



EUROPEISKA VECKAN FÖR YRKEskompetenser



2019

Verktvög för medierelationer

#DiscoverYourTalent

Systemättning,
socialpolitik och
inkludering

Om verktygen för medierelationer

Om du är intresserad av att vara en del av Europeiska yrkeskompetensveckan 2019 och vill marknadsföra evenemang och aktiviteter, är de här verktygen något för dig. De vägleder dig genom de olika medier som du kan använda för att sprida information om veckan, och lyfter fram fördelarna med yrkesutbildning (vocational education and training, VET) i Europa.

Verktygen består med följande:

- Tips och råd om hur du närmar dig media och hur du får din berättelse att sticka ut.
- Vägledning i hur du förbereder ett pressmeddelande och en mall som du kan anpassa och skicka.
- Källor till fakta och statistik.
- Tips för att genomföra intervjuer i media.



Varför ska du berätta för media om ditt bidrag till den europeiska yrkeskompetensveckan?

De tre första europeiska yrkeskompetensveckorna var mycket lyckade och Europeiska kommissionen organiserar nu den fjärde i raden för att fortsätta öka medvetenheten kring yrkesutbildning. Den officiella veckan äger rum den 14–18 oktober 2019, men hundratals evenemang och aktiviteter relaterade till yrkesutbildning organiseras runt om i hela Europa under året. Det här europeiska evenemanget kommer att äga rum i Helsingfors.

Veckan och dess kommunikationskampanj sammanför utbildningsleverantörer, organisationer i det civila samhället, offentliga myndigheter, företagsorganisationer och en bredare allmänhet för att höja statusen på yrkesutbildning i Europa. Veckan syftar till att belysa de många möjligheter som yrkesutbildning har att ge ungdomar och vuxna samt det värde som yrkesutbildning tillför ekonomin och framtidens arbetsmarknad och kompetens. Årets tema är "Yrkesutbildning för alla – färdigheter för livet", så de positiva, inkluderande och livslånga aspekterna av yrkesutbildning är i fokus.

Du kan använda mediabevakning för att marknadsföra evenemang/aktiviteter och visa hur de passar in i temaveckan. Detta resulterar i att fler får reda på att evenemanget/aktiviteten äger rum, och motiverar dem att delta. Mediabevakning kan också öka kännedomen om din organisation bortom dina befintliga nätverk, samtidigt som budskapet om evenemanget och temaveckan sprids vitt och brett. Det bidrar till ökad medvetenhet och till att förändra uppfattningar om yrkesutbildning i ditt land.

Följande medier kan vara intresserade av temaveckan:

Lokaltidningar, webbplatser och bloggar



Kontakta lokaltidningar, webbplatser och bloggar innan evenemanget eller aktiviteten börjar för att uppmuntra människor att delta. Ett bra tips är att skicka ut ett pressmeddelande ungefär två veckor före evenemanget, plus en påminnelse några dagar innan. För att få mer hjälp att uppmärksamma evenemanget/aktiviteten kan du även kontakta de medier som du vill ska bevaka evenemanget. Olika medier föredrar olika sätt. Vissa vill skriva om evenemanget innan det äger rum medan vissa föredrar att närvara och sedan skriva om upplevelsen.

Evenemangskalendrar



Då människor ofta är angelägna om att höra om händelser som äger rum i deras närområde är evenemangskalendrar ett bra sätt att uppmuntra till deltagande. Varje kalender har olika krav, så du måste göra en del efterforskningar om hur du beskriver ditt evenemang på bästa sätt.

Rikstäckande tidningar



Rikstäckande tidningar kan vara intresserade av att veta mer om veckan och alla händelser och aktiviteter som äger rum. Fakta och statistik som är relevanta för en allmän publik, citat och intressanta intervjumöjligheter bidrar till att fånga dessa mediernas intresse.

Specialiserade publikationer



Specialiserade publikationer kan också vara intresserade av att höra om temaveckan. Du bör närma dig dessa så tidigt som möjligt eftersom deras redaktionskalendrar ofta blir fullbokade i förtid. Om informationen du delar med dessa publikationer är mer teknisk och innehåller någon intressant expert eller rekommendationer kan det skapa ett intresse.

Radio och TV



Radio och TV kanske är intresserade, särskilt av de livligare och ovanligare evenemangen eftersom dessa gör sig bra på film och för inspelning.



Relationer med media

Här är en enkel checklista som du kan följa för att få mer uppmärksamhet i media för ditt evenemang och veckan i stort. Den följs av mer ingående tips och råd.

Checklista för mediarelationer

- ✓ Bestäm dig för vilka medier du vill närma dig.
- ✓ Anpassa pressmeddelandemallen med information om ditt evenemang.
- ✓ Lägg till intressanta och relevanta lands-/regionsspecifika berättelser och uppgifter.
- ✓ Dela bilder, videor, citat, infografik osv. som kan publiceras.
- ✓ Fundera ut vem som skulle kunna vara ett potentiellt intervjuobjekt.
- ✓ Skicka ut pressmeddelandet samt foton till mediakontakter via e-post.
- ✓ Följ upp med ett telefonsamtal till de viktigaste medierna.
- ✓ Skicka med ditt namn och dina kontaktuppgifter så att du kan svara på frågor.
- ✓ Se till att välkomna journalister på plats och presentera dem för intressanta människor.

Identifiera vilka medier du ska närma dig

Det första steget är att identifiera vilka medier som bevakar ditt lokalområde eller din region. Sedan kan du ta reda på kontaktuppgifterna till journalisterna som bevakar lokala evenemang, sysselsättnings- och utbildningsfrågor, socialpolitik eller EU-frågor genom att gå in på deras webbplatser eller ringa till deras kontor. Undersök även hur du skickar evenemanget till evenemangskalendrar.

Tips: En bra kontaktlista är det första steget mot en lyckad mediebevakning. Evenemanget får ännu mer synlighet om du får med det i evenemangskalendrar.



Förbereda ett pressmeddelande

Det bästa sättet att informera media är att skicka ut pressmeddelanden. Som utgångspunkt kan du använda Europeiska yrkeskompetensveckans mall för pressmeddelanden som är tillgänglig på webbplatsen. Välj en mall på det önskade språket och ange sedan information om evenemanget/aktiviteten, inklusive all regionsspecifik information som du tycker är intressant och relevant.

Majoriteten mediaföretag föredrar att få pressmeddelanden i form av brödtext i ett e-postmeddelande, inte som en bilaga, så kopiera och klistra in pressmeddelandet i e-postmeddelandet innan du skickar det.

Tips:

- Placera den viktigaste informationen först. Försök att alltid svara på vad, vem, när, var och varför.
- Använd korta meningar och ett dynamiskt språk.
- Undvik jargong och specialistspråk och förklara förkortningar.
- Kom ihåg att inkludera citat och statistik.
- Skicka med ett foto som journalisterna kan använda (endast bilder som de kan publicera utan att inkräkta på upphovsrätt eller personuppgiftsrättigheter)
- Inkludera dina kontaktuppgifter så att du kan besvara frågor.



Väcka liv i pressmeddelandet

Syftet med pressmeddelandet är att förse journalister med relevant information med nyhetsvärde samt material som de kan publicera, t.ex. foton, videor, framgångshistorier, citat, infografik, fakta och statistik.



Visuella effekter till kampanjen för den europeiska yrkeskompetensveckan: Dessa ska läggas till i alla pressmeddelanden för att visa att evenemanget hör ihop med temaveckan. De visuella effekterna finns tillgängliga på [webbplatsen](#).



Evenemangsfoton: Foton från tidigare evenemang passar utmärkt att ta med i pressmeddelanden. Det är därför bra att alltid se till att personer som deltar i evenemangen vet om att de fotograferas och förstår hur bilderna kan komma att användas. Du kan informera om detta genom att lägga till en mening om det på inbjudningar eller biljetter. Du kan också sätta upp affischer om detta på plats. Det är viktigt att respektera att vissa kanske inte vill att de eller deras barn fotograferas. Det kan vara bäst att fokusera på gruppbilder där enskilda personer inte kan identifieras eftersom de annars måste godkänna publicering genom att underteckna en blankett.



Foton från offentliga domäner: Om du använder bilder från internet ska du beakta eventuella upphovsrättskrav. För att vara på den säkra sidan kan du välja bilder som är allmän egendom från webbplatser som [Pixabay](#) och [Unsplash](#), eftersom deras licensbegränsningar är enkla att följa.



Videoklipp: Inkludera en länk till temaveckans videoklipp som finns på webbplatsen, varav vissa har textning på alla EU-språk. Video fångar effektivt människors intresse och kan användas av TV-kanaler och i onlineutgåvor av lokala och rikstäckande tidningar.



Inspirerande historier: Välj berättelser i biblioteket [Share Your Stories](#) och återanvänd innehåll från temaveckans webbplats för att föra fram budskapet om yrkesutbildning, temaveckan och ditt evenemang.



Citat: Det är bra att inkludera ett citat i pressmeddelandet. Citatet kan hämtas från personer som ska tala på evenemanget, experter i din organisation eller omdömen från medverkande.



Fakta och statistik om yrkesutbildning: Dessa kan vara regionala, landsspecifika eller gälla hela EU.

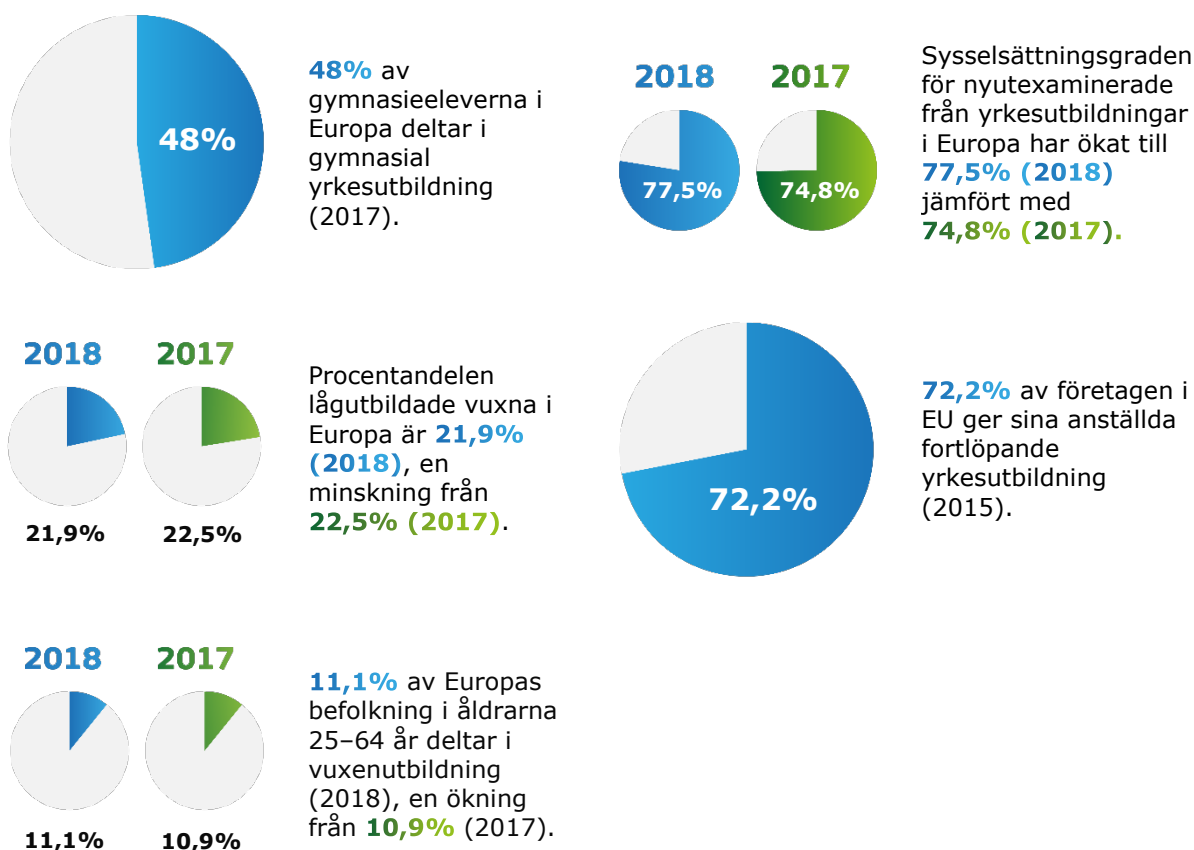
Insamling av fakta och statistik

Din organisation kanske har tillgång till intressanta och relevanta fakta och statistik. Alternativt hittar du några europeiska källor här med fakta och statistik för olika länder som kan vara till hjälp. Kom ihåg att alltid ange källan:

- Utbildningsöversikt 2018: landsrapporter, faktablad och infografik (GD EAC).
- Landsrapporter om yrkesutbildning i Europa (Cedefop).
- World TVET-databas – landsprofiler (International Centre for Technical and Vocational Education and Training, UNEVOC samt UNESCO).
- UOE-utbildningsdatabas (UNESCO, OECD och Eurostat).
- Statistik om yrkesutbildning (Eurostat).
- Statistik om vuxenutbildning (Eurostat).

Du kan även kontakta de nationella myndigheterna för yrkesutbildning eller utbildning och arbete i allmänhet i ditt land, eftersom de förmodligen har nationella rapporter om yrkesutbildning.

Statistik på EU-nivå kan ge intressanta jämförelser och Eurostat är en bra källa för sådana uppgifter:



Skicka pressmeddelandet

Du bör skicka pressmeddelandet till **lokala medier** och **dagstidningar** cirka två veckor före evenemanget. Det är också en god idé att skicka en påminnelse en eller två dagar före evenemangsstarten.

Till **specialistpublikationer** och tidskrifter bör du skicka pressmeddelandet tidigare eftersom deras redaktionella kalender kan bokas upp i för tid.

Du kan även skicka evenemanget till **evenemangskalendrar** upp till en månad i förväg beroende på kalendrarnas inställningar.

Skapa relationer med journalister

Det kan generera en större mediabevakning att etablera goda relationer med journalister. Förutom att skicka pressmeddelanden kan du ringa upp och bjuda in dem till att bevaka evenemanget. Se till att fråga om de har några specifika krav och att du skickar en påminnelse före evenemangsstarten. Låt någon välkomna dem på plats när det väl är dags, och se till att de har all information de behöver. Det kan också vara bra att dela ut några kopior av broschyren för Europeiska yrkeskompetensveckan 2019. Broschyren finns på webbplatsen.

Genomföra lyckade intervjuer

Intervjuer kan utföras personligen under evenemanget, via telefon eller via e-post. Vid en intervjuförfrågan finns det några grundläggande saker att tänka på.



Tips:

- Ge journalisten bakgrundsinformation om din organisation och Europeiska yrkeskompetensveckan. Information om veckan, dess bakgrund samt teman för 2019 finns på [Europeiska yrkeskompetensveckans webbplats](#).
- Bestäm dig på förhand för vad du vill säga. Gör några stödanteckningar som du kan kika på under intervjun.
- Fokusera på nyckelbudskapen som du vill förmedla och presentera dina huvudpunkter först.
- Var kortfattad och använd exempel och personliga historier för att få din berättelse att sticka ut.
- Lämna dina kontaktuppgifter om reportern behöver dubbelkolla någon information.
- Du kanske vill att någon annan ska intervjuas, till exempel en talare på evenemanget eller någon som kan ge ett omdöme. Bestäm dig i så fall för vem som skulle vara bäst lämpad för uppgiften. Kolla upp om det är okej med dem att bli kontaktade av pressen och informera dem om vad de ska prata om samt vilka temaveckans huvudbudskap är. Boka sedan in en intervju, antingen ett personligt möte eller via telefon, samt en intervjutid med journalisten.



Användbara verktyg

- **Europeiska yrkeskompetensveckans mall för pressmeddelanden:** Finns på alla EU:s nationella språk och är redo att anpassas och skickas ut.
- **Biblioteket Share Your Story:** Full av intressanta framgångshistorier som du kan använda. Du får gärna lägga till egna berättelser här!
- **Kampanjens visuella tillgångar:** Visa att dina foton och berättelser är en del av temaveckan.



Vanliga frågor

Hur kan jag göra min berättelse attraktivare för media?

Tänk på att journalister gillar historier ur verkligheten. Personliga berättelser, citat och statistik gör att ditt pressmeddelande sticker ut.

Tillhandahåller Europeiska kommissionen kontaktuppgifter till media?

Nej. Eftersom veckan och den tillhörande kampanjen äger rum i alla EU:s medlemsländer, EES och kandidatländerna är detta inte möjligt. De här verktygen utgör en grund för hur du skapar en bra mediadatabas och innehåller tips om hur du skapar bra relationer med journalister.

Jag har ytterligare några frågor – vart kan jag vända mig?

Du kan skicka e-post till oss på info@vocationalskillsweek.eu eller ringa oss på +44 (0)207 444 4264. Alternativt kan du kontakta oss på sociala medier, via kontona nedan.



Kontakta oss

Vi hjälper gärna till med frågor som du kanske har om medierelaterade aktiviteter.

E-post: info@vocationalskillsweek.eu

Telefon: +44 (0)207 444 4264