

ORGANIZACJA I KOMUNIKACJA WYDARZEŃ

MAGDALENA KRASOWSKA-IGRAS
(FRSI)

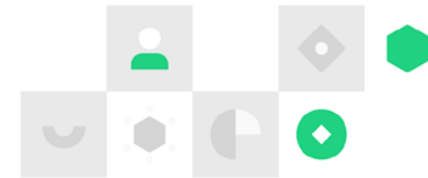




Iceland
Liechtenstein
Norway

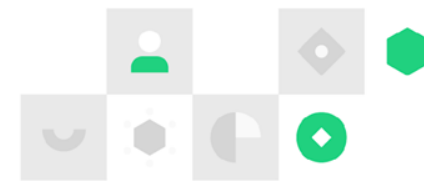
**Active
citizens** fund

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





Konsorcjum realizujące Program





MAGDALENA KRASOWSKA-IGRAS

Koordynatorka projektów
w FRSI.

W ramach Programu Aktywni
Obywatele – Fundusz
Regionalny kieruje
zespołem komunikacyjnym
i odpowiada za działania
edukacyjne skierowane
do przedstawicielek
i przedstawicieli sektora
społecznego.





1

Strategia dotarcia



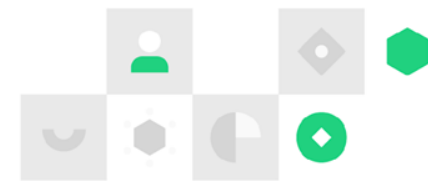
2

Budowanie publiczności



3

Organizacja wydarzenia

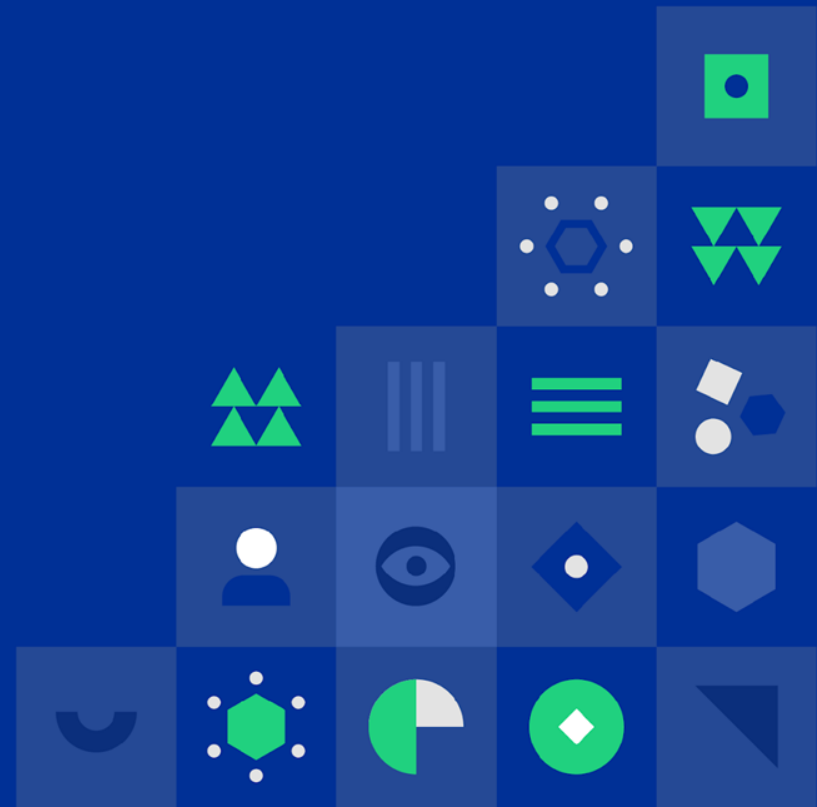


ANKIETA

Jakiego rodzaju
wydarzenia planujecie
zorganizować?

Część 1

Strategia dotarcia

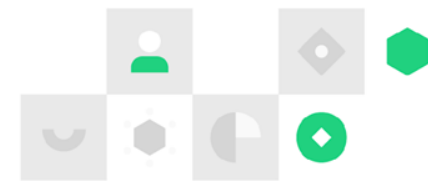




Kim jest nasz odbiorca / nasza odbiorczyni?

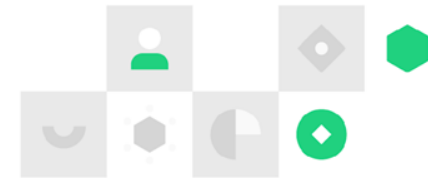
Jaki jest jego / jej styl życia?

Jakie są jego / jej konkretne potrzeby?



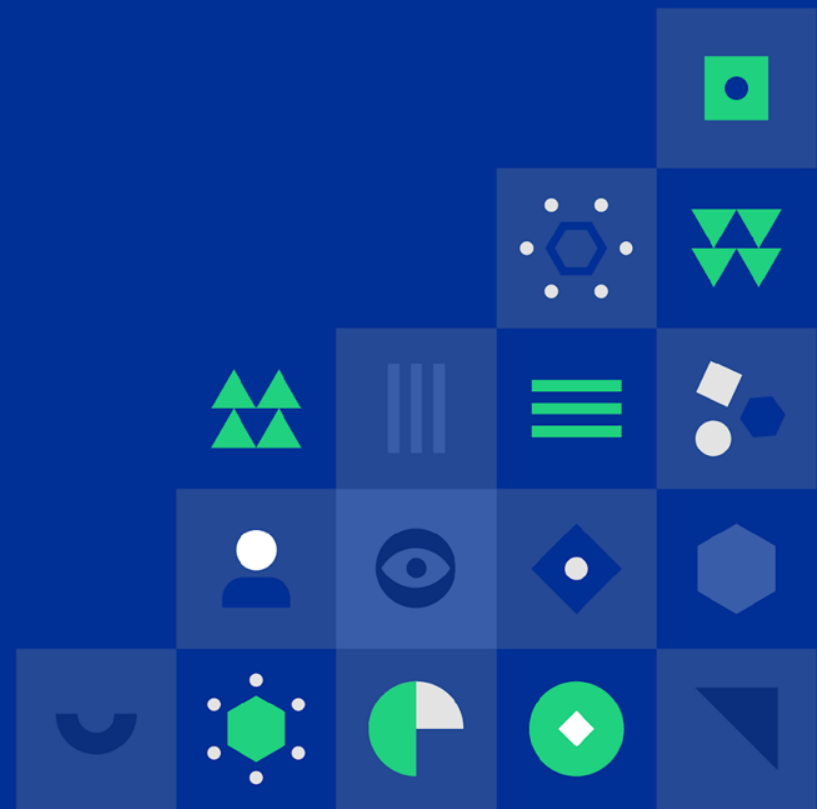
Strategia komunikacji

- cel – co chcemy osiągnąć;
- słabe i mocne strony wydarzenia;
- adresaci naszych działań;
- główny przekaz i spójność informacji;
- partnerzy i patroni medialni;
- kanały komunikacji.



Część 2

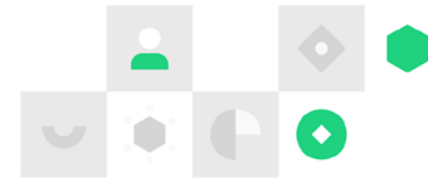
Budowanie publiczności





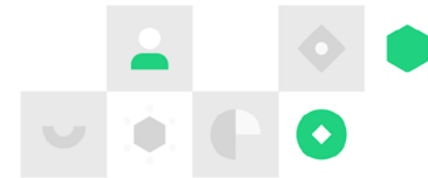
Zapowiedź wydarzenia

- atrakcyjny format;
- udostępniana odpowiednio wcześnie / kilkakrotnie;
- dawkowanie szczegółów – budowanie napięcia.



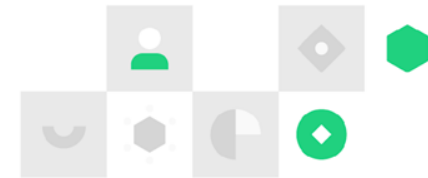
Program wydarzenia

- analiza podobnych wydarzeń;
- opinia i konsultacje eksperckie;
- plotki i ploteczki od osób współpracujących i uczestniczących.



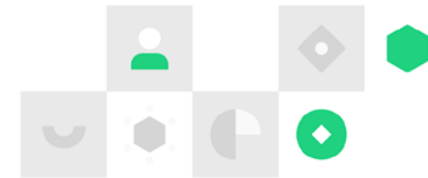
Rekrutacja osób uczestniczących

- termin uzależniony od rodzaju i skali wydarzenia, a także grupy osób uczestniczących;
- zapowiedź rekrutacji / rekrutacja;
- narzędzie rekrutacyjne;
- zróżnicowane kanały publikacji.



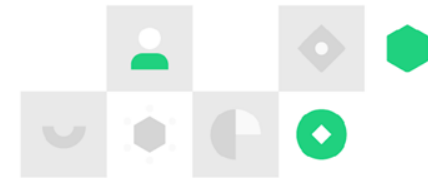
Komunikacja z osobami uczestniczącymi

- trwa do dnia wydarzenia;
- stopniowe „uchylanie rąbka tajemnicy” – budowanie zaangażowania i pamięci;
- mile widziane dodatkowe aktywności (np. konkursy);



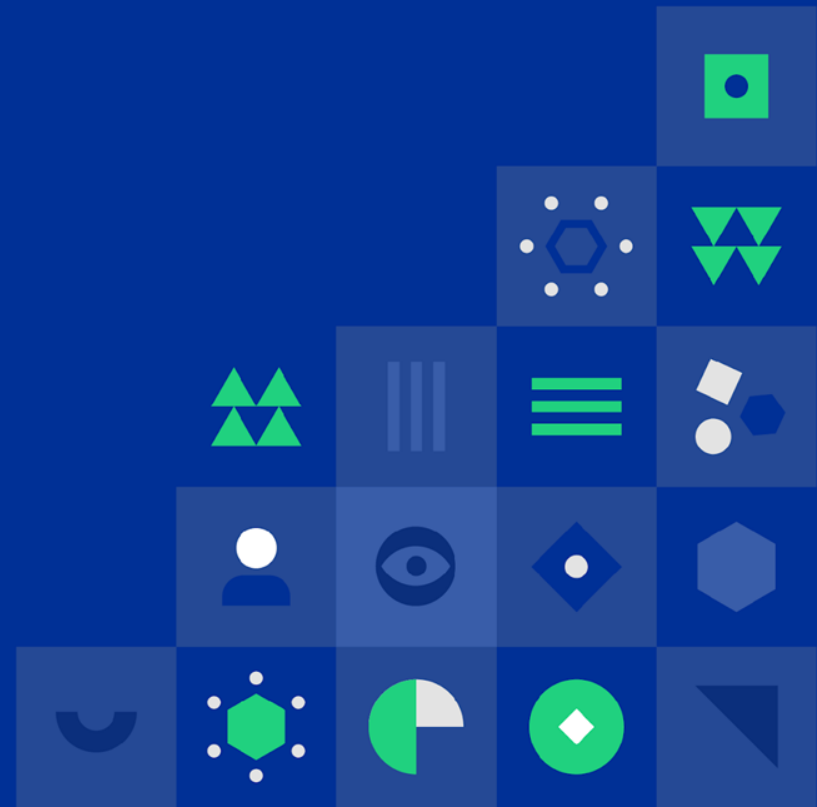
Komunikacja z osobami uczestniczącymi

- przypominacz 1-2 dni przed samą imprezą;
- regulamin uczestnictwa: RODO, informacja dotycząca ewentualnego usunięcia z wydarzenia;
- instrukcje techniczne dotyczące korzystania z narzędzia (online).



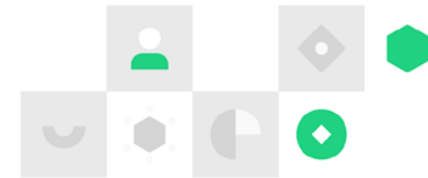
Część 3

Organizacja wydarzenia



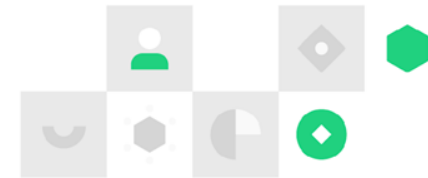
Przygotowanie zespołu

- tworzymy zespół, dzielimy obowiązki;
- scenariusz – „gry plan”, ze szczegółową rozpiską zadań;
- regularne spotkania „statusowe”.



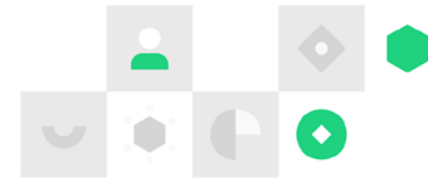
Komunikacja podczas wydarzenia

- odprawa przed wydarzeniem (sprawdzenie stanu realizacji zadań);
- osobny kanał komunikacyjny dla zespołu (nr telefonu, krótkofalówka, Slack / Messenger / WhatsApp);
- punkt kontaktowy.



Realizacja wydarzenia online

- scenariusze kryzysowe;
- gotowe komunikaty na podporządkowaniu;
- łatwy dostęp do prezentacji i materiałów (2 miejsca);
- ewentualna weryfikacja listy uczestników;
- instrukcje techniczne.

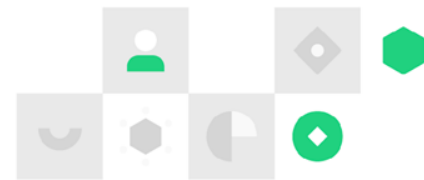


**To jeszcze nie
koniec**



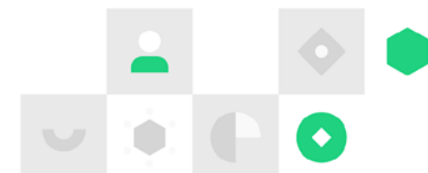


Dokumentacja:
zdjęcia, filmy, programy,
podsumowania
i raporty.



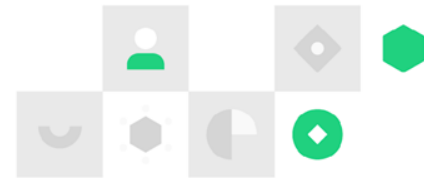
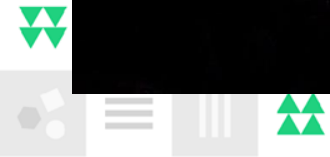


Publiczność budujemy stale, m.in. dzięki za udział i przekazując filmy, materiały oraz inne rezultaty naszych działań.



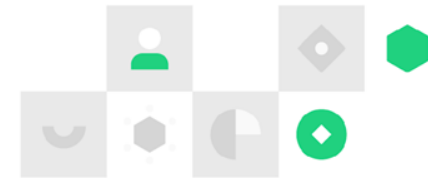


Ewaluacja też jest formą komunikacji.



Formy ewaluacji

- komunikacja bezpośrednia z publicznością;
- głosowanie przy wyjściu;
- opinie w mediach społecznościowych;
- ankiety ewaluacyjne.



**Dobłą imprezę
wspomina się
długo.**



**Warto zadbać
o doświadczenie
użytkownika.**



**Za wszystkimi
wydarzeniami
stoją ludzie.**



Dziękuję!

Magdalena Krasowska-Igras
magdalena.krasowska@frsi.org.pl

