

Publicitet

Här är några tips om hur du gör reklam för ditt språkcafé via pressen, arrangemang, personliga kontakter och andra tänkbara resurser. Därefter följer några råd om hur man kan stödja andra som vill starta ett språkcafé.

A) Hur man kan använda pressen

- Skapa ett pressmeddelande som kan återanvändas (läs 'Hur man skriver ett pressmeddelande' på)
- Kontakta:
 - Tidningars kontaktpersoner osv
 - Redaktörer för onlinepublikationer
 - Journalister på din lokaltidning
 - Onlinetidskrifter med anknytning till språkinläring
- Skicka bilder (men skaffa tillstånd från berörda först)
- Hitta någon med kontakter inom pressen
- Använd din institutions massmediekontakter
- Använd din institutions nyhetsbrev
- Kom på något av massmedialt intresse att tala om för pressen (en attraktiv nyhet som ger en "levande" bild av ditt projekt)
- Arbeta utifrån det lokala när du kontaktar TV och radio
- Använd nyhetsbrev som utges av t.ex. kommunen eller skolor
- Använd evenemangsnyheter
- Skapa en podradio- eller minivideosändning avsedd att sändas till websidor, osv.
- Gör länkar till tidningsreferat du haft på din websida
- Använd speciella evenemangsnyheter som anknyter till språk/utbildning, t.ex. Europeiska Språkdagen
- Använd specialpress som tidskrifter för kvinnor eller barn
- Ha ett klart budskap och var kreativ – berätta något med personlig vinkling, tänk ut en slogan!
- Varning! Se upp med:
 - Tidningar som felciterar dig
 - Intressantare händelser raderar bort dig från nyheterna
 - Att använda foton/podsändningar utan tillstånd
 - Upprepa inte samma sak varje gång
 - Rikta inte pressmeddelanden till en särskild tidning
 - Pressen är bra på informations- och idéspredning, men förmodligen inte för rekrytering
 - Din institutions mediekontakter kan göra dig besviken

B) Att använda arrangemang, t. ex. utåtriktade konferenser, språkkonferenser och språkmässor

- Använd olika typer av publicitet beroende på hur långt du har kommit med språkcaféet



- Använd konferenser om språkinläring (ditt upplägg beror på typ av konferens, t.ex. informell eller forskningsinriktad)
 - Innan språkcaféet har startats, använd konferenser som medel för:
 - Leta efter lokaler/sponsorer
 - Leta efter partners
 - Ta reda på om det finns intresse
 - Efter att språkcaféet har varit igång en tid, använd konferenser till att presentera:
 - Succéer och misslyckanden
 - Vad göra och inte göra (användbara tips)
 - Affischpresentationer
 - "Levande" workshop-version av språkcaféet
- Dela ut vykort vid olika arrangemang
- Var medveten om kostnader
- Exempel på evenemang som är bra att vara med på:
 - Yrkesinriktade evenemang (t.ex. polis-)
 - "Öppet hus" hos olika företag
 - Marknadsdagar (lokala)
 - Europeiska Språkdagen
 - Mindre bokmässor
 - Utbildningsmässor
 - Julmarknader
 - Olympiader eller olika typer av idrottsevenemang
 - Festivaler (musik-, kultur-, konst-, osv.)

C) Att använda kontakter från person till person

- Gör bruk av "användbara" kontakter, t.ex. institutioner som kan vara användbara för ditt språkcafé, samt personliga kontakter
- I stället för att skicka e-post till en adresslista: var selektiv, kontakta folk som kan vara intresserade eller kan bli en tillgång för ditt språkcafé
- Håll folk informerade, t.ex. genom regelbunden e-post eller ett nyhetsbrev, även om de inte är direkt involverade i att driva ett språkcafé
- Lägg websidans URL och din blogadress till din e-post-signatur för att öka uppmärksamheten för språkcaféet
- Öka språkcafégruppens sammanhållning genom att organisera gemensamma aktiviteter, t.ex. en middag eller en filmkväll – sådant kan hålla språkcaféet igång och övertyga flera att komma med
- Utnyttja vänner för utåtriktad information (berätta vad du gjort) och för rekrytering (be dem att komma med i språkcafégruppen)

- Vänner kan också vara användbara för expansion av språkcaféernas nätverk (se sektion E, nedan), både när det gäller medvetenheten om att ett språkcafé finns och att hitta andra människor som kan vara intresserade
- Ibland är det en bra idé att prata med folk öga mot öga i stället för att skicka e-post

D) Engagera andra myndigheter och organisationer

- Engagemang från andra håll (myndigheter osv) kan ske i form av finansiellt stöd, t.ex. att betala någon som talar målspråket eller andra former av sponsring, t.ex. ställa gratis utrymme/lokal till förfogande
- Ta reda på myndighetens/organisationens mål och se till att du anknyter till dessa mål vid den första kontakten
- Exempel på myndigheter och organisationer:
 - Lokala myndigheter, t.ex. kommun och landsting
 - Kulturella organisationer, t.ex. British Council
 - Ambassader/kulturinstitut
 - Språkskolor och universitetens språkinstitutioner eller avdelningar
 - Skolor (kan vara intresserade av ett språkcafé som en aktivitet utanför skoltid)
 - Frivilligorganisationer (s. k. NGOs)
 - Bokhandlar/kedjor och förlag
 - Bibliotek
 - Välgörenhets- eller flyktingorganisationer
 - Arbetsförmedlingar
 - Kommundelskontor där du bor

E) Att utvidga språkcaféernas nätverk/stödja andra som vill starta sitt eget språkcafé

- Underlätta tillgång till information, t.ex. starthandledningen
- Ställa upp med medel för marknadsföring/publicitet, t.ex. affischer, vykort
- Alla kontakter utåt bör innehålla nödvändiga adresser (etc.)
- Var beredd att erbjuda stöd och handledning
- Delta i språkcaféets första träff (om möjligt)
- Se till att det är lätt att logga in på din websida och att den uppdateras regelbundet
- Ha länkar till andra websidor
- Använd din arbetsplats/organisations resurser, t.ex. adresslistor
- Sök kontakt utåt, med t.ex. bibliotek, stormarknader, "bondens marknad" o. likn.
- Var medveten om existerande nätverk och använd dem
- Besök tänkbara kafélokaler själv (men ring först, om möjligt)