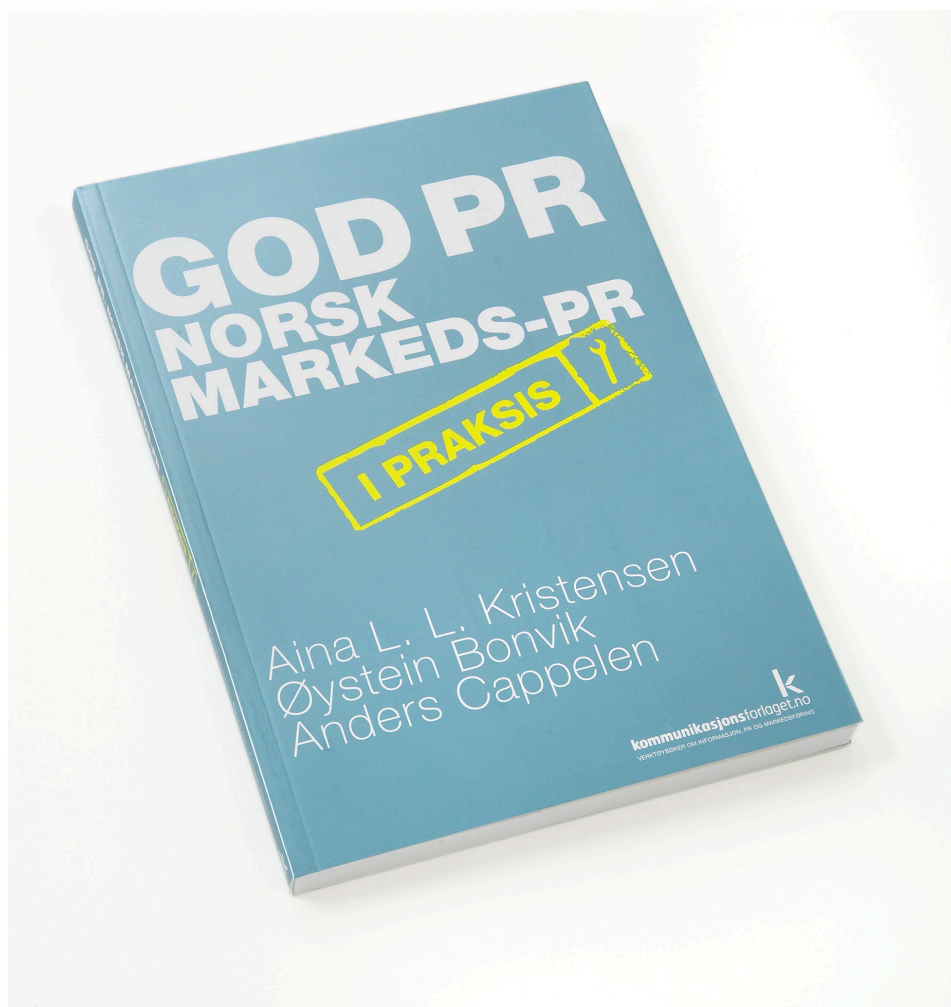


Oppskriftene bak store
norske PR-suksesser

Hvordan lykkes med markeds-PR i vår nye mediehverdag



«FULLSPEKKET MED KONKRETE RÅD OG VERDIFULL INNSIKT»

» «God PR er verdifull fordi den viser helt konkret hvordan godt PR-arbeid utføres i praksis. Den er fullspekket med konkrete råd og verdifull innsikt.»

Robert Sjøborg, dir. i The Orkla Brand Academy

» «Boka gir deg en mengde ideer om hvordan du kan utvikle kreative PR-tiltak for din egen virksomhet.»

Jorun Thue, medie- og analysesjef, Coop

» «En glimrende og praktisk anlagt introduksjon til hvordan du kan ta markeds-PR i bruk.»

Runar Pahr Andresen, markedsdirektør i Orkla Lilleborg

» «Gir et sjeldent innsyn i hvordan PR-byråene jobber. En bok som vil spare mange for dyre konsulent-honorarer.»

Kjell S. Rakkenes, kommunikasjonsdirektør i Nortura, tidligere adm. direktør i JKL og partner i Geelmuyden. Kieseadm. dir. i JKL og partner i Geelmuyden.Kie



MOTTA
GRATIS

PR-tips,
se siste side.

Oversikt over casestudiene i *God PR*

– ditt nye arbeidsverktøy:

CASE 01:

Dressmann bruker PR for å engasjere kundenes kvinner
– slik aktiviserer du nye kundegrupper

CASE 02:

Janssen-Cilag lanserer prevensjonsplaster
– slik gjør du produktlanseringer medievennlige

CASE 03:

Sogn videregående snur et dårlig omdømme med markeds-PR
– slik bruker du klassisk retorikk i PR-tiltak og i omdømmearbeidet

CASE 06:

Dyrebeskyttelsens PR-arbeid for å endre lovregel
– slik utnytter du mediernes interesse for konflikter

CASE 07:

Legoland snur negativ besøksutvikling med PR
– slik utvikler du PR-konsepter med lang levetid

CASE 08:

Cubus' PR-tiltak for å øke salget i lavsesongen
– slik utnytter du egne salgshall

CASE 09:

PR-kampanje for fårrikål
– slik låner du fra andres PR-suksesser

» *God PR gir deg full innsikt i hvordan ledende PR-rådgivere jobber – norske PR-byråer letter for første gang på sløret og tar deg med inn i PR-verkstedet.* »

CASE 04:

IKEA åpner nybygg og ny kafeteria
– slik skaper du medieinteresse for utvidelser og nyåpninger

CASE 05:

De store bistandsorganisasjonenes PR-kampanje for å engasjere norsk ungdom
– slik når du en uinteressert målgruppe

CASE 10:

PR-kampanje for traffickingofre
– slik utløser du endringsskapende oppmerksomhet om en sak

CASE 11:

Valdres bruker PR for å bygge merkevare
– slik bruker du PR i reiselivsmarkedsføring

Gjennom denne boken lærer du:

- Hvordan du får størst mulig PR-gevinst når du har en god sak
- Hvordan du bygger en komplett PR-kampanje
- Hvordan du gjennomfører kreative prosesser for å utvikle gode PR-tiltak
- Hvordan du utvikler saker for medier som satser på livsstil og underholdning
- Hvordan du lager effektiv PR med små budsjetter
- Hvordan du utvikler en online PR-strategi
- Hvordan du integrerer PR-tiltak i markedsplanene
- Hvordan du lykkes med event-PR
- Hvordan du porsjonerer ut en sak for å få mange medier til å omtale den
- Hvordan du selger inn saker og følger opp innspill
- Hvordan du lager et digitalt pressesenter

Om forfatterne



Øystein Bonvik (t.h.), selvstendig rådgiver og en av Norges fremste eksperter på markeds-PR-feltet. Tidligere daglig leder i PR-operatørene, PR-rådgiver i JKL og Burson-Marsteller, og informasjonssjef i Coca-Cola Norge.

Aina Lemoen Lunde, kreativ leder i PR-operatørene. Tidligere PR-rådgiver i Burson-Marsteller og informasjonsansvarlig i Bryggeriforeningen og i Cubus (Varner).

Anders Cappelen, forfatter av *Bruk Pressen 3.0. Komplette guide i presserelatert PR*, tidligere Aftenposten-journalist. Har vært PR-rådgiver i Woldsdal & Partnere og Chief Communication Officer i TraceTracker. Siviløkonom fra NHH.

SLIK KJØPER DU BOKEN – SE NESTE SIDE →

«Den mest troverdige og effektive form for kommunikasjon»

» «Fantastisk god»

«God PR er en fantastisk god og inspirerende bok om den mest troverdige, effektive og rimelige form for kommunikasjon!»

Odd Fossan-Waage jr., kommunikasjonsrådgiver i Abacus Kommunikasjon

» «Samler en omfattende erfaring»

«Boken samler en omfattende erfaring fra PR-arbeid og vil gi leseren et solid grunnlag i egne prosesser.»

Karl-Fredrik Tangen, førstelektor ved Oslo Markedshøyskole

» «En veldig god bok!»

«Dette er en veldig god bok! Det praktiske grepet/ momentliste/ huskeliste er meget bra.»

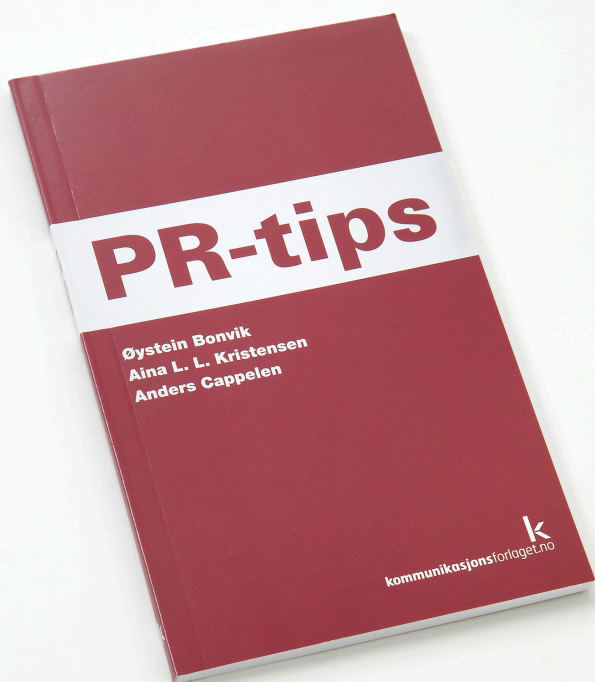
Hauk Lund, Hauk Lund Konsult, tidligere styreleder i Norske Informasjonsrådgivere (NIR) og partner i Sjo & Lund

» «Gode og systematiske råd»

«Her er det inspirasjon og lærdom for mange. Godt fortalt, godt skrevet, gode og systematiske råd. Matnyttig og godt lesestoff for alle som jobber med kommunikasjon!»

Berly Lund Grønning, daglig leder i Dinamo PR, tidligere informasjonsdirektør i Telenor Mobil »

SPESIALTILBUD - FÅ PR-TIPS GRATIS



Bestiller du *God PR* nå får du gratis *PR-tips* (82 sider, veil. utsalgspris kr 175). Dette er et presist og effektivt verktøy som vil hjelpe deg å jobbe konkret med PR-tiltak for din virksomhet. Her får du mange av de beste rådene i *God PR* gjengitt i en kortfattet form.

Bestill
God PR
her