

Gjennomføring av presseturer i regi av Innovasjon Norge

Pressearbeid er en viktig del av Innovasjon Norges markedsarbeid. Gode artikler og TV-programmer gir en fantastisk eksponering til en brøkdel av kostnadene ved annonsering i tilsvarende medier. I 2011 oppnådde vi en total annonseverdi på 580 millioner kroner, et slikt resultat hadde ikke vært mulig uten det gode samarbeidet med våre partnere.

Innovasjon Norge ser et behov for å utarbeide et felles sett av retningslinjer som er gjeldene for alle markeder, landsdelselskaper og andre partnere som er involvert i presseturer. Vi håper disse retningslinjer vil skape et mer strømlinjeformet og effektivt pressearbeid fremover. Nedenfor finner dere forslag til retningslinjer:

Presseturer:

Innovasjon Norge prioriterer presseturer som gir omtale for våre kampanjepartnere. En stor andel av våre pressereiser går gjennom våre kampanjer, men vi arrangerer også pressereiser utenom kampanjene. Innovasjon Norge er ansvarlig for å kvalitetssikre alle journalister som sendes på tur, og skal følge opp alle turer med å vise til konkrete resultater.

Innovasjon Norge arrangerer presseturer til Norge på tre nivåer:

Nivå 0 - Proaktivt. Vi skaper en historie selv:

Innovasjon Norge inviterer (i samarbeid med norske partnere) til en pressetur i Norge med et bestemt tema og reisemål. Journalisten blir presentert for en ferdig reiserute og opplegg for turen. Innovasjon Norge bekoster transport av journalisten fra markedet til destinasjonen i Norge og tilbake. Partnerne i Norge tar alle rimelige kostnader ved journalistens opphold, eventuelt sammen med Innovasjon Norge.

Nivå 1 - Aktiv bearbeidelse.

Presseturer som har kommet i stand som følge av kontakt initiert av Innovasjon Norge. Turene planlegges så i samarbeid med destinasjoner og operatører.

Nivå 2 - Reaktivt:

Journalisten tar kontakt med Innovasjon Norge på eget initiativ. IN kvalitetssikrer publikasjonen og journalisten og assisterer med reiserute og opplegg i samarbeid med destinasjonen. Innovasjon Norge bidrar til å få journalisten fra markedet til destinasjonen, avhengig av hvor journalisten ønsker å reise.

Type presseturer:

Internasjonale presseturer:

Det vil også bli foretatt rundt 6 internasjonale presseturer årlig som vil gå utenom kampanjene og som vil fokusere på spesielle tema og høydepunkter som de ulike kampanjene ikke dekker. Disse turene vil inkludere journalister på tvers av våre prioriterte markeder og vil gi oppmerksomhet rundt

et tema i medier i flere markeder. Her tar vi gjerne imot forslag til turer. Turene vil bli planlagt god tid i forveien og forslag må derfor mottas i god tid for at de skal bli tatt med i vurderingen.

Gruppressereiser:

Journalister reiser i en gruppe og følges av en representant fra landsdelsselskapet, destinasjonen og Innovasjon Norge.

Individuelle pressereiser:

Her reiser journalisten alene eller sammen med et fåtall andre personer fra samme tidsskrift media.

Program:

Program til turen vil bli utviklet i samarbeid mellom landsdelsselskap og Innovasjon Norge sin presseansvarlig. I utviklingen av programmet er det viktig å tenke nytt. Det er begrenset hvor mange ganger journalister fra samme medielandskap kan skrive om de samme tingene. En god historie gir bedre muligheter for store fine presseoppslag.

Programmet utformes av landsdelsselskapet og sendes til Innovasjon Norge i god tid før planlagt pressetur. Programmet skal være så detaljert som mulig. Det er viktig å inkludere linker til steder som skal bli besøkt slik at journalisten kan gjøre nødvendig research i forkant av turen.

Kostnader:

Innovasjon Norge dekker kostnader til transport fra markedet til destinasjonen i Norge og tilbake. Om turen inkluderer transport mellom ulike destinasjoner under turen, for eksempel mellom Oslo og Bergen blir dette også dekket av Innovasjon Norge siden det faller utenfor et bestemt landsdelsselskap.

Landsdelsselskap og destinasjon er forventet å dekke alle andre kostnader ved journalistens opphold. Dette inkluderer overnatting, aktiviteter, mat og drikke (se eget punkt for dette under)

Mat og drikke på turen:

Gruppresseturer: Dersom et landsdelsselskap eller en destinasjon har sagt ja til en pressegruppe, forventes det at alle kostnader for mat skal dekkes av landsdelsselskap/destinasjon. Det er viktig at maten blir koordinert slik at ikke journalistene blir servert laks og reinsdyrkjøtt hver dag under turen.

Her blir det oppfordret til å forhandle frem kostpris med restaurantene og bedriftene som ønsker en synlighet ifm et pressebesøk.

Definisjon på kostpris: Kostpris er den nøyaktige produksjonsprisen for en vare eller tjeneste før dekningsbidraget legges til. Kostprisen omfatter alle variable og faste utgifter. Det vil si at bedriften ikke skal tjene noe på dette, men gå i 0,-

Individuelle presseturer: Under individuelle pressereiser er det vanskeligere å planlegge å koordinere måltider. Det er derfor foreslått at ved individuelle pressereiser dekker journalisten selv kostnader til mat og drikke. Det bes om spesiell tilrettelegging av måltid og kostnadsdekning av

dette i tilfeller hvor vi har fått med oss en svært viktig journalist som krever bedre ivaretagelse. Dette blir avtalt mellom landsdelsselskap/DS og Innovasjon Norge.

Det forventes at Landsdelsselskap og eller destinasjon også dekker drikke ved gruppepresseturer. (2 enheter vin eller øl til middag)Drikke utover dette vil bli dekket av Innovasjon Norge avhengig av situasjon.

Leiebil:

Landsdelsselskap/ destinasjon betaler for leiebil dersom den skal brukes innenfor samme region. Dersom en individuell journalist ønsker bil mellom to regioner f.eks. fra Oslo til Bergen må dette dekkes av Innovasjon Norge. Det samme gjelder for gruppetransport mellom regioner.

Ved leie av leiebil er det viktig at følgende blir poengtert til journalisten. Dette er Innovasjon Norge sitt ansvar og informasjon om dette skal bli sendt ut med presseform:

- Journalisten er selv ansvarlig for å fylle opp bilen med bensin etter bruk. Om ikke dette blir gjort medfører det en merkostnad for landsdelsselskap på 25 %.
- Ved skader på leiebil er journalisten selv ansvarlig og må ha forsikring som dekker dette. Om ikke journalisten dekker dette, må IN selv dekke dette.

Følge på turen:

Gruppeturer: Her reiser journalister fra ett marked i en gruppe. Disse turene skal alltid følges av en representant fra landsdelsselskapet og eller destinasjonen samt en person fra Innovasjon Norge. Det er spesielt viktig at en person fra landsdelsselskapet er med når gruppen reiser mellom flere destinasjoner.

På individuelle pressereiser reiser journalisten alene men må ha en kontaktperson hos Landsdelsselskap og destinasjon for oppfølging underveis dersom det skulle være noe.

Kvalitetssikring:

Det er viktig å levere en godt planlagt og inspirerende tur. Dette kan gjøre stor forskjell i forhold til hvilken pressedekning man får. Det er viktig at journalisten føler seg godt ivaretatt og får et utelukkende positivt møte med Norge. Det er her vi kan være med på å forme utfallet av artikkelen. Følgende er viktig å huske i planleggingen av en pressetur:

- Dobbeltsjekk alle bestillinger i god tid før turen
- Gi beskjed om det er endringer i forespeilet program, slik at journalistene får vite dette før avreise.
- Send Hashtags, Instagram adresse, Facebookside etc. Journalister er ofte svært aktive på sosiale medier og kan spre ting på sosiale medier både før, under og etter turen.
- Send et godt utarbeidet program med gode lenker, gjerne en faktaboks i forkant av turen slik at journalisten kan gjøre god research.

Under turen:

- Informasjon, informasjon informasjon: Reiseguide og aktuelle brosjyrer for området er viktig. Om dere har dette digitalt er det enda bedre.
 - Givaways er alltid en suksess dersom en har
 - Frukt, snacks og drikke under hele turen er en fordel
 - Lokalguide må være med
 - Sørge for at alle føler seg trygg og har det bra, skap god stemning
-
- Gi god informasjon underveis
 1. Når starter vi om morgenen
 2. Hva skal de ha på seg
 3. I bussen om morgenen: presenter dagens program
 4. Før dere går av bussen: når skal de være tilbake i bussen, må de ha med seg tingene sine.
 - Pass på å holde tidsskjema
 - Gi god informasjon om stedene dere besøker. Gi gjerne materiell, priser, info om nettsted, info om hvor journalister kan finne bilder fra din bedrift/aktivitet. Ikke vær beskjeden, selg deg selv!

Etter turen:

- Oppfølging i etterkant av turen er avgjørende. Innovasjon Norge skal følge opp journalistene med faktabokser om alle stedene de har besøkt under turen og informasjon om hvor man kan finne bilder. Faktabokser utvikles av innovasjon Norge i samarbeid med landsdelsselskap/destinasjon.
- Rask muntlig evaluering mellom landsdelsselskap og IN om styrker og svakheter ved turen, slik at disse erfaringene kan bli tatt med i planleggingen av neste tur.
- Innovasjon Norge gir tilbakemelding om når presseresultatet kan ventes
- Presseresultat sendes som faktisk utklipp med presseskjema til landsdelsselskap. Det er spesielt viktig at resultater blir fulgt opp på en ordentlig måte. Her skal alle Innovasjon Norge sine kontorer levere resultater med skikkelig utfylt presseform. Om ikke dette blir fulgt opp er det viktig at dette rapporteres, slik at vi får fulgt opp prosedyrene våre.

Presserapport:

Resultater fra en pressetur vil rapporteres på tre ulike nivåer:

- I etterkant av hver enkelt tur når presseresultater er publisert. Klippet vil sendes med utfylt presseskjema
- En oppsummerende årlig rapport som inkluderer alle markedene sin samlede annonseverdi samt det enkeltes marked presseresultat. Denne rapporten vil ikke være region spesifikk. Denne vil bli sendt som PDF og som brosjyre.
- En region/partner spesifikk rapport. Denne vil bli sendt til landsdelsselskapene to ganger i året. En i januar og en i august. Denne vil bli sendt som et Excel ark og skal gjøre det enkelt for våre partnere å rapportere videre sine presseresultater.

Presseskjema:

Et presseskjema SKAL alltid sendes før en tur med all nødvendig informasjon om journalisten. Dette skal bli sendt i god tid før en pressereise. Dette skjemaet skal gi destinasjonen all relevant informasjon.

Når presseresultatene er publisert vil presseskjema bli sendt igjen, denne gang med utfylt annonseverdi og informasjon om det aktuelle mediet.

Forsikring:

Innovasjon Norge har ikke noe objektivt ansvar for eventuelle ulykker på presseturer. Dersom det har blitt begått en feil eller unnlatt å gjøre noe vi burde gjøre har vi ansvar på grunnlag av uaktsomhet.

For å sikre at journalistene blir ivaretatt på en best mulig måte må vi oppfordre om at det blir tatt ut reiseforsikring som er gyldig for aktivitetene som turen inneholder og dersom journalisten allerede har en reiseforsikring må det sjekkes at denne er gyldig. Dette er informasjon IN vil inkludere på presseskjemaet.