

# Alt ligger på vejen hjem – Ekstern kommunikation

## Mål for kampagnen:

- At tiltrække flere ressourcestærke borgere til Ishøj

## Målgruppe:

- Børnefamilier hvor begge forældre er i arbejde eller under uddannelse
- Den brede middelklasse
- Aktiv fritid, frivillige i foreninger/sportsklubber
- Primær aldersgruppe mellem 25 - 40 år
- Nuværende bopæl: Sjællændere der gerne vil tættere på København og københavnere der gerne vil ud af byen

## Kanaler:

- [Facebook](#)

Kampagneside hvor vi samler de forskellige elementer i kampagnen.

Der laves oplæg / statements der lægger op til debat

Der laves små virale film, gerne med et "twist" som overrasker, og derved gerne får seeren til at dele filmen med sit netværk. Det sikrer at vi når ud til en større målgruppe, og skaber opmærksomhed om Ishøj

Facebook annoncer skal bruges aktivt, både i forbindelse med at reklamere for kampagnesiden, og for enkeltstående tiltag. Via Facebook annoncer kan vi nå ud til en meget defineret gruppe, på både alder, køn og landsdel/by.

Prisen for annoncering via facebook varierer alt efter hvilket parameter man vil annoncere under. Som udgangspunkt koster det mellem kr. 385-1260,- pr uge.

Vi anbefaler at der løbende tages stilling til hvilket kampagnedele der skal annonceres for, samt at der annonceres for selve Ishøj kommunes facebook-side.

- [Hjemmeside \[www.ishoj.dk\]\(http://www.ishoj.dk\)](#)

Tilflytter"univers" på hjemmesiden, hvor alt relevant information er samlet.

F.eks. oversigt over institutioner / skoler, gerne underbygget af små videofilm (ex. sådan starter du i O.kl.), boligforeninger, foreninger, jobmuligheder i Ishøj kommune, S-togs info... osv. osv. Siden kan evt. bygges op som et interaktivt GIS kort, hvor man kan trykke sig ind på de forskellige områder i kommunen, og derved læse relevant information.

- **Infoskærme i s-tog**

Videoer der hurtigt og enkelt viser hvad Ishøj er/kan. Videoerne skal fungere uden lyd og skal bæres frem af den visuelle side. Videoerne skal være i tråd med det øvrige materiale, men skal også fungere selvstændigt. Målet med videoerne er at fange pendlernes opmærksomhed, og derefter henlede deres opmærksomhed på facebook-siden samt [www.ishoj.dk](http://www.ishoj.dk). hvor de kan søge mere information.

Vi anbefaler en visningsrate på 2x2 uger pris 85.000 kr

- **Annoncering i lokalaviser/gratisaviser**

Via annoncering i lokalaviser har vi mulighed for at fange målgruppen, der hvor de er.

Annoncerne kan evt. placeres lige før eller efter boligsektioner. Annoncerne skal understøtte kampagnen og være med til at synliggøre både facebook-siden og [www.ishoj.dk](http://www.ishoj.dk). Det er vigtigt at annoncen fanger, og får læseren til at ville vide mere. Dette gøres bl.a. ved brug af humor, og skæve vinkler.

- **Diverse**

**Postkort**

Små sjove budskaber, der støtter op om kampagnen på forside. På bagsiden er der faktuelle oplysninger, samt henvisning til Facebook-siden samt [www.ishoj.dk](http://www.ishoj.dk) hvor man kan finde mere information. Stilen kendes fra "Cafe-postkort".

**Tv-indslag / Youtube**

Tv-ishøj indslag der fortæller den "gode" historie, og understøtter kampagnen. Ligeledes skal der også produceres oplysnings-indslag, der er relevante for målgruppen. Det kan være indslag om tandplejen, børneinstitutioner, skoler, naturområder, Naturcenteret osv.

Indslagene vil også være tilgængelige via [www.youtube.com](http://www.youtube.com).

**Pris overslag:**

Visning af spot i S-tog	22.000,- pr uge
Facebook annoncer	385-1260,- pr uge
Annoncer i lokalavis 1/1 side	kr. 12.340,50 ex. moms inkl. farve.
En halvside koster	kr. 6.964,80 ex. moms inkl. farve

Alle Priser er ca. priser