

KOMMUNIKATIONSMEDARBEJDER

Undervisningsmateriale

Kommunikationsmedarbejderens opgaver:

En kommunikationsmedarbejder arbejder med at fortælle publikum om teatrets forestillinger og aktiviteter. Det kan f.eks. være gennem sociale medier, videoer, nyhedsbreve, presse og markedsføring. Kommunikationsmedarbejderen skal også være med til at finde ud af, hvem teatret gerne vil nå, og hvordan man bedst kommunikerer til forskellige målgrupper. Det kan blandt andet være ved at lave opslag og kampagner, skrive tekster til hjemmesiden, tage billeder og videoer eller kontakte journalister. Målet er at skabe interesse for teatrets forestillinger, gøre flere mennesker opmærksomme på teatret og få dem til at få lyst til at komme.

CASE: Kan I få unge til at opdage 'Et dukkehjem'?

I skal arbejde med Henrik Ibsens 'Et dukkehjem' fra 1879. Stykket handler om Nora og Torvald, der er gift og udadtil lever et godt familieliv. Nora bærer på en hemmelighed, som langsomt truer med at ændre deres forhold. Forestillingen indeholder emner som kærlighed, forventninger, økonomi og frihed.

I denne case skal I forestille jer, at I er kommunikationsmedarbejdere. Der er otte uger til premieren på den nye iscenesættelse af forestillingen og teatret vil især gerne have unge til at se forestillingen.

I får udleveret en produktionsplan for forestillingen og en række kommunikationsbrikker. Prøveplanen viser, hvad der sker frem mod premieren. Jeres opgave er at beslutte, hvornår kommunikationen skal ske så I kan få unge til at opdage forestillingen og få lyst til at købe billetter.

Opgave:

1) Planlæg jeres kampagne

- Hvem vil I gerne nå med jeres kommunikation?
- Hvilke sociale medier vil I bruge?
- Hvad ved 'Et dukkehjem', vil I fremhæve for at gøre unge nysgerrige?
- Hvilke type indhold tror I vil fungere bedst

2) Byg jeres kommunikationsplan

- Placér jeres kommunikationsbrikker på prøveplanen frem mod premieren. Hvornår giver det mening for jer, at de forskellige ting sker?
- Er der noget, der skal ske før noget andet?
- Er der tidspunkter i prøveplanen, hvor det vil være særlig oplagt at lave indhold?

3) Uforudsigeligheder

- En af jeres skuespillere bliver syg og kan derfor ikke være til stede den uge, der skal tages billeder til programmet. Hvordan vil I løse det uden at forsinke resten af jeres plan?
- Billetsalget går dårligere end forventet. Hvad ændrer I i kampagnen for at få flere til at købe billetter? Skal nogle af jeres brikker flyttes? Vil I tilføje noget nyt?

Til sidst: Tal sammen om, hvad lagde I mest vægt på, da I planlagde kommunikationen? Hvordan fik I kommunikationsplanen til at passe sammen med prøveplanen? Hvad måtte I ændre, da der skete noget uventet? Hvad tror I, at en kommunikationsmedarbejder skal være god til?