

PR strategi og aktivitetsplan

MÅLGRUPPEBESKRIVELSER

Unge, unge voksne og voksne privatpersoner med hang til de hårdere genrer af rockmusikken og DIY-kultur. Kan både have forkærlighed for 70'ere og 80'ere punk og subkultur og/eller nutidens bevægelser inden for ligestilling, musik og skate-kultur. Primært personer, der bakker op om at man ikke nødvendigvis er virtuos eller perfekt, når man optager plads på en scene, på en plads i byen, bag baren eller bag scenen. I stedet går målgruppen op i at kæmpe for alles rettigheder, i at skabe plads med tryghed, elsker en god sang, kommer med god energi og påskønner, at man deler, når man har noget på hjertet. Målgruppen indeholder også mennesker, der er engagerede i initiativer, foreninger og/eller virksomheder, der arbejder med ligestilling og ønsker at samarbejde.

LØBENDE PR OG PROMO AKTIVITETER

Vi promoverer eventet via sociale medier med content bites - små videoer med klip fra tidligere arrangementer, med annonceringer af medvirkende, samarbejdspartnere og med små promo push konkurrencer som opslag. Content bites og opslag vil blive knyttet op til samarbejdspartneres Facebook og Instagram for at skabe så meget synlighed som muligt. -

Der er oprettet en rabatkode til entré til programmet på Stengade, som Obviously og The Luna Riot Ball kan uddele blandt relevante og inviterede nøglepersoner i skate- og musikmiljøer, som fx frivilligkoordinatorer m.fl..

AKTIVITETER MED DEADLINE JUNI

Der skal udformes et pressekit med en standard pressemeddelelse, der forklarer arrangementet, hvem arrangørgruppen er og vores vision. Pressemeddelelser skal tilpasses modtagere, og indeholde det relevante materiale (billeder, links og kontaktinformation m.m.). Der skal printes flyers og plakater til promovering af event og information til beboere og virksomheder i lokalområdet. Der skal laves en infopakke til kommende frivillige med oversigt over opgaver, rolle- og ansvarsfordeling.

AKTIVITETER JUNI - JULI-AUGUST

Udsendelse af pressemeddelelser i juni, juli og august. Infomøde for frivillige med omdeling plakater og flyers i lokalområdet samt opslag med information om arrangement og arrangørgruppe i Blågårdsgade handelsstandsforenings Facebookgruppe: Alle kender Blågårdsgade.