

Krok po kroku

Planowanie strategii komunikacji

W tej części prezentujemy przewodnik po projektowaniu strategii komunikacji dla Twojej rezydencji.

Dlaczego potrzebujesz strategii komunikacji?

Aby rozpowszechnić informację o projekcie w społeczności.

Aby zachęcić uczestników lub wolontariuszy do wzięcia udziału w projekcie.

Aby zebrać fundusze.

Aby edukować ludzi o problemach, których dotyczy będzie Twój projekt.

Aby wypromować rezultaty projektu.

Do kogo chcesz dotrzeć?

Wiedza na temat odbiorców ułatwia planowanie komunikacji. Przygotuj streszczenie kluczowych informacji, które chcesz przekazać każdej z grup odbiorców.

Następnie, zdecyduj, w jaki sposób informacje te zostaną przekazane.: _____

Warto pomyśleć o...

... zbudowaniu dobrych relacji z członkami społeczności w ramach Twojego planu komunikacji. Marketing szeptany może być ważnym narzędziem komunikacji i informowania społeczności o planowanych działaniach w wielu środowiskach.

Kluczowe wskazówki

Buduj dobre relacje z organizacjami prowadzącymi lokalne media. Media zawsze są zainteresowane pozyskaniem ciekawych tematów i treści. Rozmawiaj z organizacjami prowadzącymi lokalne media i bądź kreatywny w myśleniu o sposobach włączenia ich w swoje działania.

- Plakaty, ulotki i broszury.
- Newsletter oraz inne materiały przeznaczone do czytania.
- Materiały promocyjne (np. T-shirty, czapeczki i kubki).
- Strony internetowe i social media.
- Prezentacje podczas miejscowych wydarzeń, targów i innych spotkań.
- Marketing szeptany.
- Wystawy, pokazy filmowe i inne twórcze działania.
- Lokalne, regionalne i ogólnokrajowe media.

Informacje na temat grupy docelowej.
Kluczowe informacje, które chcesz jej przekazać.
Planowane kanały komunikacji.
Budżet każdego z działań komunikacyjnych.
Szczegóły dotyczące podziału odpowiedzialności za poszczególne działania wraz z wyszczególnieniem terminów.

Pełne linki
www.ucl.ac.uk/project-comms/comms_planning