

Jak mówić o działaniach fundacji czy stowarzyszenia?
Jaki język i formaty wybrać? Poznaj wskazówki kampanii
„Organizacje społeczne. To działa”.



1. Pokazuj skuteczność działań

Pomyśl, jak w ciekawy sposób pokazać skuteczność działań Waszej organizacji. Liczby, porównania, ciekawostki – to może zaciekawić Waszego odbiorcę. Może stać się też impulsem do dalszej rozmowy i zwiększania wiedzy o organizacjach społecznych.



2. Pokazuj realną zmianę

Postaraj się pokazać, jakie zmiany wprowadzają działania organizacji. Tam, gdzie to możliwe, pokaż działania „przed” i „po”. Pomóż odbiorcy wyobrazić sobie, jak wyglądałyby rzeczywistość bez działań Twojej organizacji, a jak wygląda dzięki niej.



3. Szukaj niestandardowych obszarów działania

Staraj się wybrać takie działania Twojej organizacji, które odróżniają ją od działań innych organizacji. Jeśli zajmujesz się popularnymi tematami (np. klimat, recykling), postaraj się znaleźć nietypową formę mówienia o Waszych działaniach.



4. Pokazuj osoby, które stoją za działaniami

Nie mów o bezosobowych sukcesach organizacji. Pokaż, że za tymi działaniami stoją prawdziwi ludzie. To da też przekonanie odbiorcom, że mamy moc i że warto podejmować działalność społeczną.



5. Zadbaj o jakość produkcji

Pamiętaj o tym, aby każdy materiał był przemyślany. Zadbaj o stronę produkcyjną np. dobry dźwięk w przypadku podcastu, dynamiczny montaż w przypadku materiałów wideo. Jeśli przygotowujesz materiał do mediów społecznościowych, pamiętaj, aby przykuć uwagę odbiorców od pierwszych sekund materiału.

Kliknij link w poście i obejrzyj nagranie webinarium 