Undersøg om du har mulighed for at få en nyhed, historie eller et fast menupunkt på fx jeres intranet. Nu gælder det så om at finde noget fængende, der gør, at dine kolleger får lyst til at klikke og læse. Skriv ultrakorte nyheder om de emner, der optager dine kolleger.

Husk, de færreste klikker på emner som ’Nu er der nyt MED/SU-referat’, men i stedet virker sætningen ’MED/SU er tæt på vedtage nye rygeregler – skynd dig at kontakte mig, hvis du har indvendinger’ mere ansporende til kontakt.

**Sådan gør du:**

* find ud af hvilke sider på intranet mv. dine kolleger læser
* kontakt den ansvarlige for mediet – hør om du kan få lov at bringe en forsidenyhed
* aftal evt. en fast frekvens (månedligt?) Husk, at høre om der er et maksimum antal tegn
* Bliv sidemandsoplært eller lignende i at bruge mediet
* Find gode formidlingsemner, gode historier mv.
* Husk at tage højde for personfølsomme oplysninger.
* Lav en liste over relevante forsidenyheder, du vil have på mediet – oplist i skemaet.
* vurdér timingen – hvornår skal budskaberne på?

**Udfyld skemaet:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Forsidenyhed (antal tegn)** | **Hvornår?**  |
| *Eksempel 1. Så har jeg været rundt på arbejdspladser og skal bl.a. nu arbejde videre med at styrke vores muligheder for kompetenceudvikling.* | *I morgen* |
|  *Eksempel 2: Jeg er i dialog med ledelsen om vores muligheder for kompetenceudvikling. Følg med i kommende MED/SU-dagsordner.* | *Efter første facebookopslag* |
|  |  |
|  |  |