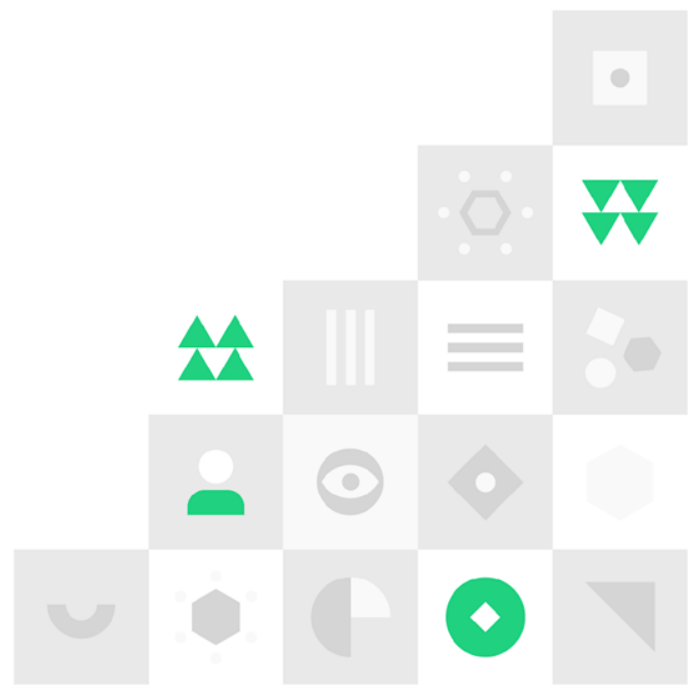


JAK PROWADZIĆ DOBRĄ KOMUNIKACJĘ PROJEKTU?

KATARZYNA WALCZAK
(LÁSKA NEBESKÁ, FRISI)

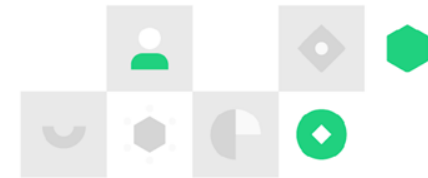




Iceland
Liechtenstein
Norway

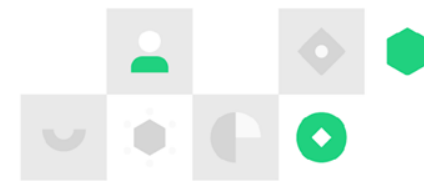
**Active
citizens** fund

Program Aktywni Obywatele – Fundusz Regionalny
jest finansowany przez Islandię, Liechtenstein
i Norwegię w ramach Funduszy EOG.





Konsorcjum realizujące Program





KATARZYNA WALCZAK

Specjalistka
ds. komunikacji
w agencji *Láska Nebeská*.

Członkini zespołu
komunikacyjnego
Programu Aktywni
Obywatele – Fundusz
Regionalny.





1

Jak określić, do kogo będziemy kierować działania komunikacyjne?



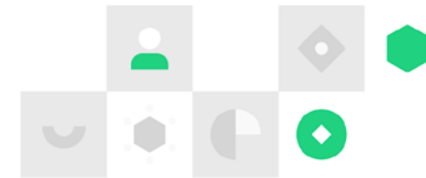
2

Jak budować wspierające środowisko dla swojego projektu / idei / inicjatywy?

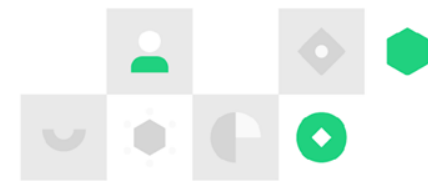


3

Jakich narzędzi używać do prowadzenia komunikacji?



1 Określ grupę odbiorczyń i odbiorców

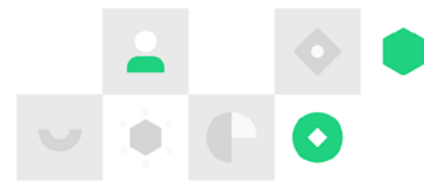




Na początek odpowiedz
sobie na pytanie:
Jaki będzie główny cel
Waszych działań
komunikacyjnych?

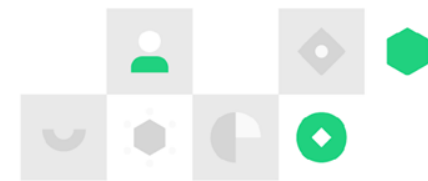


Dotarcie
z informacją do jak
najszerszego grona
odbiorczyń
i odbiorców.



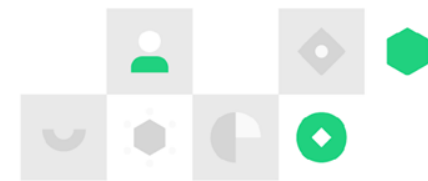
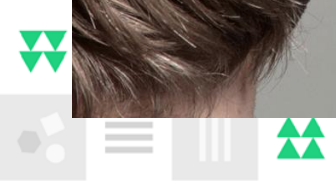


Zrekrutowanie wąskiego grona osób uczestniczących w projekcie.



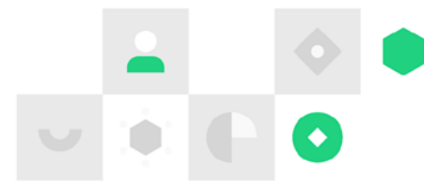


Poinformowanie
zainteresowanych
projektem, że mogą
wziąć w nim udział.





Dostępność i równe traktowanie

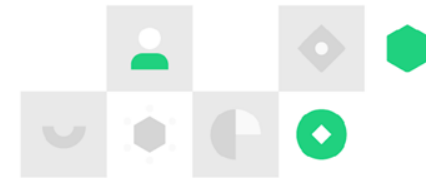


Persona to
wyobrażona
przykładowa osoba
reprezentująca
daną grupę
odbiorczyń
i odbiorców.



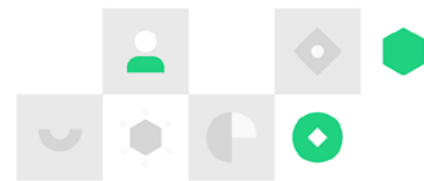
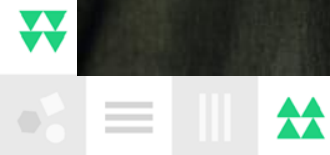
Jak stworzyć personę?

- imię,
- wiek,
- narodowość,
- wygląd,
- cechy charakteru,
- sieć kontaktów osobistych,
- społeczność, w której żyje,
- zainteresowania,
- frustracje,
- czego nie lubi.



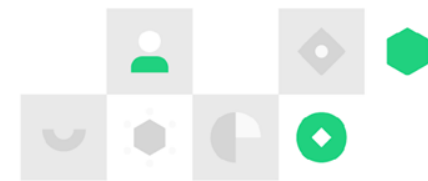


Zobrazuj tę osobę.



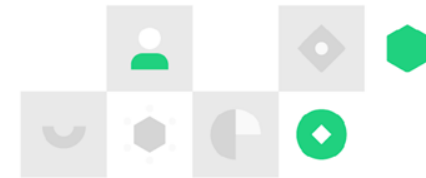
Jak stworzyć personę?

- Basia,
- 53,
- polska,
- jasne oczy, siwiejące, naturalne włosy, pomalowane paznokcie u spracowanych rąk, ubrana w prostą, kolorową sukienkę,
- otwarta na innych ludzi, chętna do pomocy, pracowita,
- głównie koleżanki z pracy, sąsiadki i sąsiedzi, duża rodzina – rodzeństwo i ich dzieci,
- większa wieś (1000 mieszkańców), większość mieszka tam od dawna, ale jest kilka nowych rodzin, wszyscy się znają,



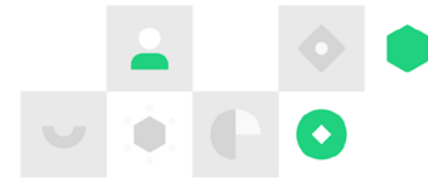
Jak stworzyć personę?

- lubi prace ogrodowe, od niedawna piecze chleb w piecu po babci, lubi spotkania z ludźmi i wspólne działania,
- frustruje ją, że nie ma takiego wpływu na otoczenie, jaki chciałaby mieć, oraz że ludzie są od siebie coraz dalej – nie rozmawiają, nie dzielą się, zamykają się w swoich domach,
- nie lubi oglądać wiadomości i programów politycznych, bo ją stresują.

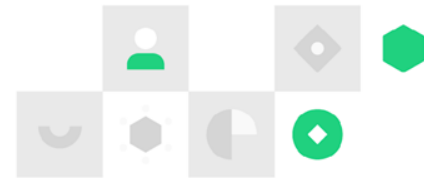


Dzięki określeniu osoby:

- ustalisz i dopasujesz narzędzia, które pozwolą Ci dotrzeć do danej grupy odbiorczyń i odbiorców,
- określisz jakiego języka używać, na które media kłaść największy nacisk,
- zbudujesz odpowiedni rodzaj narracji.



2 Buduj zaangażowanie



Dobra nazwa projektu
to połowa sukcesu
komunikacji



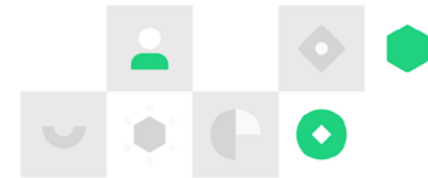
ANKIETA

Czy macie już nazwę
dla Waszego projektu?

Jak stworzyć dobrą nazwę projektu?

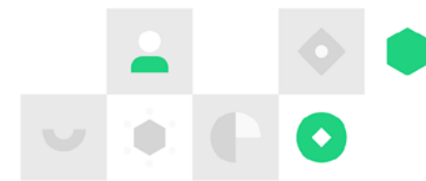
Nazwa powinna być:

- krótka,
- mówić, o czym jest projekt,
- być oryginalna.



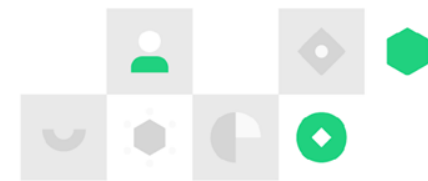
Jak stworzyć dobrą nazwę projektu?

1. Zróbcie zespołową burzę mózgów – wypiszcie wszystkie skojarzenia, które macie z projektem, i działania, które planujecie.
2. Pomyślcie, jak dane skojarzenia połączyć lub przerobić (np. tworząc nowe słowo), żeby jak najbardziej oddawały charakter projektu.





Jak przekonać innych, że to, co robimy, jest naszą wspólną sprawą?



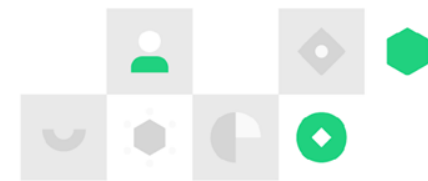
Chcesz, żeby inni do Was
dołączyli?

PODADAJ ARGUMENTY.

Używaj języka korzyści.

Język korzyści:

Jest to sposób narracji, dzięki któremu odbiorczyni czy odbiorca zauważa realny pożytek z wykonania określonych działań, np. „Biorąc udział w projekcie zyskasz wiedzę i umiejętności, które pomogą Ci lepiej funkcjonować w Twojej społeczności”.



Dowiedz się,
jakie są potrzeby
potencjalnych
uczestniczek
i uczestników
projektu





Znając potrzeby,
możesz lepiej na nie
odpowiedzieć
i dopasować
argumenty.





Jak prowadzić angażującą komunikację?



1

Zadawaj pytania



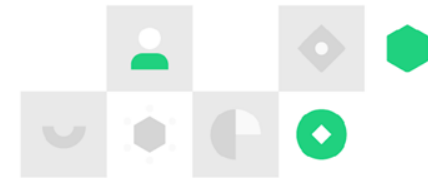
2

Proś o wyrażenie opinii



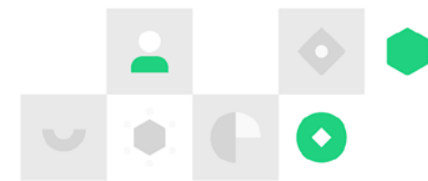
3

Podjmuj rozmowę



Gdzie możesz to zrobić?

- W „realu” – stwarzaj okazję do spotkań, rozmów, wspólnych działań.
- W internecie – daj ludziom przestrzeń do wymiany myśli, poglądów, doświadczeń.



Program Aktywni Obywatele - Fundusz Regionalny ...
Opublikowane przez: Bogna Mrozowska · 19 lutego ·

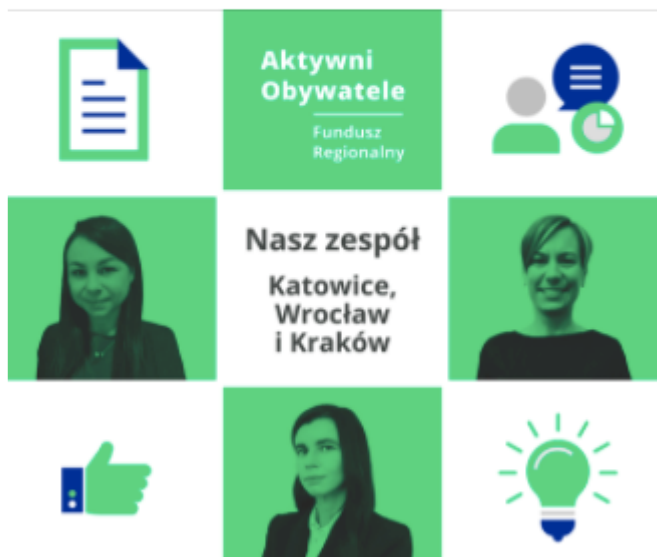
Dzisiaj zachęcamy do przedstawienia się osoby ze Śląska, Opolszczyzny, Dolnego Śląska, Małopolski i świętokrzyskiego. Oznacz swoją organizację w komentarzu!

W razie pytań lub wątpliwości zachęcamy Cię do kontaktu z:

Moniką Ochman i Katarzyną Elsner z [OKST Im. Waleriana Pańki](#) (województwa: śląskie, opolskie, dolnośląskie; siedziba w Katowicach i we Wrocławiu);

Eweliną Dańko z [FRDL MISTIA](#) (województwa: małopolskie i świętokrzyskie; siedziba w Krakowie).

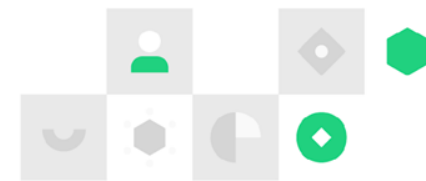
... Zobacz więcej



12

13 komentarzy 6 udostępnień

W mediach społecznościowych ustal dni i godziny, w których odbiorczynie i odbiorcy mogą być najbardziej aktywni.





Program Aktywni Obywatele - Fundusz Regionalny ...

Opublikowane przez: Bogna Mrozowska · 17 godz. ·

- Zastanawiasz się czasem, jakich sformułowań używać, a jakich nie, żeby nikogo nie wykluczać i niepotrzebnie nie ranić?
- Przydadzą Ci się wskazówki, co zrobić, by Twoje materiały i wydarzenia były dostępne dla wszystkich, także dla osób z niepełnosprawnościami?
- Prezentujemy krótki poradnik "Dostępność i równe traktowanie – jak o nie zadbać?"!

[... Zobacz więcej](#)

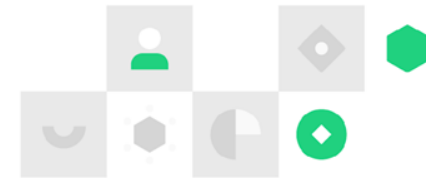


Poradnik: Dostępność i równe traktowanie – jak o nie zadbać?

10

9 udostępnień

Pisz bezpośrednio
i prostym językiem.
Zadawaj pytania
i skłaniaj do refleksji.



Program Aktywni Obywatele - Fundusz Regionalny ...
Opublikowane przez: Bogna Mrozowska · 17 lutego ·

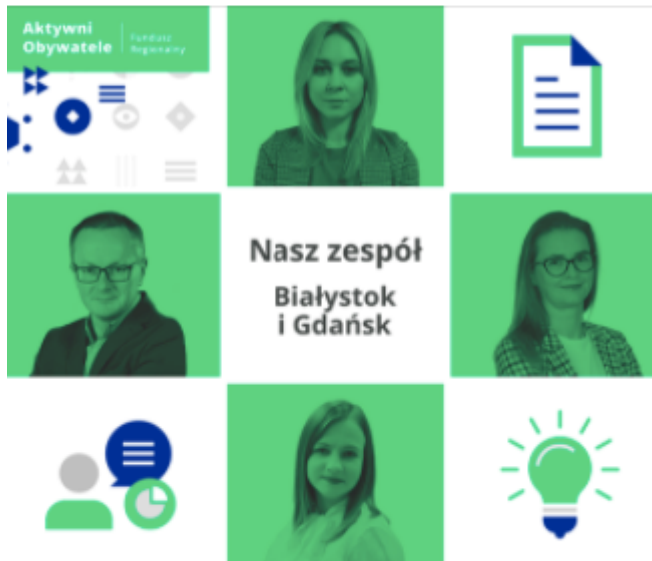
● Działasz na Podlasiu, Pomorzu lub na Warmii i Mazurach? Daj znać w komentarzu i oznacz swoją organizację!

W razie pytań lub wątpliwości zachęcamy Cię do kontaktu z:

● Martą Siemieniuk i Mar eną Dojliko z [Fundacja Rozwoju Demokracji Lokalnej - Podlaskie Centrum](#) (województwo podlaskie i warmińsko-mazurskie; siedziba w Białymstoku);

● Andrzejem Banachem i Karoliną Mucusz z [FRDL Gdańsk](#) (województwo pomorskie i warmińsko-mazurskie; siedziba w Gdańsku).

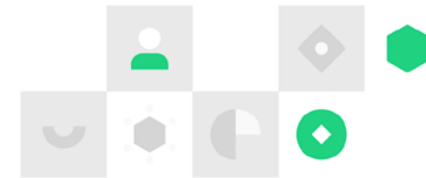
● ... Zobacz więcej



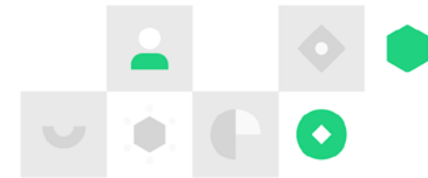
15

7 komentarzy 3 udostępnienia

Wrzucaj posty regularnie!
To podstawa dla algorytmu, dlatego czasem mniej znaczy lepiej.



3 Dobierz odpowiednie narzędzia





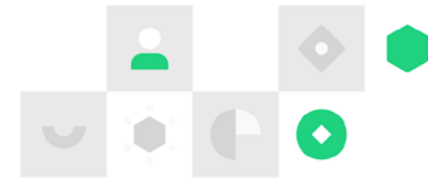
Strona www

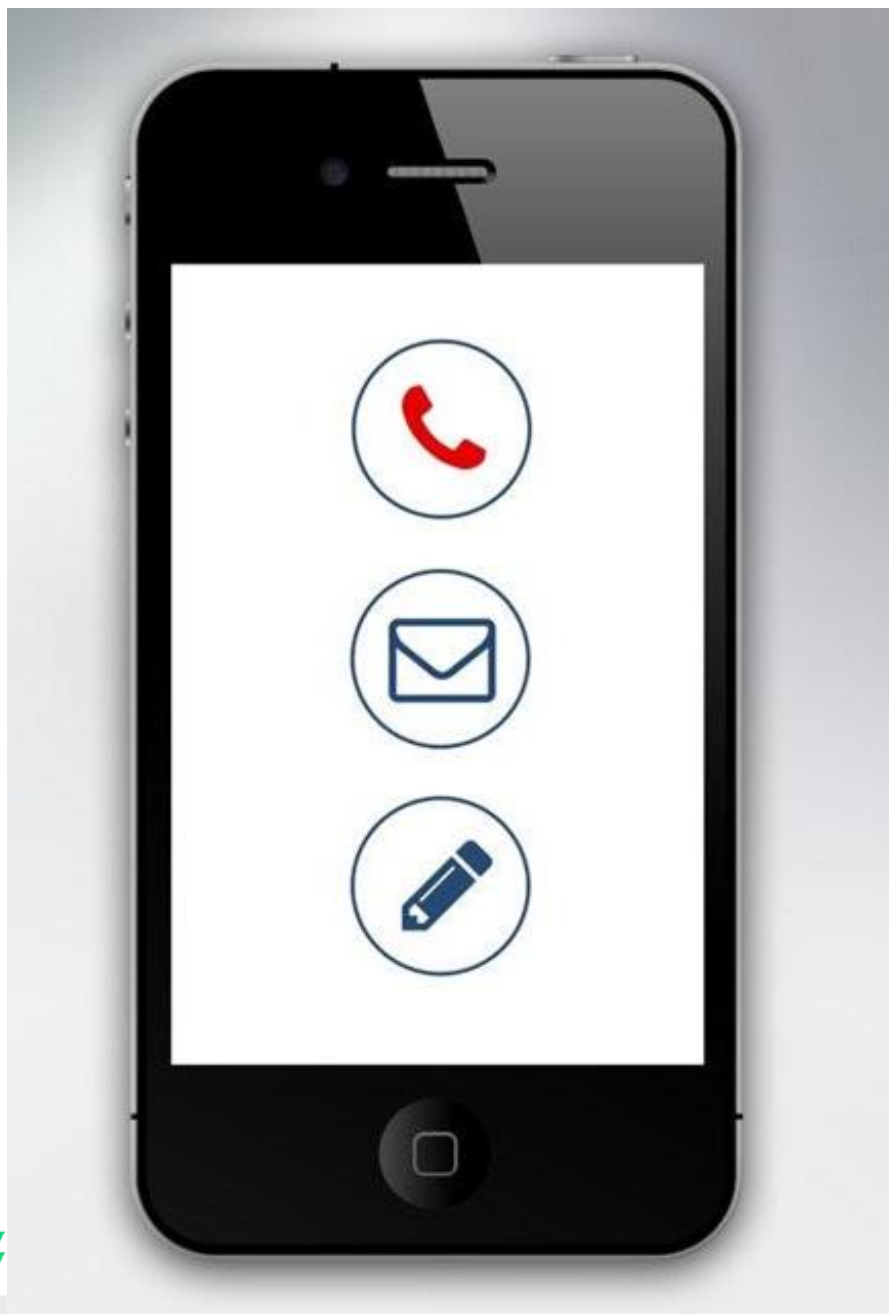


Profil na Facebooku



Co jeszcze?





Z jakich mediów
korzysta Twoja
docelowa grupa
odbiorczyń
i odbiorców?



Prowadź komunikację w sposób przejrzysty i dostępny.



PL | EN

Iceland
Liechtenstein
Norway



**Active
citizens fund**

[strona główna](#)

[o programie](#) ▾

[aktualności](#)

[granty](#) ▾

[faq](#)

[wydarzenia](#) ▾

[biblioteka](#)

[kontakt](#)



PROGRAM

Aktywni Obywatele

Fundusz
Regionalny

Wzmacniamy organizacje społeczne w Polsce.

Działamy na rzecz społeczeństwa obywatelskiego, dla którego różnorodność społeczna, równe traktowanie i dialog stanowią szczególną wartość.

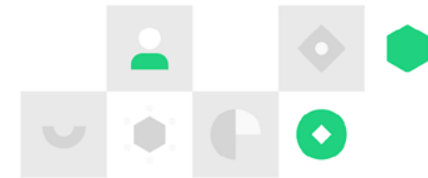
Jak złożyć wniosek?



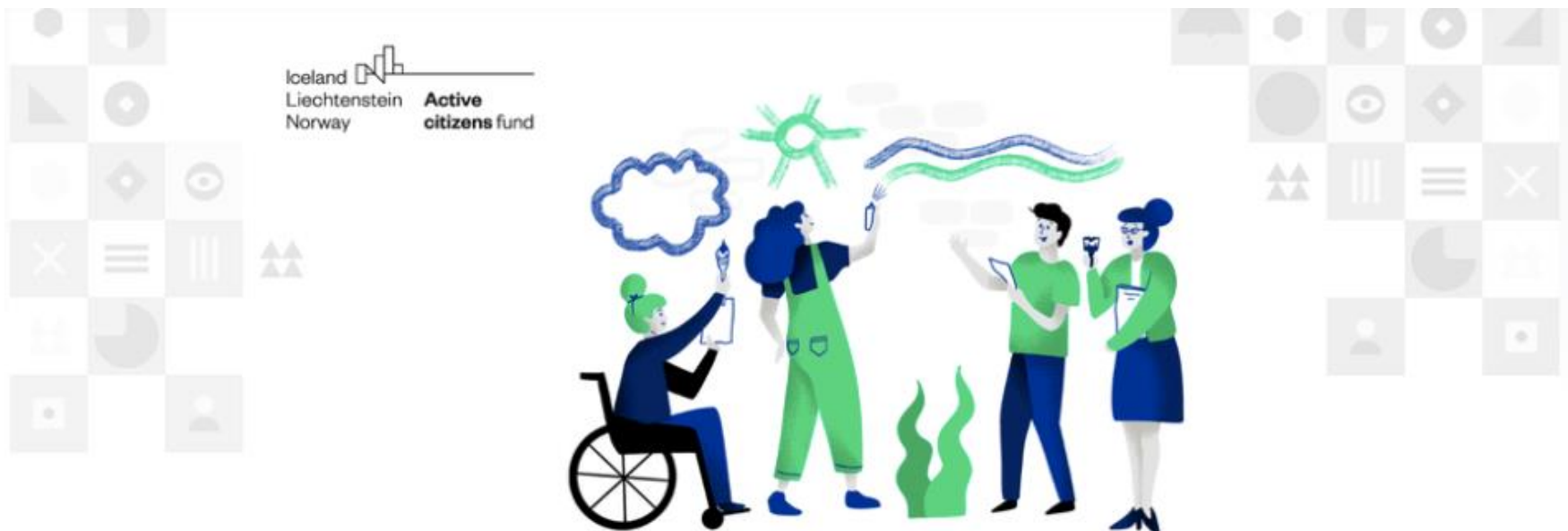
Identyfikacja wizualna

Podstawowe narzędzie, służące kreowaniu wizerunku marki firmy na rynku.

Termin ten określa ogół symboli i zachowań stosowanych w firmie w celu uzyskania czytelnej i spójnej identyfikacji rynkowej i wyróżnienia jej spośród konkurencyjnych marek.



Identyfikacja wizualna



Iceland
Liechtenstein
Norway

**Active
citizens fund**

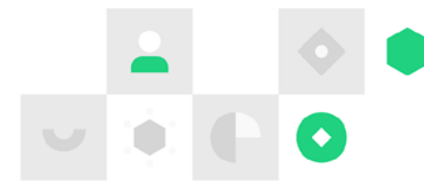


Program Aktywni Obywatele - Fundusz Regionalny

@aktywniobywateleregionalny · Organizacja społeczna

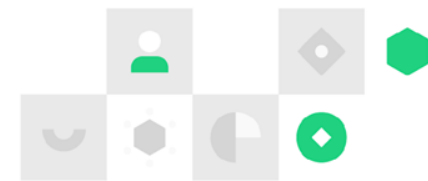
[Skontaktuj się z nami](#)

aktywniobywatele-regionalny.org.pl



Materiały informacyjne

Jeśli Wasze działania skierowane będą do osób, które mogą mieć utrudniony dostęp do technologii, w działaniach promocyjnych zaplanujcie też kampanię w bardziej tradycyjnym stylu.



Materiały informacyjne



Dziękuję!

Katarzyna Walczak
komunikacjaeog@frsi.org.pl

