

## KONFERENCE

København 16. og 17. marts 2010

Workshop 18. marts 2010

Tilmeld dig direkte på:

[www.ibceuroforum.dk/pres](http://www.ibceuroforum.dk/pres)

**SPAR**  
**Kr. 2.000,-**  
ved tilmelding senest 22. januar

Konferencen afholdes for 5. gang!

# Optimér pressearbejdet

- Få praktiske værktøjer til at optimere dit pressearbejde
- Sådan benyttes video som redskab i pressekontakten
- Paneldiskussion: Samarbejder og relationer med pressen
- Hvordan kan man etablere sig som fagekspert inden for sin branche?
- Sådan integreres PR i marketingstrategien

### Deltag også i workshoppen:

Få en værktøjskasse til at udarbejde en kriseplan

### HØR BLANDT ANDRE:

Direktør  
*Lotte Hansen*  
*GCI Mannov*

Studielektor  
*Henrik Mørkelsen*  
*CBS*

Head of Media Relations &  
Public Affairs  
*Fleming Voetmann*  
*Novozymes*

Webredaktør og journalist  
*Kim Elmo*  
*Ingeniørforeningen i Danmark*

Presseansvarlig  
*Michael Christian Storgaard*  
*A.P. Møller - Mærsk Gruppen*

Direktør  
*Kirsten Dinesen*  
*Front Page Public Relations*

EUROFORUM



[www.ibceuroforum.dk](http://www.ibceuroforum.dk)

an informa business

Som deltager på konferencen Optimér pressearbejdet, får du Kirsten Dinesens anmelderroste bog "Forbrugeren i førersædet".



## TALERLISTE:

Studielektor  
**Henrik Merkelsen**  
CBS

Kommunikationschef  
**Me Christensen**  
NNIT

Ernæringsekspert  
**Christian Bitz**

Head of Media Relations  
& Public Affairs  
**Fleming Voetmann**  
Novozymes

Journalist og videojournalist  
**Mads Lykke Haukrogh**  
TV/MIDT-VEST

Kommunikationschef  
**Mikkel Thrane**  
SAS

Direktør  
**Kirsten Dinesen**  
Front Page Public Relations

Webredaktør og journalist  
**Kim Elmose**  
Ingeniørforeningen i Danmark

Presseansvarlig  
**Michael Christian Storgaard**  
A.P. Møller - Mærsk Gruppen

Vice President Branding &  
Kommunikation  
**David Rosenkvist**  
Republic of Fritz Hansen A/S

Kommunikationsmedarbejder  
**Kristian Levring Madsen**  
OPUS v. LIFE,  
Københavns Universitet

### ORDSTYRER:

---

Direktør **Lotte Hansen**, GCI Mannov

### UNDERVISER PÅ WORKSHOPPEN:

---

Adm. direktør og stifter **Nicolaj Andersen**, Radius Kommunikation

### SAGT OM SIDSTE ÅRS KONFERENCE:

*"Super godt med den teoretiske tilgang. Der var mange interessante cases, der gav et godt indblik i pressearbejdet".*

Marketing Manager Maria Bybjerg, Capacent

*"En fantastisk værktøjskasse, spændende lige fra det teoretiske over til praktiske cases. Det var meget inspirerende".*

Assistant General Management, Mette Bøgeskov Lolholm, BMW Danmark

# Optimér pressearbejdet

De digitale medier spiller en stadig større rolle, hvilket rummer nye muligheder for det strategiske pressearbejde. Nyhedsformidlingen spredes konstant over nye elektroniske og uformelle kanaler, og det ændrede mediebillede øger kompleksiteten i pressearbejdet, hvilket sætter nye normer for pressekontakt og relationer. Derudover er der kommet et større fokus på PR som marketingdisciplin og nye veje i samspillet mellem kommunikation og marketing. På konferencen kan du bl.a. høre om:

- Fremtidens strategiske pressearbejde
- Hvordan PR integreres i marketingstrategien
- Video som redskab i pressekontakten
- Hvordan en journalist arbejder med de nye medier
- Relationsopbygning – hvor går grænsen? Hvordan får man solgt en historie ind til en journalist?
- Hvorledes kan man etablere sig som fagekspert inden for sin branche?
- Storytelling som et effektivt salgspareparameter
- Kommunikation af kriser
- På hvilken måde får man god PR på internettet?
- Hvordan kan man sikre sig, at ens event får den ønskede omtale?

## Udbytte

Konferencen forstærker dit fokus på det strategiske pressearbejde og styrker din bevidsthed om betydningen af pressehåndteringen i din virksomhed. Du får samtidig indsigt i redskaber, nye metoder og indfaldsvinkler, som du kan bruge i dit fremtidige pressearbejde.

## Efter-konference workshop

### Få en værktøjskasse til at udarbejde en kriseplan

Dagen efter konferencen har du mulighed for at deltage i en workshop om kriseplaner.

Workshoppen er bygget op som en kriseøvelse, hvor deltagerne undervejs skal forholde sig til en række konkrete udfordringer og selv komme med løsninger på dem. Deltagerne bliver desuden introduceret til konkrete værktøjer, der vil gøre livet lettere, hvis de selv skal være del af en krisehåndtering efterfølgende.

Workshoppen vil blive perspektiveret med konkrete eksempler på krisehåndtering, og der vil blive gået bagom kulisserne i sager, der har ramt dansk erhvervsliv over de seneste 10 år.

Vel mødt på konferencen og workshoppen!

Med venlig hilsen



Camilla Glad  
Senior Project Manager

## OPTIMÉR PRESSEARBEJDET

**08.30 Udlevering af navneskilte og deltagermateriale**

Morgenkaffe/-te

**09.00 Åbning af konferencen ved Senior Project Manager Camilla Glad, IBC Euroforum****09.05 Introduktion ved ordstyrer direktør Lotte Hansen, GCI Mannov****Strategisk PR****09.10 Strategisk pressearbejde anno 2010**

Effektive Public Relations er en nødvendig forudsætning, når virksomheder, organisationer og myndigheder skal navigere i et ofte komplekst og konfliktfyldt krydsfelt af både modstridende og sammenfaldende interesser blandt deres stakeholdere.

- Hvad siger forskningen om fremtidens strategiske PR?
- Hør om de nyeste internationale trends og tendenser inden for PR

*Studielektor Henrik Merksel, CBS*

**10.00 Pause med kaffe/te og frugt****10.10 Sådan integreres PR i marketingstrategien**

- Sådan integreres PR i marketing og -kommunikationsstrategien hos NNIT
- Sådan samarbejder kommunikations- og marketingafdelingen
- Udfordringer med at involvere resten af virksomheden. Forskellige talsmandsroller
- Hvad er kriterierne for succes?
- Fra plan til virkelighed – det taktiske element

*Kommunikationschef Me Christensen, NNIT*

**11.00 Pause med kaffe/te****11.10 Hvordan kan man etablere sig som fagekspert inden for sin branche?**

Hvordan sikrer du dig, at det er en fagekspert fra din virksomhed, der bliver den første, journalisten ringer til, når han har brug for en ekspertudtalelse om en sag eller emne? I dette indlæg kan du, høre hvad cand.scient i human ernæring Christian Bitz har gjort for at etablere sig som fagekspert inden for ernæring. Christian har siden januar 2008 været selvstændig ernæringseksper, hvor han som foredragsholder, skribent og uafhængig rådgiver formidler sundhedsfaglig viden. Christian skriver fast for magasinerne Sund nu, Aktiv træning og Cover. Derudover er han fast ernæringseksper på Go' Morgen Danmark på TV2. Bliv inspireret og få gode råd til, hvordan du udarbejder en strategi for hvilke tiltag, du kan gøre for at styrke dit brand og dermed opnå mere presseomtale.

*Ernæringseksper Christian Bitz*

**12.00 Frokost**

## OPTIMÉR PRESSEARBEJDET

## Paneldiskussion – relationer og samarbejde med pressen

13.00

**Paneldiskussion – Sådan sælger du en historie ind til en journalist**

- Hvordan får man solgt en historie ind til en journalist?
- Kan man gøre andre ting end at ringe til en journalist?
- Hvilke spilleregler bygger relationen mellem kommunikatører og pressen på – hvad må man, og hvad må man ikke?
- Hvilke elementer indeholder en god og en dårlig historie?
- Hvorfor er en nyhedshistorie god, og hvad gør den til en god historie?
- Er pressemeddelelsen død?
- Få gode råd og input til at sælge en historie ind til en journalist og til at opnå et godt samarbejde med pressen

*Paneldebatten skydes i gang med 15 minutters indlæg fra hver paneldebattør.*

**Hvordan arbejder en international virksomhed sammen med pressen?**

*Head of Media Relations & Public Affairs Fleming Voetmann, Novozymes  
Novozymes er i 2009 kåret som de bedste til PR af journalister, viser Aalunds PR-barometer, der er udarbejdet via interviews med 233 journalister.*

**Hvordan arbejder en journalist på en lokalredaktion sammen med pressemedarbejdere og konsulenter? Hvordan prioriteres nyhederne på en lokalredaktion?**

*Journalist og videojournalist Mads Lykke Haukrogh, TV/MIDT-VEST*

*Facilitator: Direktør Lotte Hansen, GCI Mannov*

14.15

**Pause med kaffe/te**

## PR og krisekommunikation

14.25

**Hvordan kommunikerer man kriser?**

- Hvordan kommunikerer man kriser – internt og eksternt?
- Hvilke kommunikationsstrategier kan man benytte sig af over for pressen?
- Hvor meget kan man forberede sig på?
- Hvornår skal man gå i dialog og med hvem?
- Hvordan kan man sikre sit omdømme?
- Hør praktiske eksempler fra SAS

*Kommunikationschef Mikkil Thrane, SAS*

15.20

**Diskussion og opsummering af konferencens emner på dag 1 ved ordstyrer direktør Lotte Hansen, GCI Mannov**

16.05

**Konferencens første dag slutter**

## OPTIMÉR PRESSEARBEJDET

08.30 **Morgenkaffe/-te**

09.00 **Ordstyrer direktør Lotte Hansen, GCI Mannov, introducerer dagens indlæg**

**De nye medier i pressearbejdet**

09.05 **Hvordan får man god PR på internettet? Bliv introduceret til en række web-PR-teknikker**  
De nye medier har vendt op og ned på magtbalancen mellem virksomheder og forbrugere. Forbrugerne har i mange tilfældet taget kontrollen over kommunikationen.

- Hvilke udfordringer, farer og muligheder står moderne virksomheder over for, når de begiver sig ud på nettet?
- Hvordan får man god PR på internettet?
- Hvordan kan man bruge blogs i presseøjemed?
- Hvordan holdes en blog ved lige?
- Hvordan skal man reagere, hvis ens virksomhed får negativ omtale i en online-debat?
- Hvordan opnår man troværdighed og dialog med forbrugerne?
- Gennem cases om alt fra VVS og blomster til Facebook og Apple fås en introduktion til de vigtigste drivkræfter og insight-tips, som moderne virksomheder kan bruge

*Direktør Kirsten Dinesen, Front Page Public Relations*

09.50 **Pause med kaffe/te og frugt**

10.00 **Pressen og de sociale medier**

- Hvordan arbejder journalister med de nye medier?
- Hvordan benytter journalister de nye medier som kildemateriale og til formidling af historier?
- Hvad skal virksomheder og pressemedarbejdere gøre for at imødekomme journalisternes behov?

*Webredaktør og journalist Kim Elmore, Ingeniørforeningen i Danmark*

*Kim Elmore er også formand for DONA (Danish Online News Association), blogger på fagbladet Journalisten og tidligere blogredaktør på Politiken.*

10.45 **Pause med kaffe/te**

11.00 **A.P. Møller - Mærsk Gruppen – sådan benyttes video som redskab i pressekontakten**

I dette indlæg vil du høre, hvordan A.P. Møller - Mærsk Gruppen anvender videopressemeddelelser som en del af deres pressestrategi. Hvad har erfaringerne været, og hvad kræver det af medarbejdere og teknisk set-up? Hvordan er videopressemeddelelserne blevet modtaget af redaktører og journalister? I indlægget vil du blive introduceret til en række videopressemeddelelser fra A.P. Møller - Mærsk Gruppen.

*Presseansvarlig Michael Christian Storgaard, A.P. Møller - Mærsk Gruppen*

12.00 **Frokost**

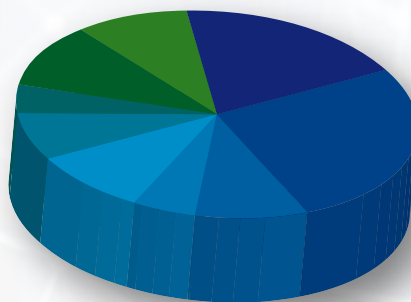
## OPTIMÉR PRESSEARBEJDET

## PR &amp; Corporate Communication

- 13.00 Co-Branding – få dit budskab ud til nye markeder**  
Republic of Fritz Hansen har opnået en stærk global eksponering ved at benytte PR effektivt. I dette indlæg kan du høre, hvordan Fritz Hansen benytter sig af storytelling, product placement og hvordan de samarbejder med en række af verdens førende brands
- Sådan lader du dit brand fortælle en historie – hør om storytelling som et effektivt salgspareparameter
  - Hvordan kan man benytte sig af product placement?
  - Hør om mulighederne og udfordringerne ved co-branding – hvilke fordele opnår man ved at samarbejde på tværs af brancher?
- Vice President Branding & Kommunikation David Rosenkvist, Republic of Fritz Hansen A/S*
- 13.45 Pause med kaffe/te**
- 14.50 PR Events og PR: Afsættet for god og effektiv presseomtale**  
Events kan i mange sammenhænge være nøglen til at skabe presseomtale. Men PR er mere end god omtale og antallet af presseklip. I dette indlæg vil du få inspiration til, hvordan du kan udvikle PR-events, som ikke blot skaber god presseomtale, men som også understøtter strategien bag eventen.
- Oplægsholder er Kristian Levring Madsen, der vil tage udgangspunkt i sine erfaringer med at arrangere events for 3F, Landbrugsrådet, Nordisk Kellogg's og LIFE - Det Biovidenskabelige Fakultet.
- Fra idé til event til PR:
- Hvordan skaber du en event med gennemslagskraft - lokalt og nationalt?
  - Hvordan sikrer du, at PR-indsatsen tilfører værdi til forretningen/strategien?
  - Hvordan kan man sikre sig, at ens event får den ønskede omtale?
  - Hvordan måler man effekten af sin event?
- Kommunikationsmedarbejder Kristian Levring Madsen, OPUS v. LIFE, Københavns Universitet*
- 15.35 Top 10 – lærte erfaringer i forbindelse med optimering af din virksomheds pressestrategi**  
**Diskussion og opsummering af konferencen ved ordstyrer direktør Lotte Hansen, GCI Mannov**
- 16.20 Konferencen slutter**

## MÅLGRUPPE FOR KONFERENCEN

Kommunikations- og informationschefer, kommunikations- og informationsmedarbejdere, -koordinatorer og -konsulenter, marketingchefer og Marketing Managers, marketingkoordinatorer, marketingassistenter, pressechefer, pressemedarbejdere, pressekoordinatorer, journalister og andre med en interesse i eller erfaring med pressearbejde.



Konferencen har eksisteret siden 2004.  
I diagrammet ses deltagerprofilen for konferencen.

- Kommunikations- og informationschefer 18,6%
- Kommunikations- og informationsmedarbejdere, -koordinatorer, -konsulenter 26,4%
- Marketingchefer, Marketing Managers 9,3%
- Marketingkoordinatorer, -assistenter 5%
- Pressechefer 9,3%
- Pressemedarbejdere, -koordinatorer 7,1%
- Journalister 4,3%
- Andre chefer, direktører 10,7%
- Andre 9,3%

## W O R K S H O P

# Få en værktøjskasse til at udarbejde en kriseplan

## Workshoppens indhold

Styr krisen når den rammer din virksomhed – og helst inden du får det første opkald fra en journalist eller en kritisk NGO'er.

Workshoppen er bygget op som en kriseøvelse, hvor deltagerne undervejs skal forholde sig til en række konkrete udfordringer og selv komme med løsninger på dem. Deltagerne bliver desuden introduceret til konkrete værktøjer, der vil gøre livet lettere, hvis de selv skal være del af en krisehåndtering efterfølgende.

Workshoppen vil blive perspektiveret med konkrete eksempler på krisehåndtering, og der vil blive gået bagom kulisserne i nogle sager, der har ramt dansk erhvervsliv over de seneste 10 år.

## Workshoppens udbytte

Deltagerne i workshoppen vil få en fyldt værktøjskasse med hjem. De vil konkret blive klædt på til at kunne udfylde en krisemanual og få videregivet en række erfaringer med, hvordan enkeltpersoner og virksomheder fungerer – og ikke fungerer – i sammenhæng med omverdens forventninger til dem. Det vil gøre deltagerne i stand til selv at kunne vinde de afgørende minutter eller timer, som kan være forskellen på en succesfuld eller en katastrofal krisehåndtering for en virksomhed.

- Vind den tid, der gør, at I kommer succesfuldt ud af krisen
- Forstå din organisation og sørg for at få den ud af chokket
- Sørg for at vinde initiativretten
- Prioritér alle handlinger, så intet er overladt til tilfældighederne

*Underviser: Adm. direktør og stifter Nicolaj Andersen, Radius Kommunikation*

## Workshoppens underviser



Adm. direktør og stifter  
**Nicolaj Andersen**  
*Radius Kommunikation*

## Program for workshoppen

- 08.30** Kaffe/te  
**09.00** Workshoppen starter  
**12.00** Frokost  
**16.00** Workshoppen slutter

Der vil være pauser undervejs

## IBC Euroforum

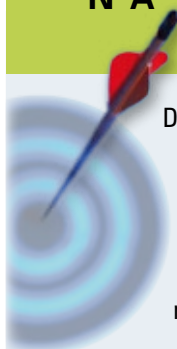
IBC Euroforum er en konference- og kursusarrangør, der arrangerer og afholder konferencer og kurser inden for aktuelle emner og problemstillinger. Gennem tæt kontakt til det danske erhvervsliv er det vores mål at skabe kvalitetskonferencer og kurser, der udvikler den enkelte deltagers kompetencer.

Vi arrangerer konferencer og kurser inden for salg, økonomi, jura, administration, markedsføring, IT, personaleforhold og ledelse. Arrangementernes indhold er en kombination af strategiske, taktiske og operationelle tilgange til den aktuelle problemstilling.



IBC Euroforum ApS, Blegdamsvej 104 A, Postboks 801, 2100 København Ø,  
Telefon 35 25 35 45, Fax 35 25 35 46, info@ibceuroforum.dk,  
www.ibceuroforum.dk, Giro 3 93 14 55, CVR-nr 24 24 03 71

## NÅ DIN MÅLGRUPPE I ET NYT FORUM



Du har nu en unik mulighed for at blive eksponeret over for dine potentielle kunder på en af IBC Euroforum's konferencer. I modsætning til traditionelle medier, hvor du kun har få sekunder til at kommunikere et budskab til din målgruppe, kan du nu sikre dig op til flere dages dialog med relevante beslutningstagere inden for netop din målgruppe.

Kontakt salgschef Sarah Elhauge for en uforpligtende snak om, hvordan vi kan skræddersy en løsning, som netop afdækker din virksomheds behov på telefon 35 25 35 45 eller spex@ibceuroforum.dk

# P R A K T I S K E O P L Y S N I N G E R

## Afholdelsesdato og -sted

Konferencen "Optimér pressearbejdet" afholdes den 16. og 17. marts 2010 med efter-konference workshoppen "Få en værktøjskasse til at udarbejde en kriseplan" den 18. marts på Radisson Blu Falconer Hotel & Conference Center, Falkoner Allé 9, 2000 Frederiksberg C, telefon 38 15 80 01.

## Overnatning

Overnatning er ikke inkluderet i konferenceprisen. IBC Euroforum henviser til Radisson Blu Booking for bestilling af hotelværelser. Kontakt bookingen på telefon 38 15 65 00 og oplys CFT-nummer: 62615

## Parkering

Der er betalingsparkering på Falkoner Plads bagved hotellet eller i parkeringsanlægget 'Falkoner Plads' (under Frederiksberg Gymnasium og nabo til Radisson Blu Falconer Hotel & Conference Center). Desuden er der i receptionen på Radisson Blu Falconer Hotel mulighed for at købe dagslicenser til kr. 35, som kan bruges, hvor der er 2-timers parkering på Frederiksberg. Vi gør desuden opmærksom på, at Metroen stopper på Frederiksberg Station, som ligger tæt ved hotellet. IBC Euroforum fralægger sig ansvaret for parkering i forbindelse med arrangementet.

## Konferencepris

*Alle priser er ekskl. moms.*

Vælg alternativ	Tilmelding senest 22. januar	Spar	Tilmelding senest 26. februar	Spar	Tilmelding efter 26. februar
Konference & workshop	14.995,-	<b>2.000,-</b>	15.995,-	<b>1.000,-</b>	16.995,-
Konference	11.995,-	<b>2.000,-</b>	12.995,-	<b>1.000,-</b>	13.995,-
Workshop	5.995,-		5.995,-		5.995,-

Prisen inkluderer kaffe/te, frugt, frokostbuffet samt uddybende dokumentation fra de forskellige talere. Faktura og bekræftelse på din tilmelding vil blive fremsendt ved tilmelding.

## Tilmelding

Send, ring eller fax din tilmelding til IBC Euroforum. Du kan også tilmelde dig på [www.ibceuroforum.dk](http://www.ibceuroforum.dk) eller [registration@ibceuroforum.dk](mailto:registration@ibceuroforum.dk). Tilmeldingen er bindende!

## Afbestilling

Afbestilling skal ske skriftligt. Ved afbestilling indtil 14 dage før afholdelsen tilbageholdes et gebyr på 10 %. Sker afbestillingen mindre end 14 dage før afholdelsen, tilbageholdes 50 %, og ved afbestilling senere end 2 dage før afholdelsen, betales fuld pris. Er du selv forhindret, har du også mulighed for at overdrage deltagelsen til en kollega.

## Er du forhindret i at deltage på konferencen?

Så har du mulighed for at købe talernes præsentationsmateriale. Bestil via brochurens bagside (pris kr. 2.495,- ekskl. moms).



Vi tager forbehold for ændringer i programmet og eventuelle trykfejl. Spørgsmål vedrørende konferencen besvares af Senior Project Manager Camilla Glad, telefon 41 95 14 06, e-mail [camilla.glad@ibceuroforum.dk](mailto:camilla.glad@ibceuroforum.dk)

## TILMELDING TIL IBC EUROFORUM KONFERENCEN

### OPTIMÉR PRESSEARBEJDET

København • Konference den 16. og 17. marts 2010  
Workshop den 18. marts 2010

Navn \_\_\_\_\_

Stilling \_\_\_\_\_

Afdeling \_\_\_\_\_

E-mail \_\_\_\_\_

Ønsker du at modtage information om kommende arrangementer via e-mail?  Ja tak  Nej tak

Firma \_\_\_\_\_

Adresse \_\_\_\_\_

Postnr. og by \_\_\_\_\_

Telefon (omstilling) \_\_\_\_\_

Hvis offentlig: Notér EAN nr./ordrenr. \_\_\_\_\_

Sekretær \_\_\_\_\_



Nærmeste chef \_\_\_\_\_

Jeg er forhindret i at deltage og ønsker derfor at rekvirere talernes præsentationsmateriale fra konferencen (kr. 2.495,- ekskl. moms).

*Alle priser er ekskl. moms.*

Sæt X	Vælg alternativ	Tilmelding senest 22. januar	Spar	Tilmelding senest 26. februar	Spar	Tilmelding efter 26. februar
	Konference & workshop	14.995,-	<b>2.000,-</b>	15.995,-	<b>1.000,-</b>	16.995,-
	Konference	11.995,-	<b>2.000,-</b>	12.995,-	<b>1.000,-</b>	13.995,-
	Workshop	5.995,-		5.995,-		5.995,-

**SÅDAN KAN DU TILMELDE DIG: Venligst oplys tilmeldingskode – se adressefelt**

 35 25 35 45  
 35 25 35 46

[www](http://www.ibceuroforum.dk/pres) www.ibceuroforum.dk/pres  
 registration@ibceuroforum.dk

 IBC Euroforum  
Blegdamsvej 104 A  
2100 København Ø