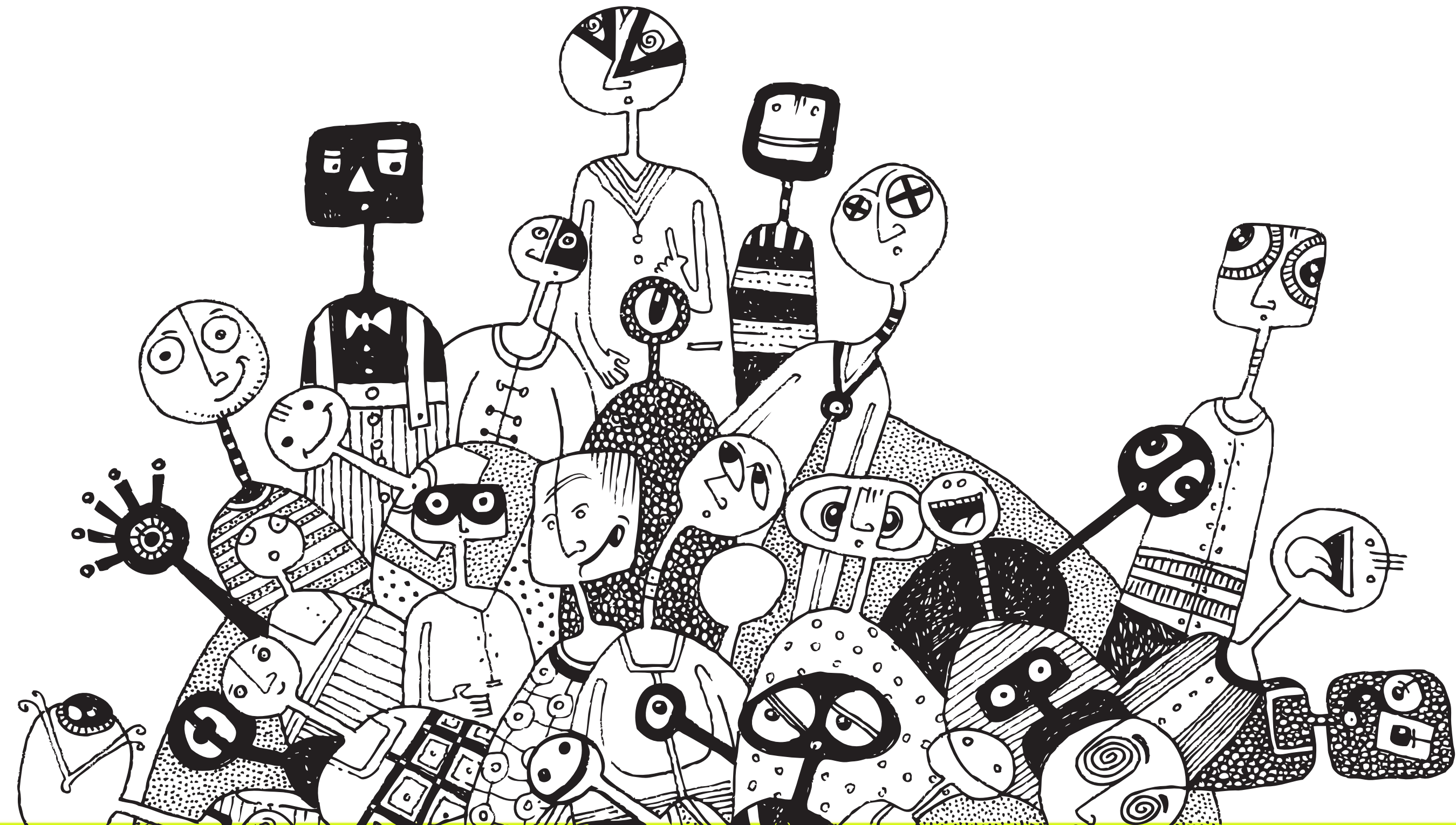




24 EMNER INDEN FOR SALG, SYNLIGHED OG FUNDING

Inspiration, tips og tricks fra Innovativ Kulturledelse

STORYTELLING: HVAD SKAL DU FORTÆLLE DINE FØLGERE?

Lad være med at vente til den næste store succes med at fortælle en hel masse til dine følgere. Start med at fortælle den enkelte historie, eller endnu bedre, den enkelte persons historie. Vis dine følgere noget de kan relatere til. Sæt gerne ansigt på personen, så dine følgere kan få en endnu stærkere relation til personen – det behøver ikke være dig selv, det kunne også være en af dine medarbejdere, en af dine gæster eller en anden med tilknytning til din institution eller projekt. Vis os de tidspunkter hvor det er sjovest at være på arbejde, og hvor det hele lykkes og går op i en højere enhed. Vær dog ikke bange for også at fortælle når det er mindre sjovt og måske ikke går som planlagt. Når du virker menneskelig og autentisk, har dine følgere mulighed for at få større kendskab til dig og opbygge en tættere relation til dig og dit projekt eller institution.

Action Step

Stop med at tøve og kom i gang med det samme. Brug de små historier til at give dine følgere en fornemmelse af hvem du er og til at lære din institution og dit projekt godt at kende.

Inspiration

Københavns Universitet viser nuværende studerendes strabadser det første år af deres studietid, her følger man seks forskellige studerendes op- og nedture og følger dem i deres hverdag. Se mere her og bliv inspireret til selv at prøve det af http://www.youtube.com/watch?v=PxiUECn2-f0&list=TLy7jbcD3JZQ_hexHprSDQILERQ9wyV21Z

Få mere inspiration på Innovativ Kulturledelses blog

- <http://www.innovativkulturledelse.dk/hvordan-fortaeller-du-jeres-historie-om-storytelling-som-formidlingsvaerktoej/>
- <http://www.innovativkulturledelse.dk/der-var-engang-storytelling-som-formidling/>



SOCIALE MEDIER: HVORDAN KAN DU BRUGE INSTAGRAM?



Instagram giver dig muligheden for at vise dine følgere, hvad der foregår backstage på din kulturinstitution og i dit kulturprojekt. På Instagram kan du poste ét eller flere billeder samtidig eller dele korte videoer. Du kan bruge mediet til at vise dine følgere, hvordan hverdagen ser ud for dig og dine kollegaer. Tænk over hvad dine følgere synes er interessant at se, inden du deler billeder af din frokost eller det papir du har i din printer. Du kan også bruge Instagram til at lave fotokonkurrencer eller til at reklamere for kommende arrangementer. Hvis du bruger relevante [#hashtags](#) til dine billeder, er de med til at hjælpe dig med at brede dine billeder ud til andre end dine egne følgere.

Action Step

Brug billeder til at vise hvem du er og hvad du og dine kollegaer laver, da et billede siger mere end tusind ord.

Inspiration

Hvis du klikker dig ind på Kultur Valbys Instagram-profil <http://instagram.com/kulturvalby>, kan du se, hvordan du kan bruge Instagram til at skabe værdi for dine følgere ved at give dem et indblik i din hverdag.

Få mere inspiration på Innovativ Kulturledelses blog

- <http://www.innovativkulturledelse.dk/billedplatformene-er-som-skabt-til-delning-af-kultur/>

CROWDFUNDING: HAR DU EN SOLID FANBASE TIL AT CROWDFUNDE?

Det er vigtigt, at du skaber det netværk, du behøver, før du begynder på dit crowdfunding projekt. Folk er meget mere villige til at donere til dig og dit projekt, hvis de allerede kender dig på forhånd. Uanset om kendskabet er personlig eller via de sociale medier. Til at udvide dit netværk og skaffe flere kontakter skal du arbejde strategisk med din Facebook, blogge på din hjemmeside, bruge Twitter og andre sociale medier. Det er selvfølgelig også en god idé at tage kontakt til familie, venner, kollegaer, skolekammerater osv. Men husk også at tænke endnu større og sørg for at du har kontakt til mange forskellige netværk, inden du begynder på dit crowdfunding projekt. Partner op med andre som også har gode store netværk, og som gerne vil hjælpe dig med at nå endnu længere ud. Ha´ dine netværk og crowds klar inden du sætter dit crowdfunding projekt op.

Action Step

Brug dine følgere til at udvide dit netværk og brug dit nuværende netværk til at skabe kontakt ud i nye netværk.

Inspiration

Cirkus- og Teatergruppen Fugl Fønix fra Esbjerg formåede at være tro mod deres kunstart og samtidig indsamle pengene til det konkrete formål <http://www.boomerang.dk/projects/spotlight/>

Få mere inspiration på Innovativ Kulturledelses blog

- <http://www.innovativkulturledelse.dk/nye-finansieringsmuligheder-kulturprojekter-crowdfunding/>
- <http://www.innovativkulturledelse.dk/crowdfunding-sadan-far-du-dine-venner-til-at-finansiere-dit-projekt/>



BLOGGING: HVAD SKAL DER STÅ I DIN BLOG?



En blog kan hjælpe dig med at opnå større synlighed online.

Før du starter på dine blogindlæg, er det vigtigt, at du opsætter nogle rammer for din blog og finder ud af, hvad formålet er med den. Du kan fx bruge bloggen til at styrke relationerne til dine eksisterende kunder. Du kan også bruge blogindlæg til at få opmærksomhed fra pressen eller udvide forståelsen af og kendskabet til din institution eller dit projekt til omverdenen. Det kan også være en ekspertblog, hvor du deler ud af den viden, du har indenfor dit eget felt. Du bestemmer selvfølgelig selv, hvad din blog skal handle om, men vi anbefaler, at du sørger for at skille dig ud fra mængden for at tiltrække din unikke målgruppe og følgere.

Action Step

Bestem hvilket formål din blog skal have, inden du lægger en plan for, hvilket indhold der skal formidles.

Inspiration

Hvis du stadig er i tvivl om hvorvidt du bør have en blog, så kan du læse flere grunde her <http://www.textileartist.org/10-reasons-art-blogging/>

Få mere inspiration på Innovativ Kulturledelses blog

- <http://www.innovativkulturledelse.dk/dit-guldaeg-er-din-blog/>

FUNDRAISING: HVORDAN GØR DU DIN FUNDRAISING NEMMERE?

Jo mere forarbejde og research du gør, jo nemmere bliver det for dig at fundraise. Start med at skabe overblik over de fonde der er relevante for dig at søge, og husk at indsamle både kontaktinfo og deadline for ansøgningen. Sørg også for at have din planlægning i orden. Prøv så tidligt som muligt i processen at lægge en strategi for hele fundraising-proceduren. I det lange løb kan det betale sig at investere i forberedelsen. Med den rette strategi behøver din fundraising ikke være tidskrævende arbejde. Du kan også gøre det meget nemmere for dig selv, ved at lave en tidsplan der viser, hvilke ansøgninger der skal sendes ud hvornår.

Action Step

Brug tid på at skabe overblik over både fonde og ansøgningstidspunkter inden du starter op på fundraising.

Inspiration

Enhver kan blive en god fundraiser og den holdning er vi ikke ene om
<http://www.thefundraisingauthority.com/fundraising-basics/be-a-superstar-fundraiser/>

Få mere inspiration på Innovativ Kulturledelses blog

- <http://www.innovativkulturledelse.dk/fundraising-where-to-begin/>



CONTENT MARKETING: HVORDAN FÅR DU MEST UD AF DET INDHOLD DU BRUGER I DIN ONLINE MARKEDSFØRING?



Har du også udfordringer med at finde indhold til din markedsføring? I stedet for kun at fokusere på konstant at skabe nyt indhold, kan du også arbejde med at bruge det samme indhold, men på flere forskellige måder. Når du har udvalgt dit indhold, historier og cases, så start med at overveje, om du kan dele det op i mindre brudstykker og dele det ud via flere forskellige formater. Suppler fx din tekst med billeder, videoer, podcasts eller lignende. Ved at bruge flere forskellige tilgange, og ved at formidle i flere formater, kan du forlænge levetiden på alt det, som du gerne vil fortælle og dele. Samtidig er der stor sandsynlighed for, at alle dine følgere vil nå at opfange dine budskaber.

Action Step

Del dit indhold op i mindre brudstykker og brug flere formater til at formidle det i. Vær ikke bange for at gentage dig selv for at få dine pointer ud til dine følgere.

Inspiration

Hvis du vil se et eksempel på, hvordan du kan bruge content marketing, kan du klikke dig ind på denne korte video, hvor Julie Fleischer fra Kraft Food fortæller, hvordan hendes virksomhed arbejder med at skabe indholdsmarketing <http://vimeo.com/75993629>

Få mere inspiration på Innovativ Kulturledelses blog

- <http://www.innovativkulturledelse.dk/content-marketing-hvad-og-hvorfor/>
- <http://www.innovativkulturledelse.dk/hvordan-kan-du-bruge-content-marketing/>

BRUGERINDDRAGELSE: HVORDAN KAN DU SKABE FOKUS PÅ DINE BRUGERE?

Publikumsudvikling, deltagelsesorientering og brugerinddragelse. Det er alle begreber, der helt overordnet handler om at inddrage publikum og brugere i kulturelle oplevelser eller projekter. Det kan gøres på mange forskellige måder. Du kan fx inddrage dine brugere og dit publikum rent fysisk i det du skaber, og måske få dem helt op på scenen eller ned og røre i gryden i det endelige produkt. Du kan lade dine brugere deltage i den kreative proces eller udviklingen af dine kulturprojekter. Du kan inddrage dem i forskellige faser, alt efter hvad der giver mening og hvilken effekt du vil have.

Action Step

Lad brugeren være en aktivt del af din proces eller dit produkt, men gør det, så det giver mening for dig og dit arbejde.

Inspiration

Et eksempel hvor publikum blev inddraget i skabelsesprocessen, er fra da Teatret Svalegangen lavede forestillingen OTTETUSINDE. Gennem Facebook kunne teatrets følgere bidrage med idéer, karakterer og historier om Aarhus

<http://www.svalegangen.dk/ottetusinde.asp>

Få mere inspiration på Innovativ Kulturledelses blog

- Brugerinddragelse med medlemsklubber <http://www.innovativkulturledelse.dk/medlemsklubber-er-hverken-yt-eller-ligegyldige/>



SOCIALE MEDIER: HVORDAN KAN DU BRUGE TWITTER TIL AT OPNÅ MERE SYNLIGHED?



Twitter er et rigtig godt socialt medie i forhold til at skabe et større netværk. Du kan nemt etablere et netværk med folk der arbejder indenfor samme branche som dig ved at begynde at følge dem på Twitter. Du kan fx vælge at like eller retweete deres tweets for at øge opmærksomheden omkring dig selv. Du kan også gøre brug af de relevante [#hashtags](#), som florerer indenfor dit felt og interesser. På den måde får du bredt dine tweets ud til flere og får nye følgere. Ved at bruge [#hashtags](#) kan du også nemt deltage i aktuelle debatter og diskussioner på Twitter.

Twitter giver dig også mulighed for at yde en god kundeservice til dine følgere, da du kan være i mere direkte kontakt med dem. Giv dig tid til at gå i dialog med dem, kommenter på deres kommentarer til dine tweets, og læg selv op til dialog ved at stille dine følgere direkte spørgsmål.

Action Step

Gå på opdagelse på Twitter. Find ud af hvad der sker indenfor dit område i øjeblikket ved at søge på forskellige [#hashtags](#). Undersøg også, og nogle af dem du følger på andre sociale medier, er på Twitter. Observer, lyt og deltag i dialogerne og debatterne på Twitter.

Inspiration

På Kulturmødets Twitterprofil kan du eksempelvis se, hvordan du kan bruge Twitter og forskellige [#hashtags](#) når du tweeter. Du kan jo prøve at klikke på et eller flere af deres [#hashtags](#) og se, hvem der ellers bruger det <https://twitter.com/Kulturmoedet>

Få mere inspiration på Innovativ Kulturledelses blog

- <http://www.innovativkulturledelse.dk/hvad-er-meningen-sociale-medier/>
- <http://www.innovativkulturledelse.dk/sociale-medier-med-omtanke/>

PROJEKTLEDELSE: HVILKE MÅLSÆTNINGER SKAL DIT PROJEKT HAVE?

Det første du skal gøre, når du starter et nyt kulturprojekt, er at klarlægge overfor dig selv, dine medarbejdere og dine interessenter, hvad projektets formål er. Det er vigtigt, at du sørger for, at formålet med projektet er både enkelt, klart og tydeligt og let at forstå. Du kan fx formulere det som et enkelt catchphrase, så ingen i virksomheden er i tvivl om, hvad projektet skal gøre godt for. Du må gerne være ambitiøs i dine mål, men pas på at de ikke bliver for urealistiske og overstiger projektets reelle kompetencer og muligheder. Du kan også supplere dine målsætninger med visioner. Udover at målsætninger giver dit projekt en rød tråd gennem processen, så kan de også være et redskab til at evaluere projektet i sidste ende.

Action Step

Formuler en klar og konkret målsætning så du og dine kollegaer ved, hvad formålet med kulturprojektet er.

Inspiration

KulturMetropolØresund har valgt at arbejde med både en vision og en målsætning
<http://kulturmetropol.dk/side/vision-og-maelsaetning#.VHxvRYulAps>

Få mere inspiration på Innovativ Kulturledelses blog

- <http://www.innovativkulturledelse.dk/nar-god-projektledelse-gor-en-forskel/>



CROWDFUNDING: HVORDAN SÆLGER DU DIT PROJEKT TIL ANDRE?



Når du skal crowdfunde, er det vigtigt, at du har en skarp og præcis projektbeskrivelse, så folk forstår, hvad det er, de støtter. Det kræver, at du lægger et stort stykke arbejde i projektbeskrivelsen, da den i høj grad er med til at afgøre, om folk vælger at donere penge til dit projekt. Det kan være en fordel, hvis du supplerer din projektbeskrivelse med en video, hvor du præsenterer både projektet, dig selv og dit team. I en video kan du bedre vise, hvor passioneret du er omkring dit projekt, i forhold til hvis du kun nøjes med at udtrykke dig på skrift. Du behøver ikke nødvendigvis at fokusere på at lave en avanceret og professionel video. Sørg i stedet for at gøre den autentisk og fortælle din crowd, hvorfor de netop skal støtte dit projekt. Lav en video der giver mening ud fra dig, din virksomhed og dit projekt.

Action Step

Find ud af hvordan du skal pitche dit projekt til din målgruppe. Brug video som visuelt formidlingsredskab.

Inspiration

Se fx hvordan Symfoniorkestret ved Københavns Universitet SymfUni har valgt at bruge både video og tekst til at samle penge ind til indkøb af pauker til orkestret

<http://www.boomerang.dk/projects/pauker-soeges/>

Få mere inspiration på Innovativ Kulturledelses blog

- <http://www.innovativkulturledelse.dk/videoer-er-saerligt-effektive-salget-af-kulturprojekter/>
- <http://www.innovativkulturledelse.dk/crowdfunding-sadan-far-du-dine-venner-til-at-finansiere-dit-projekt/>
- <http://www.innovativkulturledelse.dk/nye-finansieringsmuligheder-kulturprojekter-crowdfunding/>

STORYTELLING: HUSKER DU AT GIVE DINE LÆSERE VÆRDI?

Husker du, at give dem noget udover de ydelser og produkter din virksomhed sælger? Selvfølgelig skal du ikke stoppe med at sælge. Men det kan være rigtig fordelagtigt at bruge størstedelen af din online markedsføring på at give dine læsere værdi i stedet for kun at prøve at sælge til dem. Storytelling er en rigtig god måde at give dine læsere værdi. Du skal ikke sidde og opfinde eventyr, men i stedet føre dine læsere igennem de historier der allerede er i din virksomhed, eller dit projekt. Hvis du fx bygger historien op over et specifikt projekt, kan du bruge de personer, der arbejder på projektet, både som karakterer i din storytelling, men også til at bidrage til at fortælle historien. Du behøver ikke altid fortælle på skrift. Tit får du størst respons, når du supplerer med billeder eller videoer.

Action Step

Find både store og små historier i din hverdag og formidl dem til dine læsere.

Inspiration

Du kan læse mere i dette interview om, hvorfor andre bruger Storytelling og hvorfor dette redskab er blevet så vigtigt http://www.huffingtonpost.com/cortney-mcdermott/tell-stories-grow-rich-in_b_5423679.html

Få mere inspiration på Innovativ Kulturledelses blog

- <http://www.innovativkulturledelse.dk/hvordan-fortaeller-du-jeres-historie-om-storytelling-som-formidlingsvaerktoej/>
- <http://www.innovativkulturledelse.dk/der-var-engang-storytelling-som-formidling/>



BRUGERINDDRAGELSE: HVAD VIL DINE LÆSERE HA'?



Brugerinddragelse kommer i mange størrelser! Hvis det ikke giver mening for dig at gøre dit publikum til en aktiv del af din proces eller dit produkt, så gør det hellere på en anden måde. Du kan fx gøre brug af brugerinddragelse i din kommunikation. Hvis du lader dine læsere komme med inputs til, hvad de gerne vil høre fra dig, så får du aktiveret dine følgere og øger opmærksomheden omkring dig selv og din virksomhed. Samtidig gør du det også nemmere for dig selv, fordi du slipper for at sidde og gætte dig til, hvad dine læsere interesserer sig for, når nu de fortæller dig det direkte. Det kan også være gavnligt, at sætte tid af til at læse og kommentere på det, dine læsere skriver til dig, og på den måde bruge deres feedback aktivt.

Action Step

Gør dine læsere til et aktiv og lad dem fortælle dig, hvad de vil høre.

Inspiration

Se fx hvordan Thomas Bigum spurgte sine følgere, hvad hans følgere ønsker at få at vide af ham <https://www.facebook.com/thomasbigum/posts/933876616625307>

Få mere inspiration på Innovativ Kulturledelses blog

- <http://www.innovativkulturledelse.dk/hvad-er-meningen-social-medier/>
- <http://www.innovativkulturledelse.dk/facebook-den-ultimate-social-medieplatform/>

LEDELSE AF FRIVILLIGE: HVORDAN KAN DU BRUGE FRIVILLIGE I DIN KULTURINSTITUTION ELLER I DIT PROJEKT?

Du skal ikke bare se dine frivillige som en gratis hjælpende hånd. Dine frivillige er både en kæmpe ressource, de udvider dit netværk og kan være med til at højne stemningen og engagementet på din arbejdsplads eller i dit projekt. Vær ikke bange for at uddele ansvar til dine frivillige. Husk dog på, at det er dit ansvar at sørge for, at de føler sig godt klædt på til arbejdet. Du kan uddele arbejdet til dine frivillige ud fra de kompetencer, de har i forvejen, eller du kan hjælpe dem til at udvide deres kompetencer. Giv dem mulighed for at udvikle sig og prøve nye ting af, og sørg for at guide dem og give dem feedback på deres arbejde. Det er vigtigt, at du tager dig tid til at tale med dine frivillige – både om arbejdsmiljøet og i forhold til deres konkrete arbejdsopgaver.

Action Step

Har du ikke frivillige i din institution eller dit projekt, så overvej om det kan være en fordel for dig at få nogle med på vognen.

Gør du allerede brug af frivillige, så overvej hvilke opgaver du sætter dem til, og om du måske tør give dem mere ansvar end de har i forvejen.

Inspiration

Huset i Magstræde (eller Huset-Kbh) har mange frivillige. Hvis du har brug for inspiration til hvad du kan sætte dine frivillige til, så tjek ud hvordan de bruger dem

<http://www.huset-kbh.dk/om-huset/>

Få mere inspiration på Innovativ Kulturledelses blog

- <http://www.innovativkulturledelse.dk/saadan-kan-du-lede-dine-frivillige/>
- <http://www.innovativkulturledelse.dk/derfor-skal-du-inddrage-frivillige-i-dit-kulturprojekt/>
- <http://www.innovativkulturledelse.dk/ledelse-af-frivillige/>
- <http://www.innovativkulturledelse.dk/frivillige-kan-vaere-en-kaempe-gave/>



SOCIALE MEDIER: HUSKER DU AT VÆRE SOCIAL HVER DAG?



Let's face it, sociale medier er uomtvisteligt den mest hensigtsmæssige måde at få information ud til mange mennesker på meget kort tid. Alle tweeter og poster! Derfor skal du huske at være kontinuerlig i din kommunikation, så dine følgere ikke overser dig i nyhedsstrømmen eller helt glemmer, at du er der. Der sker rigtig mange ting hvert minut på de sociale medier, og hvis dit budskab skal nå ud til dine læsere, så skal du huske at sige det mere end én gang, og gerne også på flere måder. Hvis du er synlig hver dag, så husker dine følgere dig bedre, hvilket er vigtigt! For når de næste gang står og mangler netop de produkter eller de ydelser, som du kan tilbyde, tænker de på dig. Interaktion på de sociale medier er ligesom i den virkelige verden: Jo mere tid og energi du lægger i projektet, jo stærkere relation får du.

Action Step

Sørg for at være synlig på de sociale medier mindst én gang om dagen – og gerne flere. Vær ikke bange for at gentage dig selv.

Inspiration

Nogle der er rigtig gode til at poste kontinuerligt og næsten dagligt er bl.a. Roskilde Festival på deres Facebook <https://www.facebook.com/orangefeeling?fref=ts>

Få mere inspiration på Innovativ Kulturledelses blog

- <http://www.innovativkulturledelse.dk/facebook-den-ultimate-sociale-mediaplatform/>
- <http://www.innovativkulturledelse.dk/svaert-ved-overskue-din-online-synlighed-lad-den-redaktionelle-kalender-hjaelpe-dig/>

BLOGGING: HVORFOR SKAL DU HAVE EN BLOG?

Ved at blogge på den rigtige måde kan du positionere dig som ekspert i dit fagområde. Jo mere du kan fortælle om hvad du laver, hvordan du gør, hvilke redskaber du bruger, hvad din historie er, hvilke overvejelser du har, hvilke råd du selv bruger – jo mere vil du få en ekspertstatus, og jo mere vil folk se og læse din blog. Hvis du deler ud af din viden og dine erfaringer, vil potentielle brugere og publikummer have dig i baghovedet, næste gang de får brug for de produkter eller ydelser, som du eller din institution kan tilbyde. Hvis du synes begrebet "blog" ikke falder særlig godt i hak med hvad der ellers rør sig på din hjemmeside, så kan du jo vælge at kalde det "inspiration", "historier fra hverdagen", "sidste nyt" eller noget helt fjerde, som giver mening for dig.

Action Step

Del ud af din viden og belys for dine læsere, hvordan du eller din virksomhed arbejder.

Inspiration

Du kan blive inspireret til, hvordan du kan bruge en blog, ved at kigge nærmere på "Dramaturgens blog", hvor man i forbindelse med opsætningen af Tornerose på Det Kongelige Teater kunne følge dramaturgen Sofie Rask Andersen <http://kgltheater.dk/studiemateriale/saeson-12-13/tornerose/dramaturgens-blog>

Få mere inspiration på Innovativ Kulturledelses blog

- <http://www.innovativkulturledelse.dk/dit-guldaeg-er-din-blog/>



PROJEKTLEDELSE: HVORDAN ER DU EN GOD PROJEKTLEDER?



Der er selvfølgelig ikke kun ét svar til sådan et spørgsmål. Det er ofte forskelligt fra projekt til projekt, hvad der kræves af projektlederen. Som projektleder gælder det om at bevare det forkromede overblik i den ofte komplekse og usikre proces. De tre vigtigste opgaver man som projektleder skal varetage er: 1) Kigge opad og udad ved at fastholde sine interesser 2) Kigge fremad og tilbage ved at holde processen i gang 3) Kigge indad og nedad med fokus på projektets resultater. Udover at holde det store overblik, skal du som projektleder også fungere som formidler og forhandler af projektet – både indad og udadtil. Du skal fungere som konfliktløser og problemknuser samtidig med, at du er forretningsorienteret og sikrer resultater. Mange af disse roller kan varetages gennem god og grundig kommunikation med alle implicerede parter af projektet, og det er din opgave som projektleder, at sørge for denne kommunikation.

Action Step

Skab overblik over din projektproces helt fra starten og sørg for hele tiden at være i kommunikation med alle projektets implicerede parter, således at ingen føler sig overset.

Inspiration

Vil du læse mere om værdierne i god projektledelse kan du læse denne artikel <http://managementhelp.org/projectmanagement/>

Få mere inspiration på Innovativ Kulturledelses blog

- <http://www.innovativkulturledelse.dk/nar-god-projektledelse-gor-en-forskel/>

FUNDRAISING: KENDER DU DINE FONDE?

Når du skal fundraise, kan det være en fordel, hvis du kender fonden godt og de mennesker der står bag den. Det kan være en fordel at tage personlig kontakt med fonden, inden du søger den. Hvis du er i tvivl om, hvorvidt fonden er den rigtige for dig, kan det være fordelagtigt at tale med dem. Vær ikke bange for at fortælle dem om dit projekt før ansøgningen er sendt, og vær åben for eventuelle ændringer og nye forslag. Husk også at sætte dig i fondens sted og se på dit projekt og din ansøgning fra deres synspunkt – hvad får de ud af at gå ind i dette samarbejde? Efter fonden er søgt, og selv efter puljen er modtaget, kan det være en god idé at pleje samarbejdet og holde det ved lige.

Action Step

Tag personlig kontakt til dine fonde og få en større forståelse af deres udgangspunkt for at behandle din ansøgning.

Inspiration

Vil du læse mere om, hvordan du bliver en god fundraiser, kan du her få 17 fundraisingidéer til at få flere penge <http://www.giveforward.com/p/fundraising-ideas>

Få mere inspiration på Innovativ Kulturledelses blog

- <http://www.innovativkulturledelse.dk/fundraising-where-to-begin/>
- <http://www.innovativkulturledelse.dk/svaert-ved-overskue-din-online-synlighed-lad-den-redaktionelle-kalender-hjaelpe-dig/>



FUNDRAISING

BLOGGING: HVORDAN FÅR DIN BLOG SYNLIGHED PÅ NETTET?



Det er ikke nok bare at skrive en blog på din hjemmeside, du skal også sørge for, at den når ud til andre. Det er derfor vigtigt, at du deler dine blogindlæg på de sociale medier, inkluderer den i dit nyhedsbrev og hvad der ellers er af mulige online platforme. Sørg for ikke at dele hele dit blogindlæg, men kun dele af det, så du vækker dine læsers nysgerrighed og får dem trukket ind på din egen hjemmeside. Har du først lokket dine læsere ind på din hjemmeside, kommer de et skridt nærmere dig, din institution eller dit projekt. En anden god måde at få bredt sit blogindlæg ud på, er ved at finde relevante samarbejdspartnere, hvor I sammen kan reklamere for hinandens blogindlæg på jeres respektive hjemmesider og sociale medier.

Action Step

Undersøg om du allerede gør nok for at brede dine blogindlæg ud, eller om der er flere ting du kan gøre for at sprede budskabet om dem.

Inspiration

Er du interesseret i at starte en blog, kan du her se fire gode råd til, hvordan du kommer godt i gang <http://www.wikihow.com/Start-a-Blog>

Få mere inspiration på Innovativ Kulturledelses blog

- <http://www.innovativkulturledelse.dk/dit-guldaeg-er-din-blog/>

STORYTELLING: HVORDAN SKAL DU STRUKTURERE OG PLANLÆGGE DIN STORYTELLING?

Storytelling er en rigtig god måde at opnå synlighed på. Det vigtigste i forhold til storytelling er, at storytelling som formidlingsværktøj, skal kunne bindes op på god struktur og planlægning. Vær klar over, om du beskæftiger dig med den store historie, en historie om et af dine projekter eller den personlige historie. På den måde kan du bedre strukturere, hvad du vælger at lægge ud og hvornår. Du skal også gøre dig klar, hvordan og med hvilke medier, du ønsker at formidle din historie, så du skaber sammenhæng i fortællingen i din historie. Et godt redskab til at skabe overblik og struktur i din storytelling er ved at lave en redaktionel kalender. I den planlægger du, hvad der skal uploades og hvornår.

Action Step

Klarlæg hvilken slags storytelling du vil gøre brug af og strukturer den gennem din redaktionelle kalender.

Inspiration

Et eksempel på brugen af storytelling ses i forbindelse med tilblivelse af Det Europæiske Melodigrandprix, som blev afholdt i Danmark i 2014. Danmarks Radio gjorde meget ud af at fortælle om projektet på blandt andet deres hjemmeside. Her er et eksempel på en film, som fortæller historien om tilblivelsen af deres scene <https://www.youtube.com/watch?v=zOK5vfTogCU>.

Få mere inspiration på Innovativ Kulturledelses blog

- <http://www.innovativkulturledelse.dk/svaert-ved-overskue-din-online-synlighed-lad-den-redaktionelle-kalender-hjaelpe-dig/>
- <http://www.innovativkulturledelse.dk/hvordan-fortaelles-du-jeres-historie-om-storytelling-som-formidlingsvaerktoej/>
- <http://www.innovativkulturledelse.dk/der-var-engang-storytelling-som-formidling/>



ONLINE MARKEDSFØRING: HUSKER DU AT GIVE DINE LÆSERE VÆRDI?



Husker du, at give dem noget udover de ydelser og produkter din virksomhed sælger? Selvfølgelig skal du ikke stoppe helt med at sælge. Men det kan være rigtig fordelagtigt at bruge størstedelen af din online markedsføring på at give dine læsere værdi fremfor kun at prøve at sælge dem noget. Der er mange forskellige måder, du kan give værdi til dine kunder på. Det er selvfølgelig vigtigt, at den værdi du giver dem, hænger sammen med de ydelser og de produkter du sælger. Du kan fx bruge tid på at give dine kunder og læsere gode råd, tips og tricks indenfor dit felt. Sørg for at gøre dem konkrete og kom gerne med eksempler, så dine læsere får en større forståelse for dine råd. Når du gør dette, kan det være med til at gøre dine kunder og læsere opmærksomme på, at de har et behov for netop det du og din virksomhed tilbyder.

Action Step

Giv dine læsere nogle konkrete råd, tips og tricks, der vedrører de ydelser eller produkter, som du sælger.

Inspiration

En der er god til at give tips og tricks er bl.a. Mette Blomsterberg, som laver "show-and-tell" videoer, der hjælper hendes kunder med at blive endnu bedre til fx at temperere chokolade <http://www.metteblomsterberg.dk/pages/laer-at-temperere-chokolade.aspx>

Få mere inspiration på Innovativ Kulturledelses blog

- <http://www.innovativkulturledelse.dk/content-marketing-hvad-og-hvorfor/>
- <http://www.innovativkulturledelse.dk/hvordan-kan-du-bruge-content-marketing/>

STORYTELLING: HVORDAN FORTÆLLER DU DEN PROJEKTBASEREDE HISTORIE?

Du kan vælge at zoome ind på det enkelte projekt og bruge storytelling til at fortælle om projektet til dine læsere. Formidlingen skal tage konkret udgangspunkt i det enkelte konkrete projekt, og følge projektet hele vejen igennem fra første spadestik, til afviklingsdagene og efterdønningerne. Du kan vælge at fortælle om selve historien på scenen og dermed formidle indholdet af dit kulturprojekt eller fortælle selve dit projekts egentlige fortælling. Du kan vælge at formidle, hvad der sker bag scenen, hvordan dit kulturprojekt bliver til og hvilke processer der ligger bag. Begge tilgange er lige gode, men har selvfølgelig nogle forskellige udtryk og virkninger.

Action Step

Vælg hvilken historie du vurderer, dit publikum kunne være mest interesseret i at følge.

Inspiration

Et eksempel på brugen af projektbaseret storytelling er i forbindelse tilblivelsen af Det Europæiske Melodi Grand Prix, der blev afholdt i Danmark i år 2014. Generelt har DR gjort meget ud af at berette om projektet på blandt andet deres hjemmeside. Her er en lille film, som fortæller historien om tilblivelsen af deres scene

<http://www.youtube.com/watch?v=zOK5vfTogCU>.

Få mere inspiration på Innovativ Kulturledelses blog

- <http://www.innovativkulturledelse.dk/hvordan-fortaeller-du-jeres-historie-om-storytelling-som-formidlingsvaerktoej/>
- <http://www.innovativkulturledelse.dk/der-var-engang-storytelling-som-formidling/>



FRIVILLIGE: HVORDAN FINDER DU FRIVILLIGE?



Det kan være brugbart at have frivillige til at hjælpe, men hvordan får man lige fat på dem?

Start med at tænke på frivilligt arbejde som et samarbejde, fremfor nogen der gør noget for dig eller din virksomhed. Du må ikke glemme, at de også skal have noget ud af samarbejdet. Du kan starte med at søge efter frivillige i dit lokalområde, via foreninger og online på de sociale medier. Når du søger frivillige, så sørg for at være skarp i din formidling om hvad du søger og hvilke konkrete opgaver der er i spil. Du kan sørge for, at dine frivillige også får noget ud af arbejdet, ved at sørge for at forventningsafstemme med dem – både i starten og i løbet af processen. Det er vigtigt, at du skaber glæde og motiverer alle, der er med til at skabe nye resultater til dit projekt eller i din organisation.

Action Step

Kortlæg hvilke konkrete opgaver dine frivillige skal varetage og sørg for at forventningsafstemme med dem – både før og under jeres samarbejde.

Inspiration

Har du brug for mere inspiration til ledelse af frivillige, kan du fx læse denne artikel <http://www.frivillighed.dk/Webnodes/da/Web/Public/Publikationer/Artikler+om+frivilligt+arbejde/Ledelse+af+frivillige>

Få mere inspiration på Innovativ Kulturledelses blog

- <http://www.innovativkulturledelse.dk/saadan-kan-du-lede-dine-frivillige/>
- <http://www.innovativkulturledelse.dk/derfor-skal-du-inddrage-frivillige-i-dit-kulturprojekt/>
- <http://www.innovativkulturledelse.dk/ledelse-af-frivillige/>
- <http://www.innovativkulturledelse.dk/frivillige-kan-vaere-en-kaempe-gave/>

BRUGERINDDRAGELSE: HVORDAN KAN DU INVOLVERE DINE BRUGERE I DIT PRODUKT?

Hver gang du involverer brugere i et produkt, er der en risiko; hvis du inddrager din bruger, så har du pludselig en faktor i dit produkt, som du ikke kan kontrollere. Det er derfor vigtigt, at du får afstemt din brugerdeltagelse så meget som muligt. Sørg for at rammesætte brugerens opgave så meget, at det er både nemt for din bruger at gå til opgaven og at det falder indenfor den forventning, du selv har om din brugers deltagelse. Jo mere plads du giver dine brugere i deltagelsen, jo større ansvar lægger du også over på dem. Uanset hvor meget frirum du giver din bruger, så sørg for at de så vidt muligt forstår din hensigt med deres deltagelse, og at du får rammesat deltagelsen så meget, at din bruger ikke kan gøre noget decideret forkert. Det er din fejl, hvis brugeren føler sig om en fiasko, hvilket altid falder tilbage på dig, når dagen er omme.

Action Step

Vær afklaret med hvilken hensigt du har med din brugerinddragelse og sørg for at rammesætte den, så det både er nemt og forståeligt for brugeren at gå til.

Inspiration

Du kan læse mere i denne artikel om brugerinddragelse <http://nfbi.alexandra.dk/index.php%3Fid=2156.html>.

Få mere inspiration på Innovativ Kulturledelses blog

- <http://www.innovativkulturledelse.dk/hvordan-kan-du-bruge-content-marketing/>
- <http://www.innovativkulturledelse.dk/medlemsklubber-er-hverken-yt-eller-ligegyldige/>



FORRETNINGSUDVIKLING: HVORDAN KAN DU SKABE EN HELSTØBT FORRETNING?



Når du skal forretningsudvikle, er det ikke nok at tænke over, hvad det er for nogle produkter og ydelser, du skal sælge til dine kunder og hvordan du skal gøre det. Det er selvfølgelig vigtigt, men det er ikke nok. Hvis du vil skabe en helstøbt forretning, bør du også tænke over, hvorfor du gør, hvad du gør. Du bør have et klart formål. Du bør finde ud af, hvorfor du og din organisation laver netop disse produkter eller ydelser, og derefter kommunikere det til dine kunder. Hvis du har et dybere formål, binder det ikke kun din forretning bedre sammen, men er også med til at differentiere dig fra dine konkurrenter. Tænk på, at det ikke kun er selve produktet eller dine ydelser, som kunderne køber, men også hele dit perspektiv på verden – de køber formålet og det, som du og din forretning tror på. Lad være med kun at tænke over, hvad dine kunder har brug for, men tænk i stedet over, hvorfor de har brug for det.

Action Step

Fortæl ikke dine kunder hvad de har brug for, men hvorfor de har brug for netop dine produkter og ydelser.

Inspiration

Har du lyst til at høre mere om, hvordan du skaber en innovativ forretning, kan du fx høre dette klip med Simon Sinek <http://ow.ly/Gj2hg>.

Få mere inspiration på Innovativ Kulturledelses blog

- <http://www.innovativkulturledelse.dk/k-tv/>
- <http://www.innovativkulturledelse.dk/kend-kulturjournalistikken/>

Hvem er Innovativ Kulturledelse?

Vi er dem som strukturerer og professionaliserer
"maskinrummet" i din virksomhed!

Innovativ Kulturledelse arbejder med at kvalitetssikre, effektivisere og udvikle kulturelle projekter og oplevelser. Vores mission er at **strukturere og professionalisere "maskinrummet" i din virksomhed.**

Vi er klar over at ingen projekter, institutioner eller virksomheder er ens, og derfor arbejder vi i Innovativ Kulturledelse målrettet på at **skræddersy et forløb og en proces**, som er baseret på netop dine behov, ønsker og formål. Enten via **læringsforløb og workshops, forretningsudvikling eller projekt- og processtyring.** På den måde sikrer vi os at vi sammen altid får mest muligt ud af samarbejdet.

Vi skaber en tryk og sikker ramme uden om dit projekt, institution eller virksomheden, så du har **frie hænder til at udvikle indholdet, opnå ønskede resultater og forankre nye værktøjer, metoder og udviklingsprocesser.**

Vi sørger for at indholdet bliver set og hørt, og faciliterer effektive metoder og processer som får dine projekter og virksomhed **ud over scenekanten.**



Se mere på www.innovativkulturledelse.dk