



# HANDBOK FÖR DISTRIKTETS PR-ORDFÖRANDE

Denna handbok för distriktets PR-ordförande skall användas i kombination med Handbok för klubbens PR-ordförande (PR-710). Båda publikationerna kan laddas hem från organisationens webbplats [www.lionsclubs.org](http://www.lionsclubs.org).

## Din roll

Som distriktets PR-ordförande har du fem primära mål, vilka kommer att ge dig möjlighet att förhöja Lions image och att öka medvetenheten om Lions i ditt område och om den internationella organisationen:

- **Utbilda** klubbarnas PR-ordförande i deras roll och att använda olika PR-verktyg
- **Koordinera** distriktets mediarelationer och agera som talesman
- **Främja** officiella besök av distriktsguvernören hos klubbarna samt besök av internationella tjänstemän och direktörer
- **Övervaka** distriktets publikationer och webbplats
- **Uppmuntra** en positiv image och en stolthet i att vara medlem



## Dina ansvarsområden

### Utbilda

Genomför ett PR-seminarium tidigt under din ämbetsperiod för att motivera klubbordförandena att utveckla en PR-plan, en evenemangskalender och en tidsplan för att publicera dessa. Betona vikten av alla Lions aktiviteter. (Se vidare avdelningen Att organisera ett PR-seminarium).

### Koordinera

Fastställ tidigt under din ämbetsperiod, till exempel vid PR-seminariet, det bästa sättet att under året kommunicera med klubbordförandena. Samla in postadresser, e-postadresser, telefon- och faxnummer. Att organisera denna information kommer att ge dig möjlighet att snabbt leverera material om distriktets program och PR-tips samt ge möjlighet till öppen kommunikation med klubbordförandena under året.

Gör i ordning pressmeddelanden och uppmuntra mediabevakning vid evenemang i distriktet, inklusive distriktsmötet. Skicka faktablad och prov på pressmeddelanden till klubbordförandena för att på detta sätt uppmuntra dem att distribuera informationen till lokala publikationer.

Agera som talesman för distriktets projekt och program när du marknadsför dem i media. Om du inte har tillfälle att göra detta bör nyckelpersoner som till exempel distriktsguvernören eller en kommittéordförande tala med media om projekt och aktiviteter.

Följ upp vad som skrivs om distriktets evenemang genom att spara urklipp från tidningar och andra publikationer. Dela med dig av resultatet med medlemmarna i klubben och distriktet för att därmed betona vikten av PR. Överväg att vid distriktsmötet och/eller vid riksmötet visa en utställning som visar hur Lions och distriktets evenemang har framställts i media.

## Slutliga förberedelser inför seminariet

Så snart programinnehåll, talare och lokal är klara är det ytterligare ett antal detaljer att arbeta med:

- **Dagordning** – Gör i ordning en dagordning (se exemplet) med dagens evenemang, tider, plats, talare och ämnen. Distribuera dagordningen i förväg till alla talare.
- **Inbjudan** – Skicka inbjudan till alla PR-ordförande i distriktets klubbar minst tre veckor före seminariet. Kom ihåg att inkludera tid, plats och eventuella instruktioner om material som deltagarna bör ha med sig (noteringsblock, Handbok för klubbens PR-ordförande (PR-710) etc.). Bifoga en kopia av dagordningen. Be att var och en via telefon eller e-post bekräftar om de kommer att delta eller inte. Kontakta de som inte har svarat veckan före seminariet. Överväg även att skicka en ”påminnelse” med datum och tid.
- **Material** – Ha pennor och papper tillgängligt så att deltagarna kan göra anteckningar. Om talarna har skickat material till dig skall detta kopieras i förväg och därefter delas ut vid seminariet. Samla gärna allt seminariematerial i en pärm för utdelning till deltagarna. I denna kan du även inkludera exempel av pressmeddelanden, public servicemeddelanden etc. som finns längst bak i publikationen PR-710. Ha extra exemplar av Handbok för klubbens PR-ordförande till hands eller hänvisa deltagarna till avdelningen Resurser på organisationens webbplats [www.lionsclubs.org](http://www.lionsclubs.org) för att kunna ladda hem ett exemplar.
- **Namnbrickor** – Tillhandahåll självhäftande namnbrickor vid registreringsbordet så att deltagarna kan ange sitt namn och sin hemklubb.
- **Förberedelser** – Öva din presentation så att du känner dig trygg med materialet och med framförandet så att du inte hela tiden behöver läsa innantill.

## Dagen för seminariet

Använd tidigt för att kontrollera lokalen. Säkerställ att följande har gjorts:

- Rätt antal bord och stolar arrangerade på det sätt du önskar.
- Lägg fram allt material på registreringsbordet.
- Träffa lokalens AV-tekniker för att testa att all utrustning fungerar samt för att du skall kunna visa talarna hur denna fungerar.
- Säkerställ att det är en behaglig temperatur i lokalen.
- Kontrollera att det finns vatten att dricka för både talare och deltagare.

## Utvärdering/uppföljning av seminariet

Dela ut ett utvärderingsformulär till alla deltagare, vilket skall fyllas i vid seminariets slut. Ge plats i din planering för deltagarna att fylla i detta. Denna återkoppling kommer att vara dig till hjälp för att planera kommande seminarier och kommer även att tillhandahålla tips på ämnen som du, som distriktets PR-ordförande, under verksamhetsåret bör kommunicera ut till klubbarnas PR-ordförande.

Be även klubbordförandena att ange namn, telefonnummer, faxnummer och e-postadress så att du har kompletta uppgifter om dem och att du därmed kan kommunicera med dem under året. Planera för att skicka information till dem minst varje kvartal samt uppdateringar och påminnelser oftare efter behov. Använd distriktets övriga resurser (webbplats, nyhetsbrev, distriktsmötet) för att nå ut till medlemmarna.

Skicka ett tackkort till talarna där du uttrycker din tacksamhet för deras tid, förberedelser och deras insatser för att det blev ett lyckat seminarium.



## Främja

Främja officiella besök av organisationens tjänstemän i ditt distrikt. Din distriktsguvernör är den högst uppsatta representanten i vår internationella organisation som de flesta lionmedlemmar har möjlighet att träffa. Före distriktsguvernörens besök i klubben bör medlemmarna tillhandahållas ett pressmeddelande och ett foto som informerar om att distriktsguvernören kommer att besöka klubben. Koordinera detta med klubbens PR-ordförande, vilken bör vidarebefordra informationen till lokala tidningar, för att på så sätt marknadsföra distriktsguvernörens besök, vilket i sin tur kommer att öka klubbens image på orten.

Använd material som skickats till distriktsguvernören från det internationella huvudkontoret för att marknadsföra besök av internationella tjänstemän eller direktorer. Biografisk information, ett foto, en flagga, besökarens nationalsång (om denne är från ett annat land) och organisationens officiella protokoll skickas till distriktsguvernören när besök planeras via Travel and Administrative Services Department vid det internationella huvudkontoret. Den biografiska informationen och fotot kan också laddas hem från avdelningen Internationella ledare på organisationens webbplats [www.lionsclubs.org](http://www.lionsclubs.org). Använd materialet till att marknadsföra lionledarens besök både för lokala media och för klubbmedlemmarna. Belys de lokala medlemmarnas insatser och program i mediamaterialet och väv samman detta med internationella program och medlemssiffror för att öka förståelsen för vad Lions gör, inte bara lokalt, utan över hela världen.

## Övervaka

Som distriktets PR-ordförande kan du ha ansvaret för att skriva, sammanställa och producera alla distriktets nyhetsbrev. I andra fall väljer distriktsguvernören att producera sitt eget nyhetsbrev och tillfrågar respektive kommittéordförande att göra detsamma. I detta fall bör du erbjuda dig att korrekturläsa publikationerna för att finna eventuella stavfel, grammatiska fel, granska att innehållet är klart och tydligt samt att designen är attraktiv.

Som distriktets PR-ordförande kan du även ha ansvaret för att upprätthålla distriktets webbplats. Om du inte har ansvaret för den bör du kontrollera med den som har det att allt material som publiceras är korrekt. Använd webbplatsen som ett verktyg för att kommunicera ut distriktsnyheter och ange webbplatsen som en källa för mer information i ditt mediamaterial. Det är viktigt att webbplatsen uppdateras fortlöpande för att hålla all information aktuell, speciellt när du har distribuerat webbplatsen till media. Att ha med distriktets webbplats via LionNet kommer att ytterligare öka webbplatsens synlighet. (Läs mer på: [www.lionnet.com](http://www.lionnet.com)).

Du kanske också kommer att tillfrågas om att göra i ordning eller korrekturläsa distriktets marknadsföringsmaterial, som till exempel affischer, informationsblad eller pressmeddelanden.

## Uppmuntra

Dela framgångsberättelser genom att distribuera tidningsurklipp, genom att fortlöpande sätta in tidningsurklipp i en pärm eller genom att göra i ordning en mediautställning att användas vid distriktsmötet eller vid riksmötet.

Uppmuntra även medlemmarna att göra följande, vilket ofta tas för givet:

- Framhäv en positiv attityd
- Bär Lions rockslagsnål
- Säkerställ att Lions skyltar och märken på orten är underhållna och i gott skick





## Att organisera ett PR-seminarium

Att utveckla ett omfattande PR-seminarium är det första steget att säkerställa att klubbordförandena är välinformerade och välförberedda för det kommande året. Du kan inge förtroende för deras färdigheter genom att tillhandahålla dem med lämpliga verktyg och resurser. Seminariet är också ett tillfälle att redovisa specifik och uppdaterad information om utvecklingen av lokala projekt och aktiviteter.

### Att komma igång

Kontakta din distriktsguvernör för att undersöka om det finns en fastställd tid och plats för träning av klubbtjänstemän och klubbordförande, eller för att fastställa en lämplig tid, plats och budget. Om det arrangeras en distriktskonferens eller ett distriktsmöte tidigt under lionåret kan detta vara ett lämpligt tillfälle att genomföra ett PR-seminarium. Om du koordinerar seminariet med ett redan planerat evenemang måste du kontakta ansvariga för detta evenemang för att få godkännande att inkludera seminariet i programmet, boka lokal där seminariet skall genomföras och boka eventuell AV-utrustning.

Håll följande i minnet när du bokar lokal för seminariet:

- Seminariets längd (Innehållet avgör seminariets längd, men beräkna cirka 1-1/2 - 4 timmar)
- Beräknat antal deltagare
- Ett podium och ett bord för talare
- Arrangemang av bord och stolar, dessa bör iordningställas så att deltagarna kan göra anteckningar
- Säkerställ att alla deltagare från sina platser kan se och höra talaren samt se overhead-bilder, om sådana används
- Ett bord för registrering, namnbrickor och seminariematerial
- Tillgång till vatten för talare och deltagare

## Att fastställa seminariets innehåll

Så snart tid och plats för seminariet har ordnats är det dags att fastställa seminariets innehåll. Som distriktets PR-ordförande skall du planera för att leda seminariet samt att sammanställa en del av materialet. Överväg att öppna seminariet med ett uttalande som gör att deltagarna riktar sin uppmärksamhet till dig. Detta kan vara i form av fakta eller en berättelse, men välj ett ämne som är lämpligt för den grupp du talar inför.

Ett exempel på ett uttalande som skapar uppmärksamhet är:

*Det finns ett tusen lionmedlemmar i distriktet och jag är säker på att alla av dem är intresserade av att tjäna organisationen. Tänk dig att varje medlem varje dag berättade för någon om organisationen. På detta sätt skulle 365 000 positiva intryck förmedlas till andra personer i området under ett år.*

### Att välja talare

Här är några förslag på hur du fastställer vilka talare du skall bjuda in och vilka ämnen de bör tala om. Överväg att bjuda in:

- Distriktsguvernören eller en annan representant från distriktet för att informera om distriktets viktigaste program. Det är viktigt för klubbordförandena att förstå hur dessa program har samband med lokala initiativ så att de kan främja dem i sina lokala områden.
- En redaktör eller en reporter från en lokaltidning. Tidningar som kommer ut dagligen och de som kommer ut till exempel veckovis har olika behov, så du bör överväga att bjuda in någon från båda. Be dem att berätta för ordförandena hur de kan tillhandahålla relevant information, vad som är "relevant" för deras läsare och det bästa sättet att sända in informationen. Vilka typer av berättelser och bilder är intressanta för dessa publikationer? Undersök om en fotograf från tidningen kan komma med för att dela med sig av tips på hur man på bästa sätt fotograferar ett evenemang eller ett projekt för att skapa ett visuellt intresse.
- En representant från etermedia (formatet för radio och tv är olika) som kan förklara vilket format som är lämpligt för ditt budskap och skillnaden mellan en nyhet och ett public servicemeddelande. Dessutom information om hur informationen skall sändas in till stationen och till vem den skall sändas.

- En yrkesman inom PR-området som kan dela med sig av tips, idéer, PR-verktyg och framgångsrika PR-program. En PR-ordförande från en klubb kan också bjudas in för att dela med sig av framgångsrika lokala PR-kampanjer och andra tips.
- Representanter från marknadsföringsföretag, designföretag eller tryckerier för att dela med sig av information om design och produktion av ett nyhetsbrev, informationsblad, webbsidor eller andra marknadsföringsverktyg.

**Notera:** Undersök om det finns yrkesverksamma personer inom ovanstående områden som är lionmedlemmar. Kontakta dem för att fråga om de vill delta som talare eller om de kan hjälpa dig att komma i kontakt med andra personer inom detta område.

När du gjort klart med seminariets talare är det viktigt att kommunicera ut informationen om seminariet, det vill säga tid, plats, dagordning och en lista med övriga presentatörer. Säkerställ att alla presentatörer är medvetna om den tid de har till förfogande och hur seminariet som helhet är upplagt (kommer det att finnas tid för frågor efter presentationen eller kommer hela seminariet att avslutas med en frågestund). Informera presentatörerna om antalet deltagare vid seminariet så att de kan kopiera och ta med sig tillräckligt antal exemplar av material för utdelning. Du kan också föreslå att presentatörerna översänder sitt material till dig så att du kan kopiera och sammanställa allt material i ett paket för utdelning till deltagarna. Fråga presentatörerna vilka deras behov av AV-utrustning är så att lokalen du använder kan utrustas med detta.

### *Att planera programmet*

De talare du bjuder in och innehållet som du anser är relevant för deltagarna kommer att ligga till grund för programmets utformning. Det är viktigt att gå igenom varför PR är värdefullt, tips och olika PR-verktyg. Ditt mål bör vara att motivera deltagarna och att ingjuta förtroende på deras väg att skapa sina egna PR-planer.

Här är ett exempel på en dagordning för ett PR-seminarium:



## PR-seminarium

Lördag den 4 september  
Klockan 09.00 – 11.30

- **Välkommen/introduktion** (cirka 5 minuter)
  - Överväg att öppna seminariet med ett uttalande som gör att deltagarna riktar sin uppmärksamhet till dig
  - Belys vad ni kommer att gå igenom
  - Förklara din roll som distriktets PR-ordförande
  - Presentera talarna, om alla av dem har anlänt. Alternativt, presentera en talare i taget just innan respektive talare inleder sitt anförande
- **Distriktsguvernören** (cirka 5-8 minuter)
- **Varför PR är viktigt** (cirka 5 minuter)
- **Media** (cirka 15-20 minuter för varje talare)
- **Frågor och svar** (cirka 15-20 minuter)
- **Paus** (cirka 15 minuter)
- **Övrigt marknadsföringsmaterial** (cirka 15 minuter)
- **Håll din klubb informerad** (cirka 5 minuter)
- **Stödjande material** (cirka 3-5 minuter)
- **Gruppdiskussion** (cirka 15-20 minuter)
- **Avslutning** (cirka 5 minuter)
  - Sammanfatta dagens huvudpunkter
  - Tillhandahåll din kontaktinformation
  - Avsluta med de åtgärder du vill att deltagarna skall vidta

## December

*Exempel på en PR-kalender*

Söndag	Måndag	Tisdag	Onsdag	Torsdag	Fredag	Lördag
	<b>1</b> Planera ett program för att hedra en lokal vinnare i fredsaffischtävlingen	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b> Internationella leodagen	<b>6</b>
<b>7</b>	<b>8</b> Sista dag för januari månads nyhetsbrev. Marknadsföra månaden för grön starr, LCIF-veckan och Melvin Jones födelsedag.	<b>9</b> Uppdatera kalendern på distriktets webbplats avseende nästa års aktiviteter	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>
<b>14</b>	<b>15</b> Multipeldistriktets bidrag i fredsaffischtävlingen måste vara det internationella huvudkontoret tillhanda. För PR-ändamål bör bidraget fotograferas innan det sänds in	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>18</b> Sänd pressmeddelanden till lokala tidningar avseende distriktets vinnare i fredsaffischtävlingen och till lionklubbarna för deras publikationer	<b>19</b>	<b>20</b>
<b>21</b>	<b>22</b>	<b>23</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>26</b>	<b>27</b>
<b>28</b>	<b>29</b>	<b>30</b>	<b>31</b>			

### Föreslagna datum att marknadsföra

Undersök om Lions i ditt område uppmärksammar eller firar dessa eller andra evenemang. Datum kan variera från år till år. Besök kalendariet på Lions webbplats [www.lionsclubs.org](http://www.lionsclubs.org) för att uppdateringar och tillägg till kalendern. Lägg även till lokala och distriktsevenemang i din kalender.

#### Junijuli

Lions internationella kongress  
Val och installation av nya tjänstemän  
1 juni: Helen Keller-dagen  
5 juni: Världsmiljödagen  
Medvetenhetsvecka om döva och blinda (sista veckan i juni)

#### Augustiseptember

Planera aktiviteter för Lions världssyndag i oktober  
Medvetenhetsvecka om döva (sista veckan i september)

#### Oktober

Leoklubbarnas månad för medlemstillväxt  
Internationella relationsmånaden  
Lions världssyndag (andra torsdagen)  
1 oktober: Sista dag att köpa deltagarpaket i Lions fredsaffischtävling från Club Supplies Sales vid det internationella huvudkontoret  
15 oktober: Vita käppendagen (USA)  
16 oktober: World Food Day  
24 oktober: FN-dagen  
31 oktober: Synnatt (USA & Kanada)

#### November

Månaden för stödjande medlemmar i LCIF  
Månaden för diabetesmedvetenhet (USA)  
15 november: Sista dag (poststämpels datum) för en klubb att sända in ett vinnande bidrag (för varje sponsrad tävling) till distriktsguvernören

#### December

1 december: Världs AIDS-dagen  
1 december: Sista dag (poststämpels datum) för distriktsguvernören att sända det vinnande bidraget i fredsaffischtävlingen till guvernörsrådsordföranden  
5 december: Internationella leodagen  
15 december: Sista dag (poststämpels datum) för ett multipeldistrikt att sända ett vinnande bidrag i fredsaffischtävlingen till Public Relations Department vid det internationella huvudkontoret

#### Januari

Medvetenhetsmånad om grön starr (USA)  
11-17 januari: LCIF-veckan  
13 januari: Melvin Jones födelsedag  
24 januari: Världsfredsdagen

#### Februari

Månaden för erkänsla till tidigare distriktsguvernörer  
1 februari: Vinnarna i fredsaffischtävlingen kommer att underrättas senast detta datum

#### Mars

Distriktsguvernörernas månad  
Rädda synen-månaden (USA)  
Medvetenhetsmånad om ögondonationer (USA)  
22 mars: Lions dag med FN

#### April

Leoklubbarnas medvetenhetsmånad  
Nationell medvetenhetsmånad om organdonationer (USA)  
7 april: Världshälsodagen  
16-18 april: Nationella servicedagar för ungdom/Internationella servicedagar för ungdom  
17 april: Lions världsomfattande välkomstdag

#### Maj

Lions månad för återvinning av glasögon  
Lions familjemånad  
Lions månad för bättre hörsel och tal (USA)  
1 maj: Den dag då det internationella huvudkontoret måste ha mottagit bidrag till den internationella standartävlingen, nyhetsbrevstävlingen, fototävlingen, PR-idétävlingen, nåltävlingen och webbplatstävlingen  
4 maj: Hörseldagen för barn (USA)  
16-22 maj: Vita käppenveckan (USA)