

Ulkoiset viestintä

Tiedottajan tehtävien luonnostelua ja "perinteisessä" mediassa tiedottaminen pitkälti Finncon-Animecon 2009:n pohjalta

Ella "Dyn/snorri" Peltonen 10.4.2010 @concon

Noin puoli vuotta ennen conia

- lehdistötiedote nro 1: mitä tapahtuu, milloin, missä, teemat, kunniavieraat, kuinka paljon väkeä odotetaan paikalle, onko con uusi vai onko sillä perinteitä, muuta vetävää...
- kuka tai ketkä antavat lisätietoja (s-posti, puhelin)
- mietitään, onko tarvetta eri kielisille tiedotteille
- levitetään mahdollisimman laajalle: vastaanottajan ei tarvitse olla valmiiksi kiinnostunut conin aiheesta, kunhan saadaan nyt kiinnostumaan
- älä ajattele, ettei con kuuluisi jonkin median aihepiiriin: ylimääräinen sähköposti ei häiritse niin paljoa, ja varsinkin kesäisin on jutuista pulaa

Spämmäilyn mahdolliset uhrit

- isot uutistoimistot STT ja YLE
 - isot lehdet: Hesarit, Aamulehti...
 - maksulliset ja maksuttomat paikallislehdet
 - kaupunki- ja ilmaisjakelulehdet
 - erilaiset kirjallisuus-, kulttuuri- ja harrastelehdet
 - naistenlehdet, nuorten lehdet, poliittiset...
-
- internet auttaa lehtien löytämisessä
 - voidaan osoittaa joko suoraan tietyille toimittajalle, yleisesti kulttuuri@esimerkkilehti.fi-osoitteeseen tai sitten sekä että!
 - tee lista sähköposteista, joita on käytetty ja talleta
 - vetävät ja houkuttelevat otsikot

Lähikuukaudet ennen conia

- Lehdistötiedotteet 2 - n kun on jotain uutisoitavaa, uusia yllättäviä vieraita, yleistä meuhkaamista ja muistuttelua
- Pyydä toimittajat paikalle tapahtumaan
- Sovi etukäteishaastatteluja ja teemajuttuja conin aiheesta jo ennen itse tapahtumaa
- Tapahtumakalenterit ja kesäliitteet: näitä julkaisee jos jonkinlainen tahon. Tyrkytä kuvaa, niin erottuu sivulla paremmin! Deadlinet usein jo keväällä
- Telkkariväkeä paikalle: paikallisuutiset (eri asia kuin valtakunnan uutiset, tekee helpommin juttuja tapahtumista), pääuutisten loppukuvat, ajankohtaisohjelmat, nuorten kesäohjelmat (Summeri etc)

Mediakortti kotisivuilla

- Vielä kerran tiivistetysti mitä ja missä - kuvittele, että tämä on ainoa sivu, joka sivustosta luetaan
- Tiedottajan yhteystiedot, eritoten puhelinnumero
- Painolaatuisia pressikuvia: sekä mainosmatskua että aitoja valokuvia esim. aiemmista tapahtumista
- Liitteinä kaikki jo julkaistut tiedotteet
- Tieto siitä, miten tapahtumaan akkreditoidutaan, vaikka tapahtuma olisi maksuton. Mistä saa mediapassin, miten pääsee jonojen ohi jne.

1-2 viikkoa ennen conia

- Lehdistötilaisuus: antaa ainakin hyvän kuvan sponsoreille, mutta tarpeellisuus kannattanee mieltä erikseen esim. koko conitean kokouksessa
- Otetaan yhteyttä eri radiokanaviin ja sovitaan mahdollisista jutuista sekä ennen conia että sen aikana: juontajat kaipaavat usein ajankohtaista hölistävää, haastattelut onnistuvat puhelimitse
- Yksi henkilö (=tiedottaja) päivystää puhelimen ja sähköpostin ääressä eritoten päiväsaikaan
- Sovitaan kunniavieras- yms. haastattelut yhdessä vieraista vastaavien henkilöiden kanssa
- Sovitaan mahdollisesta televisioinnista kuvattavien ohjelmien vetäjien kanssa

Conin aikana

- Tiedottajalla jatkuva yhteys ulkomaailmaan ja tapahtumassa oleviin toimittajiin, jos apua kaivataan
- Conin aikana blogipostaukset voivat riittää tiedotteiksi, mutta jos con on useampipäiväinen, myös varsinaisia tiedotteita voi mieltää
- Mediahuomio on asia, joka riippuu ihan kaikesta: säästä, ison maailman tapahtumista, conpaikan sijainnista jne. Tiedottamalla voi pedata näkyvyyttä, mutta jos huomio mediassa jää tästä huolimatta vähäiseksi, se ei ole tiedotuksen vika

Välittömästi conin jälkeen

- "Tällainen con oli" -tiedote: kävijämäärä tai -arvio, fiilishöpinää, rikottiinko ennätyksiä/odotuksia, missä/milloin seuraava samanniminen con on jos on
- Painokelpoisia pressikuvia nettiin: jutut conista tulevat lehtiin seuraavana aamuina, ts. painossa pitää olla edellisenä iltana
- Kuoppauksista etc. juhlista huolimatta tiedottaja kyttää sähköpostiaan kuvapyyntöjen varalta
- Mikäli conissa tapahtui jotain hämmentävää tai odottamatonta (onnettomuus tms), sovitaan yhdessä coniteassa, kuka vastaa ja millä tavalla mahdollisiin median kysymyksiin

Jonkin ajan kuluttua

- Kootaan mediaseuranta: lehtileikkeet kaikesta, mitä conissa on kirjoitettu, linkit netissä oleviin videoihin ja nettiuutisiin, tärkeimpiin blogeihin, isoimmille keskustelualueille jne.
- Mediaseuranta antaa sponsoreille ja rahoittajille hyvän kuvan siitä, mitä rahoilla on tehty; samalla kerätään arvokasta con-historiaa
- Jos kävijämäärä tarkentuu arviosta merkittävästi, se voidaan uutisoida tiedotteella

Seuraavia coneja varten

- Talletetaan yhteystiedot kaikista tahoista, joihin on tiedotuksessa oltu yhteydessä: eritoten niistä, jotka kirjoittivat tapahtumasta ja olivat kiinnostuneita
- Lehtien yleiset osoitteet ovat hyviä, sillä ne eivät muutu vaikka henkilöstö vaihtuisi. Mukavan toimittajan nimen voi poimia talteen, mutta on riski, että hän on vuoden päästä aivan eri töissä
- Säilytetään kuvamateriaalia, seuraava con tarvitsee sen pressikuviksi
- Kaikki tässä vaiheessa tehty työ helpottaa seuraavan conin tiedottamisen käynnistämistä