NEFERTITIEU.

LINKEDIN:

www.linkedin.com/company/nefertiti-h2020

(NEFERTITI H2020)

- 10 Förbereda banderoller, flaggor och roll-ups som ska presenteras under demonstrationen.

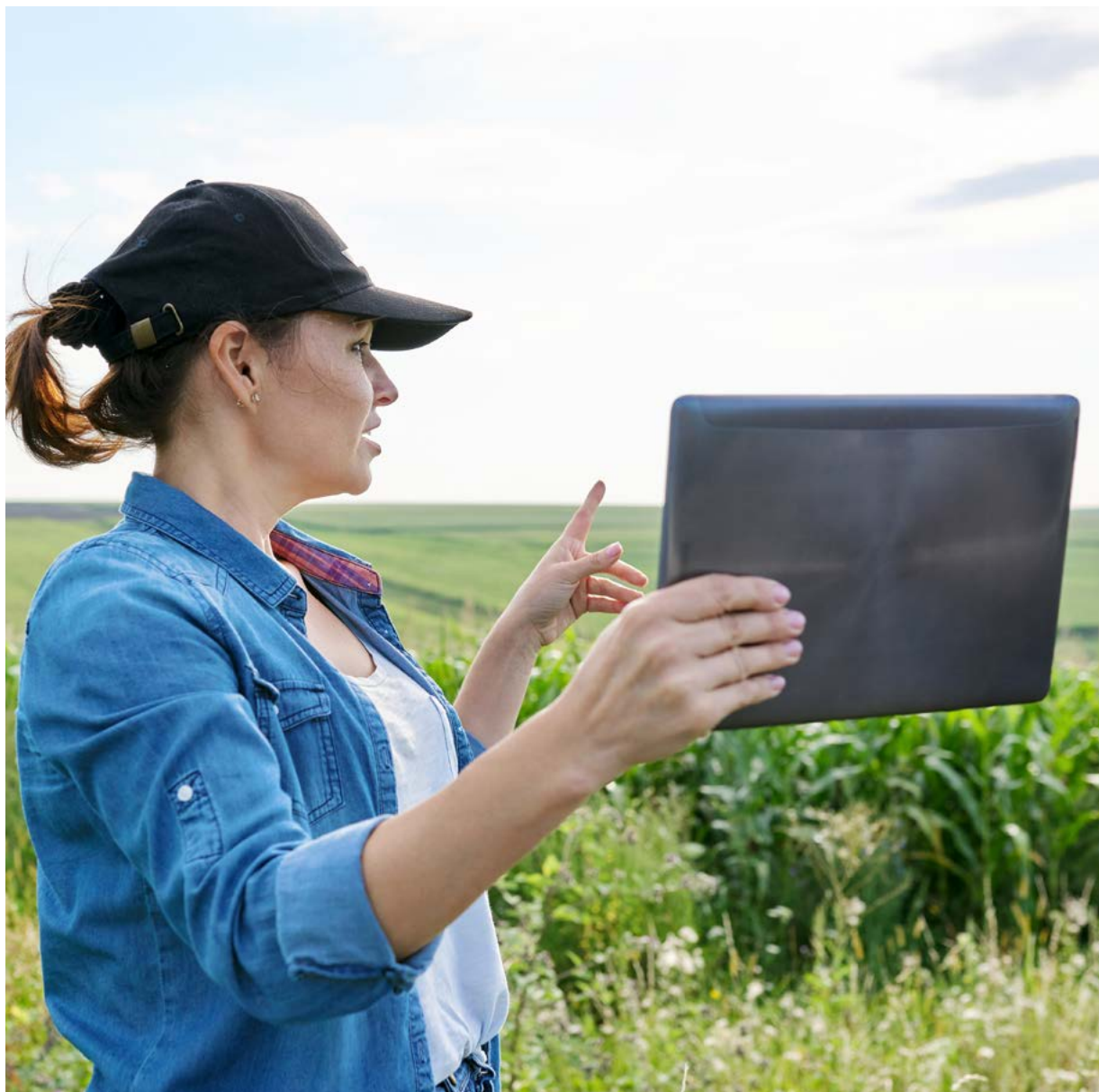
- 11 Förbered en deltagarlista/ett informerat samtycke till att bli filmad och fotograferad som deltagarna ska skriva under när de kommer in i evenemanget.

Du kan lägga till en formulering för det informerade samtycket i närvarolistan.

- 12 Förbered ett utvärderingsformulär för deltagarna (på papper eller online) som delas ut till deltagarna på papper under/efter evenemanget eller skickas via e-post efteråt. Inkludera frågor om kommunikationsstrategin.

- 13 Ge någon i organisationsgruppen i uppdrag att göra foton, videor och inlägg i sociala medier under evenemanget. Tänk på de videor du vill göra, så att du är förberedd på att ta rätt bilder under evenemanget.





2. Kommunikations- åtgärder under demonstrations- evenemanget

- 1 Sätt upp organisationens flagga, roll-up, banner etc. på värdplatsen.
- 2 Be deltagarna att skriva på deltagarlistan och ge sitt samtycke till att bli filmade och fotograferade.
- 3 Förbered informationsmaterial och godbitar för spridning som delas ut till deltagarna.
- 4 Om journalister är inbjudna, ge dem en särskild tidslista innan evenemanget börjar, så att de inte stör demoorganisationen när programmet börjar. Förklara för dem syftet och de förväntade resultaten av evenemanget. Om evenemanget är kopplat till ett större projekt, glöm inte att nämna dess syfte och huvudsakliga aktiviteter.
- 5 Gör live-inlägg under demonstrationsevenemanget på olika sociala medier.
- 6 Ta bilder och gör videor under evenemanget.
- 7 Be deltagarna att fylla i utvärderingsformuläret.



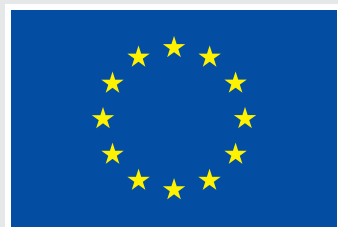
3

Kommunikations- åtgärder efter demonstrations- evenemanget

- 1 Ta fram ett pressmeddelande med några bilder och/eller länkar till videor om resultaten av demonstrationsevenemanget ([mall för pressmeddelande](#)).
- 2 Dela korta inlägg om resultaten av demonstrationsevenemanget på olika sociala medier - Facebook, Twitter etc., inklusive på dina institutionella sociala medier och om det är relevant (och tillgängligt på engelska) på NEFERTITI:s sociala medier (se tidigare).
- 3 Gör en kort video om evenemanget och dela den på sociala medier och YouTube.
- 4 Analysera deltagarnas utvärderingsformulär (inklusive frågorna om kommunikationsstrategin), reflektera över kommunikationsstrategin (nådde du ut till dem du ville nå?, Blev din kampanj uppluckad av flera mediekkanaler?) och dra lärdomar inför nästa demo-evenemang.
- 5 Granska tillgängliga uppföljningskommentarer som publicerats på sociala medier efter evenemanget.



NEFERTITI-PARTNERS



Detta projekt har mottagit finansiering av Europeiska unionens forsknings- och innovationsprogram Horisont 2020 enligt bidragsavtal N°772705.

FLER VERKTYG PÅ

trainingkit.farmdemo.eu