



Foto: Rockheim - Det nasjonale museet for populærmusikk

## MARKEDSFØRING



### DETTE GJØR KULTURNATT..

- Redaksjonell omtalte i bymagasinet The List.
- Plakater i buss-skur over hele byen.
- 6000 programhefter som distribueres i byens butikker, spisesteder, venterom osv.
- Annonsering i Adresseavisen.
- Annonsering på adressa.no og trdby.no
- Annonsering på NSB lokaltog
- Facebook hovedevent.
- Kampanjer i sosiale medier.
- Artikler på midtbyen.no og i nyhetsbrevet.
- Redaksjonell omtale i avis og radio.
- Utforming av ulike temaløyper for publikum.
- Kampanjesamarbeid med Visit Trondheim og Trøndelag reiseliv.
- Utån av beachflagg og lys til arrangør for å synliggjøre inngangspartiet for publikum.



### DETTE KAN DU SOM ARRANGØR GJØRE..

- Lag gode titler og beskrivelser til det trykte programheftet og registrering på [www.trdevents.no](http://www.trdevents.no).
- Opprett Facebookevent og inviter venner, kundegrupper og andre følgere. Legg til Kulturnatt Trondheim som medarrangør.
- Del informasjon om ditt arrangement i egne kanaler; Nettside, blogg, nyhetsbrev, kundebrev, Facebook, Instagram, Snapchat o.l.
- Forklar publikum hvordan de kommer seg til ditt arrangement og illustrer med kart.
- Heng opp plakater i og utenfor lokale, plakattårn, nærbutikk o.l.
- Dekorér inngangspartiet.
- Ta bilder i forberedelsen og under selve arrangementet og publiser i sosiale medier.

