



Przestrzeń
from **facebook**

Vademecum KOMUNIKACJI W NGO

Jak komunikujemy się w dzisiejszych czasach? Podstawowe informacje

- Komunikacja w dzisiejszych czasach to walka o uwagę odbiorcy
- Wytwarzamy coraz więcej treści → powstaje w związku z tym coraz większa konkurencja
- Więcej treści → mniejsza uwaga odbiorców
- Mniejsza uwaga odbiorców → musimy lepiej wiedzieć, co chcemy powiedzieć i czego chcemy od odbiorców

Co z tego wynika? → Organizacja potrzebuje planu komunikacji



Od czego zacząć?

01. Zastanów się, kto jest odbiorcą Twojej komunikacji

Nie mów do wszystkich na raz - zdefiniuj, do kogo chcesz dotrzeć w pierwszej kolejności!



02. Pomyśl o swojej organizacji jako o marce

Każda organizacja to też marka, która niesie ze sobą pewne wartości i skojarzenia.

Budowanie wartości marki zaczyna się od pojedynczej wiadomości. Komunikacja powinna być długoterminowa i spójna.

Piramida marki – z czego składa się marka?



03. Zastanów się nad językiem, którym będziesz mówić do odbiorców

- Używaj prostych, zrozumiałych słów

- Liczne → dużo
- Skomplikowany → trudny
- Wykonać, zrealizować → zrobić
- Dokonać zakupu → kupić
- W związku z faktem, iż → jako że

- Unikaj powtórzeń

- Całkowicie skończony
- Pozytywne korzyści
- Istotne i ważne



- Używaj strony czynnej zamiast biernej

- W końcu uznano, że konieczne jest zwiększenie budżetu na promocję.
→ Powinniśmy zwiększyć budżet na promocję.

- Pisz przez ja lub my

- Dodaj wezwanie do działania (call to action)
- Używaj emotikonów
- Wizualizuj to, o czym mówisz

Czego NIE robić?

- Nie stosuj rzeczowników tam, gdzie można użyć czasownika:

Jedno z naszych licznych zadań to aktywizacja seniorów i kształcenie kompetencji z zakresu nowych technologii.

→ Aktywizujemy seniorów i kształcimy kompetencje z zakresu nowych technologii.

- Nie nadużywaj słów, które są banalne i osłuchane:

proces, model, projekt, innowacyjne projekty, profesjonalne działania, nowa jakość, aktywizacja mieszkańców, lepsze jutro, wychodząc naprzeciw oczekiwaniom.

- Nie stosuj struktury eseju (wstęp – rozwinięcie – zakończenie)

- Nie powtarzaj w poście tego, co widać na zdjęciu

- Nie zaczynaj postów od „Szanowni Państwo”

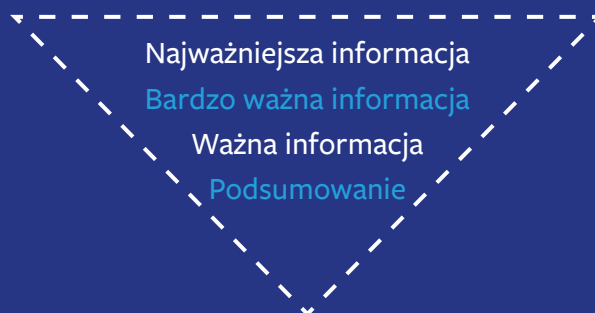
04. Zabierz się za tworzenie komunikatu!

Wykorzystaj 2 przydatne zasady:

TOWELS

T	THINK (pomyśl)	50%
O	OUTLINE (nakreśl)	
W	WRITE (napisz)	25%
E	EDIT (redaguj)	25%
L	LEAVE (zostaw)	
S	SEND (wyślij)	

ZASADA ODWRÓCONEJ PIRAMIDY



05. Zadbaj o stronę graficzną postów. Pomocne będą darmowe aplikacje:

- Canva: www.canva.com
Wprowadź kolory i czcionki swojej organizacji, wgraj logo i zamieszczaj je na grafikach
Stwórz szablon postów, aby zadbać o spójność komunikacyjną
- Layout – możliwość obracania części obrazu
- Boomerang – krótkie zapętlone wideo
- Hyperlapse – skracanie długich wideo
- Videoshop – animacja poklatkowa
- Quik – łączenie filmów i zdjęć, szablony do tworzenia filmików
- RIPL – animowane nakładki na zdjęcia



Przestrzeń from Facebook to centrum dialogu, szkoleń, wydarzeń kulturalnych i rozwoju inicjatyw społecznych.
Dowiedz się więcej na temat naszych programów i szkoleń, wspierających społeczności na: <https://www.facebook.com/PrzestrzenFb/> i <https://www.instagram.com/przestrzenfromfacebook/>

Złóż wniosek o organizację własnego wydarzenia w Przestrzeni na: www.przestrzen.fb.com

