
Коммуникации по плану

Модуль #2: IT для эффективных коммуникаций
Курс «Цифровые компетенции для организаций гражданского общества и активистов»

Коммуникации: стратегия или план?

Стратегия коммуникаций:

Задаёт тон общим коммуникациям вашей организации / группы, или коммуникациям для крупного проекта / инициативы.

Есть подробный анализ.

Часто пишется на три года, с планом действий на текущий год.

План коммуникаций:

Координирует коммуникации по конкретному проекту, мероприятию или инициативе.

Следует базовой структуре вашей коммуникационной стратегии.

Период реализации такой же как у проекта.

Есть план действий.

Вопросы для подготовки стратегии маркетинговых коммуникаций

01

Каковы цели нашей организации?

02

Каких маркетинговых целей мы хотим достичь в следующие пару лет, чтобы приблизиться к достижению целей организации?

03

Что мы достигли в плане маркетинговых коммуникаций в прошлом году?

04

Какие каналы коммуникаций мы сейчас используем? Их эффективность?

05

У нас есть бюджет на маркетинг и коммуникации?

06

Какие маркетинговые проекты мы сейчас реализуем? Что надо продвигать?

07

Что могут сделать наши сторонники, чтобы помочь нам в достижении наших целей?

08

Сколько времени мы можем выделить на коммуникации и маркетинг?

Коммуникационная стратегия: составляющие

- 1. Цель документа:** почему вы разработали коммуникационную стратегию и что вы надеетесь достичь с ее помощью. Детали можно опустить, это скорее справочный материал и напоминание для тех, кто использует стратегию в своей работе.
- 2. Ситуативный анализ:** вводная часть с информацией о деятельности вашей организация, ее основных функциях и активностях. Также включает в себя PEST-анализ (политические, экономические, социальные и технологические факторы, которые могут повлиять на вас), SWOT-анализ (сильные, слабые стороны вашей организации, возможности и угрозы) и анализ конкурентов.
- 3. Цели организации и задачи коммуникаций:** проанализируйте миссию, цели и задачи организации, и предложите, как коммуникации могут помочь в достижении этих целей.
- 4. Заинтересованные стороны / аудитории:** подробное описание ваших основных аудиторий, как внешних, так и внутренних. Воспользуйтесь двумя приемами: отображение аудитории по критериям, важным для вашей организации, и сравнение аудиторий и направлений вашей деятельности (*например: издевательства*)

Аудитория/ Деятельность	Старшеклассники	Школьные учителя	Родители	Департаменты образования
Исследования	1	2	1	2
Информирование	2	2	0	1
Обучение учителей	0	2	0	1

Коммуникационная стратегия: составляющие (II)

5. **Месседжи (послания):** переведите ваши цели в соответствующие месседжи для каждой из задействованных аудиторий. Начните с самых важных для вас аудиторий. Ваши месседжи должны быть актуальными и нужными для аудитории.
6. **Основные методы коммуникаций:** выберите наиболее подходящие каналы для общения с каждой аудиторией (см. выше). Скорее всего, для общения с каждой аудиторией будет несколько каналов.
7. **План работ:** составьте таблицу с ключевыми мероприятиями по коммуникациям, бюджетом и ресурсам, выделенные для реализации стратегии. Также укажите предлагаемые временные рамки и события / даты, важные для реализации стратегии.

Аудитория	Что им необходимо знать	Основные месседжи
Пользователи услуг	<ul style="list-style-type: none"> • Что мы им предлагаем • Как получить наши услуги • Где получить совет 	<ul style="list-style-type: none"> • Мы предоставляем полезную, практическую информацию и поддержку • Нам можно доверять • Самое главное для нас – пользователи услуг, и нам важно их мнение
Сторонники	<ul style="list-style-type: none"> • Мы можем что-то изменить, если они нам помогут 	<ul style="list-style-type: none"> • Поддержите нашу кампанию, подписав петицию, сделав пожертвование, и т.д.

План коммуникаций

Прежде чем начать писать, подумайте:

- 1. Бюджет.** Общение с большой аудиторией требует денег, от расходов на печать до платной рекламы в соцсетях. Оцените, сколько вы можете потратить на маркетинг и коммуникации, прежде чем дадите волю фантазии.
- 2. Возможности:** Кто в вашей организации умеет написать, обновлять и использовать план коммуникаций?
- 3. Поддержка руководства:** Ваше руководство видит ценность в плане коммуникаций? Они согласны с ним и поддерживают его реализацию?

Вы можете найти в сети есть огромное количество шаблонов планов, но мы поработаем [ВОТ С ЭТИМ](#).



Вебинар

План коммунікацій: Пример

Шаблон доступен для завантаження звідси:

<https://bit.ly/2XUYr8K>

1. План коммуникаций: вводная информация

Название проекта	Хакатон гражданского общества стран Восточного партнерства – 2019
Период реализации	Март – июль 2019
Общая цель проекта	Усиление роли гражданского общества в реформах и демократических переменах с странами Восточного партнерства (ВП) путем разработки IT-инструментов в сфере прозрачности, подотчетности, электронного участия и предоставлении услуг населению
Задачи проекта (конкретные цели)	<ul style="list-style-type: none">• Сформировать не менее 20 идей IT-решений, которые позволяют организациям гражданского общества (ОГО) и активистам отвечать на нужды своих сообществ, помогают гражданам участвовать в принятии решений, или улучшают прозрачность и информирование решений и расходов госорганов• Обеспечить полноценную разработку и запуск по крайней мере одного IT-решения хакатона• Наладить долгосрочное сотрудничество между гражданским обществом и IT-сообществом стран ВП• Повысить осведомленность гражданского общества о возможностях, которые они получают используя в своей деятельности IT-решения
Участники проекта	<ul style="list-style-type: none">• Активисты гражданского общества – из официально зарегистрированных ОГО и отдельные граждане из стран ВП• Неравнодушные IT-специалисты – разработчики и дизайнеры из стран ВП• Лидеры гражданских технологических проектов в странах ВП и во всем мире
Бенефициары проекта	<ul style="list-style-type: none">• Малые и средние ОГО в странах ВП• Активные граждане и резиденты стран ВП – бенефициары и потребители услуг малых и средних ОГО, в основном проживающие в крупных городах и столицах, активные пользователи Интернета

1. План коммуникаций: вводная информация (II)

Заинтересованные группы проекта	<ul style="list-style-type: none">• Большие ОГО в странах ВП• Доноры, поддерживающие гражданское общество и гражданские технологические инициативы в странах ВП• Госагентства по развитию е-Правительства и соответствующие госслужащие
Конкретные ожидаемые результаты	<ul style="list-style-type: none">• Разработан и запущен по крайней мере один гражданский технический проект, охватывающий по крайней мере одну страну ВП• Проверены на реализуемость и актуализированы не менее 20 идей IT-решений, предложенных активистами гражданского общества• По крайней мере, 40 IT-специалистов (разработчиков и графических дизайнеров) из стран ВП вовлеклись в работу с местными активистами гражданского общества• По крайней мере 4 идеи IT-решений опубликованы на сайте «Банк ИДЕЙ»
Бюджет проекта	<ul style="list-style-type: none">• Около EUR 100,000

2. Задачи коммуникаций

Цель коммуникации: увеличить количество гражданских инициатив с странах ВП, разрабатывающих и использующих IT-решения для для своей программной деятельности	Слоган: IT-решения для решения проблем общества в странах ВП Хэштеги: #IT4EaP, #IT4Society
Задача коммуникации #1: получить не менее 30 заявок с идеями IT-решений на участие в хакатоне-2019	<ul style="list-style-type: none"> Предложи свою идею IT-решения на хакатона гражданского общества стран ВП – 2019 и получи финансирование на его разработку и запуск
Задача коммуникации #2: убедить не менее 40 IT-специалистов из стран ВП поработать на хакатоне над идеями IT-решений	<ul style="list-style-type: none"> Помогите гражданским активистам с их идеями и заодно посетите удивительную Грузию бесплатно / С вас – ваши знания, с нас – поездка в Грузию Хорошим людям нужны ваши знания, чтобы изменить ситуацию к лучшему
Задача коммуникации #3: убедить не менее 10 лидеров гражданских технологических инициатив стать менторами / учителями для гражданских активистов	<ul style="list-style-type: none"> Нужен ваш опыт, чтобы запустить больше реальных гражданских технологических инициатив в странах ВП Помогите командам разобраться с их идеями и посетите удивительную Грузию бесплатно / С вас – ваши знания, с нас – поездка в Грузию
Задача коммуникации #4: популяризировать гражданские технологические инициативы и разрушить предрассудки вокруг них	<ul style="list-style-type: none"> Гражданские технологические инициативы служат населению Чтобы запустить гражданскую технологическую инициативу, вам не надо быть разработчиком или IT-гением

3. Целевые аудитории

Группа	Описание
Гражданские активисты	Представители (в основном лидеры) официально зарегистрированных ОГО (малого и среднего размера) и активные граждане. Увлеченные, 25-35 лет, выпускники университетов, русскоязычные, но с хорошим знанием английского. Активные пользователи Интернета (социальные сети, новости, мессенджеры); часто используют различные электронные сервисы и ценят их (карты, онлайн-бронирование, государственные услуги, онлайн-банкинг и покупки, и т.д.). Проповедники технологий. Верят, что могут решить местную проблему с помощью IT-решения, и им нужно только финансирование.
IT professionals (graphic designers, developers, data analysts, etc.)	<ul style="list-style-type: none">• Штатные специалисты веб/IT-компаний, в основном мужчины, более 5 лет стажа. Средний уровень доходов. Русскоязычные, но хорошо владеют техническим английским. 27 лет и старше. Есть опыт поддержки или работы добровольцем (сейчас или в прошлом) в гражданской инициативе/группой. Любят путешествовать и искать новое; зачастую есть активное хобби. Разочарованы и устали от коммерческих проектов, где они мало на что могут повлиять. Хакатон для них возможность совместить путешествие с легкой и полезной работой, где они могут делать так, как считают нужным.• Молодые специалисты (до 2 лет опыта) или старшекурсники, с низким доходом, но амбициозные. 18-22 лет, ищут первую работу, но с опытом фриланса. Проповедники технологий. Любят путешествовать и искать новое; зачастую неформалы. Хакатон для них возможность путешествовать и встретить «крутых» людей.
Лидеры гражданских технологических инициатив (менторы)	Технически грамотные основатели и/или менеджеров гражданских технологических проектов, от 30 лет, выпускники университетов (часто получили степень магистра за рубежом), свободно владеют английским (почти двуязычные), с доходом выше среднего. Умеют признавать свои ошибки: есть хотя бы один провал в прошлом, могут легко говорить об этом. Хорошие аналитики, с критическим мышлением и сомнительным отношением к авторитетам. Часто путешествуют (в основном командировки), но им еще нравится.

3. Целевые аудитории (II)

Группа	Описание
Лидеры больших ОГО	Хорошо известны в своих странах, с большой сетью партнеров. Пользуются влиянием среди меньших ОГО, которые часто участвуют в их программах. Слишком продвинутые, чтобы подаваться самим (у них зачастую есть свои собственные гражданские технологические проекты), но хотят дать шанс меньшим по размеру партнерам и оценить, могут ли они сами организовать хакатон.
Медиа, освещающие гражданское общество	Часто похожи на крупные ОГО. Рассматривают хакатон в качестве новостного повода, особенно когда могут поехать освещать его.
Доноры	Есть программы финансирования для ОГО в сферах эффективного госуправления, подотчетности и прозрачности госорганов и поддержки для местных инициатив. Хотят поддержать ОГО – участников своих прежних программ, и найти новые идеи для будущего финансирования.
State agencies in the sphere of e-Government / e-Democracy	As civic tech projects often re-use open data they make available, they see the hackathons as an easy way to cooperate / work with civil society – what they have to do anyway, or as a part of their corporate social responsibility work (for state-owned enterprises).

4. Инструменты коммуникаций

Оффлайн инструменты и платформы	Онлайн инструменты и платформы
<ul style="list-style-type: none">• Встречи с лидерами гражданских технологических проектов (потенциальные менторы)• Презентация хакатона на международных, региональных и местных мероприятиях на тему гражданских технологий и е-демократии• Брошюра проекта• Встречи с лидерами крупных ого• Наклейки• Фирменные футболки с брендом хакатона• Фирменные сумки с брендом хакатона	<ul style="list-style-type: none">• Сайт хакатона• Сайт проекта• Страница хакатона в Фейсбук (ФБ) / событие• Закрытые группы предыдущих хакатонов в Фейсбук• Страница проекта и группы в Фейсбук• Рассылка проекта (для ОГО, бывших участников, доноров)• Электронные письма официальным и полуофициальным партнерам проекта с просьбой о публикации информации на их медиаресурсах• Электронные письма менторам прошлых хакатонов с просьбой о публикации информации на их ресурсах и рекомендацией менторов• Медиа-каналы (вебсайты, социальные сети, рассылки) официальных и полуофициальных партнеров проекта• Онлайн СМИ, освещающие гражданское общество в странах ВП• Инфографика• Промо видео на основе предыдущих хакатонов

5. Имеющиеся ресурсы

Бюджет на коммуникации	EUR 5,000 – 7,000 <i>(не считая зарплат)</i>
Человеческие ресурсы / персонал	<ul style="list-style-type: none">• Координатор хакатона (Ирина В.): общее планирования и управление; общение с менторами, партнерами, заявителями; обновление сайта и страницы хакатона в ФБ; публикация в закрытых ФБ группах предыдущих хакатонов• Эксперт по коммуникациям (Елена П.): подготовка текстов объявлений, инфографики, рассылок; обновление сайта и социальных сетей проекта; обновление страницы хакатона в ФБ; общение со СМИ; изготовление нового ролика (видео-оператор + фотограф)• Руководитель проекта (Моника Б.): коммуникация с делегациями ЕС• Логистический партнер хакатона (Гига П.): коммуникация с GITA и грузинскими партнерами; продвижение хакатона в Грузии (на грузинском)• Дизайнер (Джон Сноу): инфографика, иллюстрации, промо-материалы• Техподдержка (через Джон Сноу мл.): обеспечении работоспособности веб-ресурсов

6. Матрица коммуникаций

Целевая аудитория	Ключевые меседжи	Тональность и ключные слова	Методы и инструменты коммуникаций	Период времени и основные даты/этапы	Ответственное лицо	Индикаторы
Гражданские активисты	<ul style="list-style-type: none"> Предложи свою идею IT-решения на хакатон ВП – 2019 и получи финансирование на его разработку и запуск Чтобы запустить гражданскую технологическую инициативу, вам не надо быть разработчиком или IT-гением Гражданские технологические инициативы служат населению 	<p>Идея, финансирование, премия, разработка</p> <ul style="list-style-type: none"> Сайт хакатона и ФБ страница проекта: неофициально, энергично, мотивирующе Сайт и рассылка проекта: полужформально, мотивирующе ФБ страница хакатона: неформально, забавно, мотивирующе <p>Социальный, отвечает потребности, премия, поддержка</p> <ul style="list-style-type: none"> Брошюра проекта, инфографика, видео: полужформально, информативно Презентации: официально, на примерах 	Сайт хакатона	03-06/2019	• Ирина	<ul style="list-style-type: none"> # полученных заявок # вопросов от потенциальных заявителей # уникальных посетителей, сайт хакатона Просмотр публикаций, сайт проекта Охват и вовлечение, соцсети Упоминание в СМИ
			Сайт проекта	12/04; 26/05; 17/06	• Елена	
			Страница хакатона в ФБ	03-06/2019 (2 р. в неделю)	• Ирина и Елена	
			Страница/группы проекта в ФБ	03-06/2019 (2 р. в неделю)	• Елена	
			Рассылка проекта (для ОГО, бывших участников)	04-06/2019 (1 р. в месяц)	• Елена и Моника	
			Закрытые ФБ группы прошлых хакатонов	03-05/2019	• Ирина	
			Онлайн СМИ, освещающие гражданское общество в странах ВП	12/04; 26/05; 17/06	• Елена	
			Медиа-каналы партнеров	03-06/2019 (когда надо)	• Ирина и Елена	
			Презентации на мероприятиях	2018-2019	• Ирина и Моника	
			Брошюра проекта	постоянно	• Елена	
Инфографика	12/04; 26/05; 17/06	• Елена				
Промо видео на основе предыдущих хакатонов	04-05/2019 (когда надо)	• Елена				

6. Матрица коммуникаций (II) – и так для всех оставшихся


Целевая аудитория	Ключевые меседжи	Тональность и ключные слова	Методы и инструменты коммуникаций	Период времени и основные даты/этапы	Ответственное лицо	Индикаторы
IT специалисты (дизайнеры, разработчики, аналитики и данных, и т.д.)	<ul style="list-style-type: none"> Помогите гражданским активистам с их идеями и заодно посетите удивительную Грузию бесплатно / С вас – ваши знания, с нас – поездка в Грузию Хорошим людям нужны ваши знания, чтобы изменить ситуацию к лучшему 	<p>Помощь, ваши знания, поездка, изменения к лучшему</p> <ul style="list-style-type: none"> ФБ страница хакатона и закрытые группы: неформально, забавно, обещающе Сайт хакатона и ФБ проекта: неофициально, энергично, мотивирующе Сайт и рассылка проекта: полуформально, мотивирующе 	Сайт хакатона	03-06/2019	Ирина	<ul style="list-style-type: none"> # полученных заявок # вопросов от потенциальных заявителей # уникальных посетителей, сайт хакатона Просмотр публикаций, сайт проекта Охват и вовлечение, соцсети Упоминание в СМИ
			Страница хакатона в ФБ	03-06/2019 (2 р. в неделю)	Ирина и Елена	
			Закрытые ФБ группы прошлых хакатонов	03-05/2019	Ирина	
			Медиа-каналы партнеров – гражданских технологических инициатив	03-06/2019 (as requested)	Ирина и Елена	
			Страница/группы проекта в ФБ	03-06/2019 (twice a week)	Елена	
			Рассылка проекта (для ОГО, бывших участников)	04-06/2019 (once a month)	Елена и Моника	
			Сайт проекта	12/04; 26/05; 17/06	Елена	
			Промо видео на основе предыдущих хакатонов	04-05/2019 (as needed)	Елена	
Онлайн СМИ, освещающие гражданское общество в странах ВП	12/04; 26/05; 17/06	Елена				


7. Риски

Потенциальные риски	Действия
Мало заявок	<ul style="list-style-type: none"> • Продление срока приема + дополнительные публикации • Обращение к партнерам с просьбой об информационной поддержке • Обращение к заявителям – бывшим участникам, с просьбой распространить информацию среди коллег • Публикации в тематических группах (в основном - ФБ) • Платные объявления
Мало менторов	<ul style="list-style-type: none"> • Обращения за рекомендациями / помощью к бывшим менторам • Обращение к партнерам – гражданским технологическим проектам • Объявления в LinkedIn и на международных сайтах вакансий
Неисправности сайтов	<ul style="list-style-type: none"> • Резервные копии • Прием заявок через гугл-формы • Перевод всех коммуникаций в соцсети
Негативные комментарии / отзывы	<ul style="list-style-type: none"> • Ответы на комментарии/ отзывы • Публикация позитивных отзывов с прошлых хакатонов • Публикации о победителях хакатонов 2017 и 2018 годов

Спасибо за внимание!

Офис проекта:

 Пр-т Григоренко 23, офис 2505,
Киев 02068, Украина

 +380 63 376 55 46


 welcome@EaPCivilSociety.eu


 www.EaPCivilSociety.eu

Адрес эл. почты тренера:

Iryna.Velska@EaPCivilSociety.eu

Офис GDSI Limited:

 Block 15, Galway Technology Park
Parkmore, Galway, Ireland

 +353 91 761000

 consulting@gdsi.ie

 www.gdsi.ie

Вопросы всегда приветствуются 