



PR och marknadsföring

PETS - President Elect Training Seminar



VARFÖR FÅR VI INTE FULL UPPMÄRKSAMHET FÖR VÅRT GODA ARBETE? VAD SKALL VI GÖRA?



Rotary
Distrikten
2350 & 2370

Rädda
Östersjön



Rotary Doctors nyhetsbrev februari meddelar att **Strängnäs Bisp Thomas RK** latrinprojekt i Kenya är slutfört!
99 procent av hushållen har bra latriner nu.

Kort vad är PR?

- PR = Extern kommunikation, publicitet, att synas och höras!

-

Men PR kan naturligtvis också vara intern kommunikation!

- Allt startar med Dig!
- Du är **Rotaryambassdör**



Varför skall vi göra PR för Rotary?

- För att stärka klubbens varumärke och identitet. Hur uppfattas Rotaryklubben och hur vill vi att den skall uppfattas?
- För att underlätta medlemsrekrytering och dra till sig gäster och nya medlemmar.
- För att skapa medvetande om, väcka intresse och bygga förtroende för den lokala Rotaryklubben genom att hela tiden informera om vad klubben gör lokalt.
- För att förenkla verksamheten. Lättare att t.ex. få ja från sponsorer om de vet vilken nytta vi gör. Lättare att få in artiklar. Lättare med talare m.m.

Rotary gör skillnad - värt att göra PR för!

Betydelsen av att se lika ut

Vad kan jag som enskild Rotarian göra?

Folks uppfattning om Rotary kommer från deras upplevelser av våra klubbar och projekt, tillsammans med berättelserna vi förmedlar och bilderna vi delar.

Exempel på vad du som enskild Rotarian kan göra:

- Gå på klubbens möten.
- Engagera dig i ett eller flera projekt.
- Engagera dig i en funktionärsroll.
- **Bär din Rotary-nål och var stolt över organisationen.**
- Registrera ett konto på My Rotary.
- Registrera dig på ClubAdmin eller ClubRunner.
- Lär dig mera genom att gå igenom några självstudiekurser på My Rotary.

My Rotary/Brandcenter

För att få så stor igenkänning som möjligt måste Rotarys profil och varumärke alltid se lika ut oavsett om vi presenterar Rotary muntligt, i en skrift eller på en hemsida.



Målgrupper för Rotarys externa PR-arbete

- Gäster och presumtiva medlemmar
- Ungdomar som kan vara intresserade av ungdomsutbytet
- Partners/andra aktörer för samverkan i lokala projekt
- Tänkbara sponsorer för finansiering av olika aktiviteter
- Intressanta talare
- Pressen för att få publicitet
- Allmänheten för att stärka Rotarys image och varumärket



Konkreta exempel på hur eller på vilka sätt vi kan göra PR!

