

Mediaguide

En mediaguide laget av Atle Gulbrandsen for NBF Talentutvikling i 2015 som belyser noen viktige elementer i vårt arbeide med media, sponsorer, osv.



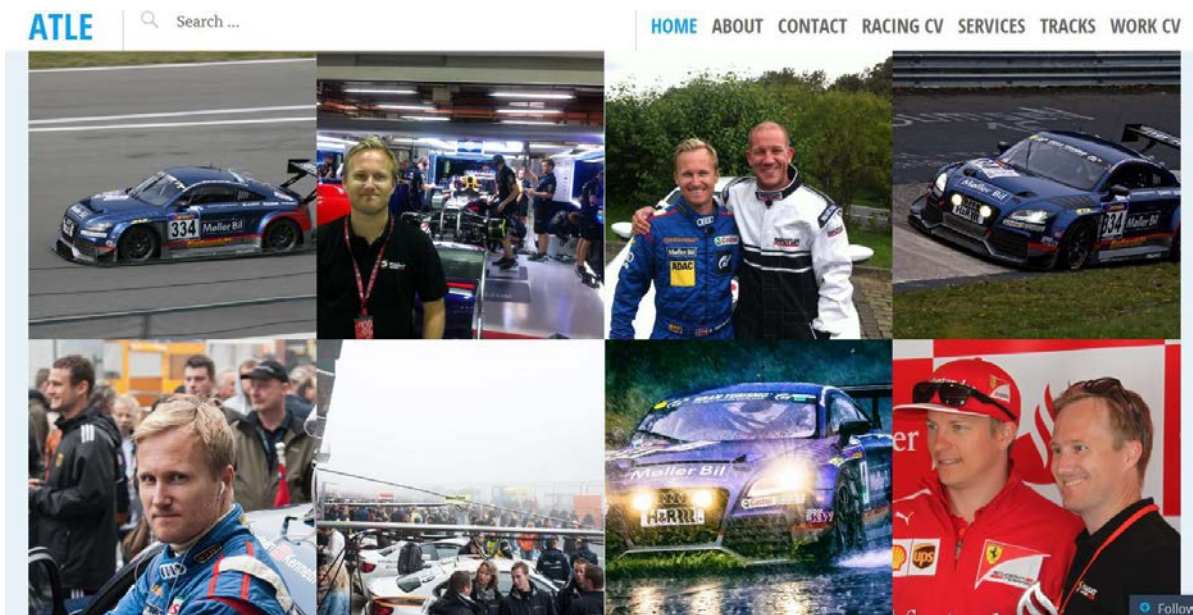
Det aller viktigste for å lykkes som bilsportsutøver er å kjøre fort med bil! Men det er også viktig hvordan man oppfører seg utenfor bilen, både for å tiltrekke seg muligheter hos ulike team, sponsorer og medieoppmerksomhet.

I denne guiden kommer jeg med noen tips om hva man bør gjøre for å skape positivt oppmerksomhet om seg selv. Jeg har brukt mine egne erfaringer som eksempel, men husk at alt ikke passer for alle, og at man alltid må finne sin egen stil.

Innhold:

Side 2:	Webseite
Side 3, 4, 5:	Sosiale medier
Side 6, 7, 8:	Pressemeldinger
Side 9:	Intervjuer
Side 10, 11:	Proaktiv mediakontakt

1: Webside



Gen webside er ikke like viktig som den en gang var, nå er det sosiale medier som har tatt mer over.

Likevel vil jeg anbefale alle utøvere å ha en enkel webside med bakgrunnsinformasjon, kontaktinformasjon, noen bilder og litt nyheter om hva som skjer.

Har man internasjonale ambisjoner bør denne websiden være på engelsk. Og.....husk at det er viktig at den blir oppdatert. Er den siste nyheten fra et løp kjørt et halvt år i forveien, så vil utøveren fremstå som uprofesjonell.

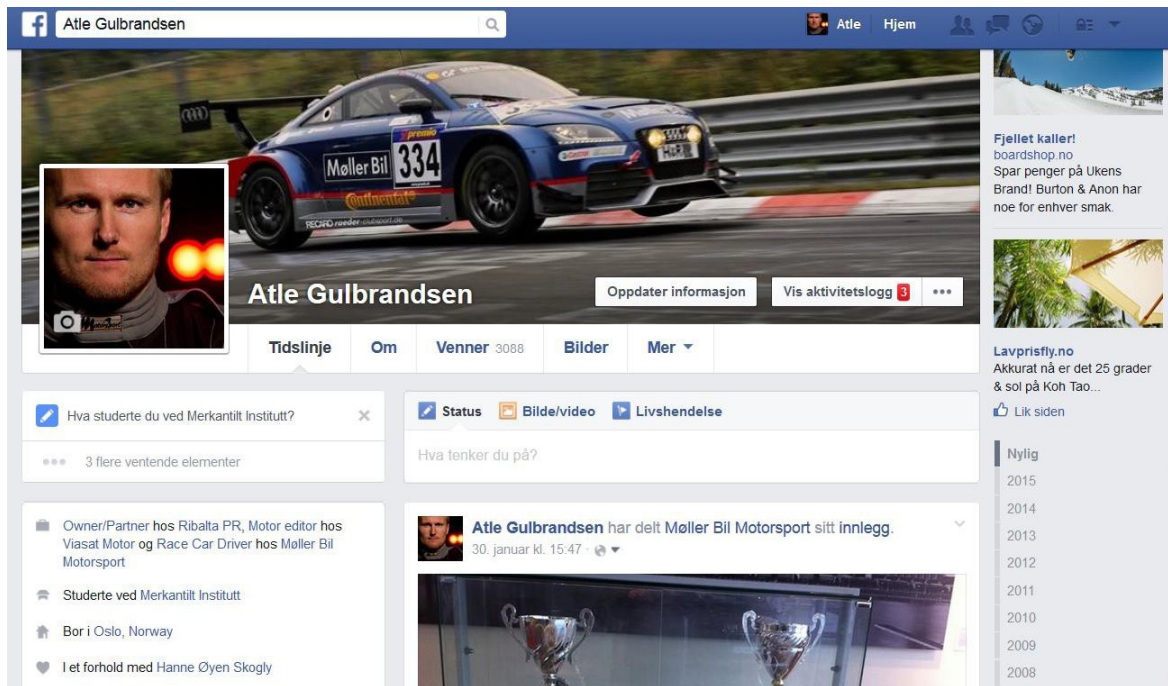
Se gjerne min egen webside, www.atlegulbrandsen.com, som eksempel. Den har jeg laget selv med en gratis template fra wordpress.com.

2: Sosiale medier

Skal man lykkes med sosiale medier er det et par tips man bør ha i bakhodet.

Man må være personlig, man bør oppdatere sine profiler selv og det bør oppdateres relativt ofte.

A: Facebook:



I Norge er Facebook det viktigste sosiale mediet, og som bilsportsutøver bør man være på Facebook for å promotere sin egen karriere. I tillegg til sin egen personlige profil velger noen også å opprette sin egen "side", slik at de kan få enda flere tilhengere på Facebook. Da er det smart å ha to forskjellige navn på disse, som for eksempel den personlige profilen "Andreas Bakkerud Privat" og fan-siden "Andreas Bakkerud".

Er man svært populær, som Fredric Aasbø (180 000 tilhengere på Facebook) eller Petter Solberg (420 000 tilhengere på Facebook) sier det seg selv at man trenger en såkalt egen "side", ettersom man maksimalt kan ha 5000 venner på sin personlige profil.

For min egen del har jeg valgt å kun ha en personlig profil, da jeg føler det holder for mitt bruk. Jeg har sørget for at jeg har adressen www.facebook.com/atlegulbrandsen - med mitt eget navn i ett ord etter skråstreken, akkurat som i mitt domene på min website.

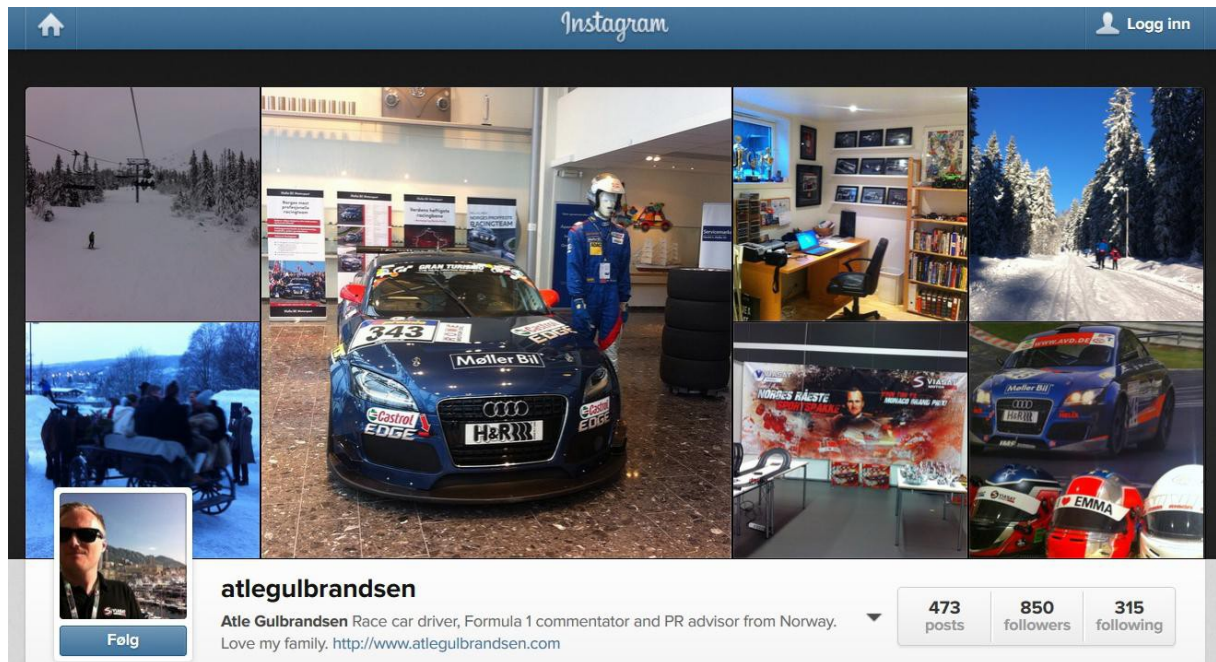
B: Twitter



Det er ryddig å ha nesten samme adresse på alle sosiale medier, så min twitter profil er www.twitter.com/atlegulbrandsen eller @atlegulbrandsen

Twitter er ikke så utbredt i Norge, men det er veldig stort i utlandet. Så har man internasjonale ambisjoner er det lurt å være på Twitter. Man kan dele mye av den samme informasjonen på alle sosiale medier man bruker.

C: Instagram



Billedelingstjenesten Instagram blir mer og mer populært, og også her bør man ha samme adresse som på de andre sosiale mediene man bruker. Jeg er derfor @atlegulbrandsen på Instagram, og man kan finne hele min profil på www.instagram.com/atlegulbrandsen

Det som er fint med Instagram er at det er veldig enkelt å bruke det samme bildet man legger ut på Facebook og Twitter. Kun ved å huke av for disse før man publiserer.

Til slutt: Husk å svare fansen som henvender seg til deg på sosiale medier!

3: Pressemeldinger

Å skrive pressemeldinger er en fin måte å orientere presse, sponsorer, fans og andre interessenter om hva man driver med. Noen sender pressemeldinger i forkant og etterkant av alle løp, mens andre sender kun i etterkant. Dette har med tid og ressurser å gjøre.

Er du god i norsk skriftlig kan du skrive pressemeldinger selv. Føler du deg usikker på hvor sterk du er skriftlig bør man få noen som er flinke med språk til å skrive pressemeldingene for seg, eller eventuelt lese gjennom. På den måten slipper mottaker å rette opp teksten og på den måten spare tid.

Hvis man skriver pressemeldinger selv kan man enten skrive i førsteperson;

"Til helgen skal jeg kjøre årets første VLN-løp, og jeg gleder meg".

Eller man kan skrive i tredjeperson;

"Atle Gulbrandsen skal til helgen kjøre årets første VLN-løp, og han gleder seg."

Noen synes det er litt rart å skrive om seg selv i tredjeperson, men fordelen med det er at media kan trykke pressemeldingen som den er, uten å måtte endre på den.

Det aller viktigste i en pressemelding er imidlertid å holde seg til sannheten. Ikke la deg friste av å "pynte" på ditt eget resultat. Da vil du før eller siden bli avslørt. Har du gjennomført et dårlig løp, så vær ærlig og skriv det. Ikke kom med en masse unnskyldninger og halvsannheter om hvorfor det ikke gikk bra. Har det gått bra, så være glad, men hold deg til sannheten her også. Ikke skriv at det var 50 000 tilskuere, hvis du vet det var 5 000 osv.

Legger man opp til en PR-strategi med pressemeldinger etter hvert løp, bør man også være ærlig nok til å sende pressemeldinger etter de løpene hvor det ikke går så bra. Pressen vil gjennomskue deg hvis du forsøker å skjule gode resultater.

En pressemelding bør ikke være for lang (helst alt på et ark), og du må alltid starte med det viktigste først. Skriv om resultatet tidlig i pressemeldingen – ikke helt til slutt.

En pressemelding starter alltid med en kort tittel, som for eksempel

"Møller Bil Motorsport til topps".

Så kommer det en kort ingress (avsnitt), som for eksempel

"Møller Bil Motorsport vant lørdagens løp i det tyske VLN-mesterskapet på Nürburgring".

Så kommer selve brødteksten med mer informasjon om hva som hendte, og med et par sitater;

"Jeg punkterte en halv runde før mål, men det holdt likevel inn, sier Kenneth Østvold".

Husk å ha med resultatene fra løpet.

Så helt til slutt:

Lag en mal for dine pressemeldinger og informasjoner hvor du setter inn en faktaboks i bunnen på alle sidene. Her kan du som et eksempel skrive:

*«Ola Nordmann (21), rallyfører. Fem ganger Norgesmester, tre ganger Norgescup vinner.
Medlem av Team Norway, landslaget til Norges Bilsportforbund.
ytterligere informasjon: www.racerkjører.no»*

For

Ikke glem å ta med en link til websiden din hvor man kan finne mer informasjon.



Ny norsk seier på Ringen

Møller Bil Motorsport kjørte inn til sin andre strake klasseseier i det tyske langdistanse mesterskapet VLN på Nürburgring lørdag.

Redaksjonen

Foto: Pål Henning Berg

// **Bilsport** // BilNorge.no // 28-04-2014 // 12:12



- Vi er i flytsonen om dagen, og igjen beviste vi hvor bra det kan gå når alle har fokus på sine arbeidsoppgaver og teamarbeidet fungerer optimalt. Også i dag var det

MAZDA3

Sammen med pressemeldingene bør man sende gode bilder, og disse bør være høyoppløselige og over 1MB. Husk at man må ha rettighetene til de bildene man bruker i pressemeldinger.

En pressemelding bør sendes ut senest søndag ettermiddag etter et løp. Sendes den ut for sent på søndag er det ikke sikkert den rekker å være med i mandagsavisen. Og kommer den mandag vil noen redaksjoner mene at det er "gammelt nytt".

Pressemeldinger bør gå til lokalpresse, nasjonal sportspresse, motorsportspresse, sponsorer og andre interessenter.

4: Intervjuer



Å bli intervjuet på TV, radio eller av en skrivende journalist kan for mange være skummelt. Men det gjelder å slappe av og by på seg selv. Det er svært sjelden at journalister ønsker å stille kritiske spørsmål til bilsportsutøvere.

Forberede deg til et eventuelt intervju ved å tenke gjennom på forhånd hva du tror kan være av interesse for den som intervjuer deg, ganske lurt å trene litt på dette.

Forsøk ikke å snakke for lenge, vær kort og konsis men allikevel informativ. Vær også vennlig og blid overfor journalisten og vis vedkommende respekt.

5: Proaktiv mediakontakt



Ny fabrikkbil for Gulbrandsen

Racerfører og motorsportskommentator Atle Gulbrandsen (33) spinner inn i ny langdistansesesong med flunkende ny fabrikkbil.

Publisert 18.12.2012 kl 10:30 Oppdatert 18.12.2012 kl 14:01

[Del](#) 26

[Tweet](#) 2

[8+1](#) 0

[Skriv ut](#)

[Tips en venn](#)

Viasats formel 1-kommentator satser videre i verdens største bilsportsmesterskap og skal nå kjøre en fabrikkbil fra Audi. Hamarmannen er en del av teamet Møller Bil Motorsport, og Gulbrandsen kjører det tyske langdistansemesterskapet VLN sammen med Håkon Schjærin og Kenneth Østvold.

– Jeg har holdt på med bilsport i 20 år, og med den nye bilen er jeg mer motivert enn noen gang, sier Atle Gulbrandsen, som også er tidligere norgesmester i racing.

Mesterskapet arrangerer alle sine løp på verdens lengste racerbane, den 25 kilometer lange Nürburgring Nordschleife, og det er også verdens største bilsportsmesterskap i antall deltakere. Over 200 biler og rundt 600 deltakere stiller til start i hvert løp.

Gulbrandsen og co. har kjøpt en fabrikkbil fra Audi, en TT med en to liters turbomotor på 350 hestekrefter. (ANB-NTB)

Tjenester



EIENDOM (380)

STILLING (13)

Har du noe spennende å fortelle kan det være lurt å ta kontakt med pressen.

Noen ganger lønner det seg å tilby en nyhet eksklusivt til et medium i stedet for å sende en pressemelding til mange. Da kan man i noen tilfeller få en større sak på trykk eller på lufta.

Forsøk å tenke som journalisten. Hva har nyhetsverdi? Er det interessant for pressen at vi har fått en fabriksbygget bil fra Audi og går for seier i VLN i Tyskland?

Svaret kan fort være JA!

Er det interessant for pressen at vi har forlenget vår samarbeidsavtale med en oljesponsor?

Svaret er nok trolig NEI!

Lykke til!

Atle Gulbrandsen
Styringsgruppen
NBF Talentutvikling

