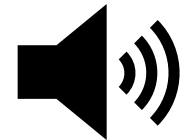


[erichsen]



Podcast fra Folkemødet 2018

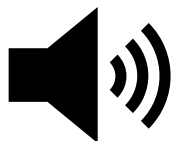
Fasthold den uddannelsespolitiske debat og nå ud til et bredere publikum



Uddannelsespolitiske debatter på Folkemødet 2017



Fasthold den uddannelsespolitiske debat og nå ud til et bredere publikum



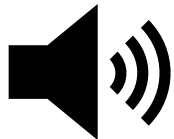
De fleste debatter på Folkemødet er resultatet af mange timers forarbejde med analyse, research, møder, briefinger og praktisk koordinering. Det afspejles i den høje kvalitet i debatterne, som afvikles på Bornholm.

Men hvordan sørger man for, at den specialviden ikke går tabt efter Folkemødet?

Ved at producere en podcast af debatten og lave interviews med relevante kilder, kan I både fastholde viden og nå ud til en meget større del af den uddannelsespolitiske målgruppe end blot de aktuelle tilhørere, som er til stede på Folkemødet.

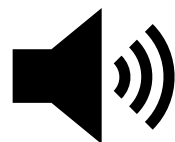


Podcast er ideel til vidensdeling af komplicerede problemstillinger



Podcast lyttes typisk på farten, så lytterne kan fordybe sig og få oplevelse og oplysning i toget, bilen, lufthavnen, etc. Mediet giver lang taletid overfor målgruppen. En podcast fra Folkemødet:

- Opsamler pointer, viden og synspunkter fra den aktuelle debat og tilføjer perspektivering og rammesætning.
- Giver en blivende stemme til organisationer og deres nøglepersoner, som profileres for et større publikum og over længere tid.
- Kan bruges som referencer og vidensarkiv i organisationers og institutioners efterfølgende politiske arbejde, formidling og positionering.



Form og opbygning

Som udgangspunkt en længde på 15 – 25 minutter.

Optagelser fra debatten på folkemødet.

Rammesætning med journalist.

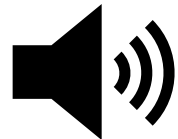
Perspektivering med 1 – 2 kilder valgt af arrangørerne af debatten.

Formidling og teknik

Der opsættes kanaler til afspilning på hjemmesider, nyhedsbreve, etc.

Podcasten gøres tilgængeligt på iTunes og andre podcasttjenester.

Der udarbejdes versioner af podcast til formidling via LinkedIn, FB etc.



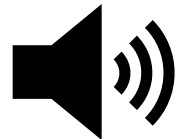
Fakta om podcast

Antallet af danskere, der lytter til podcast bare stiger og stiger.

Modsat andre SoMe er podcast egnet til fordybelse og er derfor det medie, hvor I kan få længst taletid. Styrken er muligheden for at lave andre ting, imens man lytter.

Den typiske podcastlytter er veluddannet eller i gang med en uddannelse. Mediet egner sig til at dele specialviden på en spændende måde. Blandt den almene dansker lytter hver fjerde i aldersgruppen 20-39-årige ugentligt til podcast.

En LinkedIn Business undersøgelse viser, at mere end hver tredje af deres brugere regelmæssigt lytter til podcast.



Holdet bag:

David Erichsen [erichsen]

Selvstændig rådgiver om kommunikation og interessevaretagelse med et særligt kendskab til videregående uddannelser, efter- og videreuddannelse, institutioner og uddannelsespolitik. Journalist og tidligere bl.a. kommunikationschef for professionshøjskolernes interesseorganisation.

www.erichsencom.dk (M: 31409985)

Søren Prehn

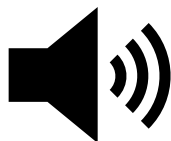


Journalist og ekspert i podcast, underviser og foredragsholder. Har været med siden podcast kom til verden og producerer i dag til en lang række virksomheder og organisationer. Har i mange år også produceret til DR. Derudover underviser og rådgiver i at producere, publicere og søgeoptimere podcast.

www.podcastteam.dk (M: 26850755)



Pris og levering



Prisen for en podcast leveret 14 dage efter folkemødets afslutning og inklusive:

- Planlægning og forberedelse
- Optagelse af debat på folkemødet
- Redigering og rammesætning ved journalist
- Efterfølgende perspektivering ved 1 – 2 kilder
- Godkendelse hos kunde
- Opsætning af kanaler til lytning på debattørernes hjemmesider, nyhedsbreve etc.
- Tilgængelighed på iTunes og andre podcasttjenester
- Versioner til formidling på LinkedIn, FB etc.

Pris pr. podcast 14.500,-

*Podcasten og derfor også prisen kan deles mellem deltagerne i den pågældende debat. Pris er ekskl. moms.
Ved køb af flere podcast kan der aftales en samlet pris afhængig af produktion og antal.*