

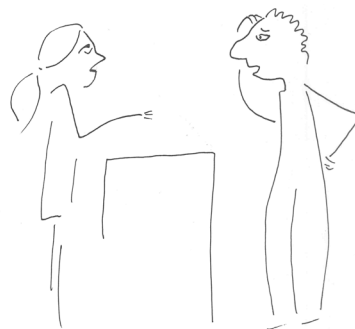
## Komunikace neziskovky – proč a jak na to?

Věra Ondřichová, [www.prneziskovek.cz](http://www.prneziskovek.cz)

### Poslání a vize

Proč je moje organizace důležitá pro svět?  
Jaké to bude, až bude ideálně fungovat – za rok nebo za pět let? Pusťte si film!

- a. Jak je velká?
- b. Jaké má zázemí?
- c. Kolik lidí nás potřebuje?
- d. Máme sponzory?
- e. Hlásí se k nám vlivní lidé z města?
- f. Kdo všechno nás zná?
- g. Jaký máme personál?
- h. Máme peníze?
- i. Píše se o nás v novinách? Jak často? A co?
- j. Co si o nás myslí na úradě, ve škole?
- k. Jaký dojem z návštěvy u nás lidé mají?



### Plán komunikace

- a. S kým (a o čem, jak a jak často) potřebujeme mluvit, abychom pomáhali naplňovat tuto vizi? Neboli co jsou naše nejdůležitější cílové skupiny?
- b. Jací jsou? Jaké mají potřeby, co řeší za problémy? Jak jim pomáháme jejich potřeby vyřešit? S čím jim můžeme pomoci? A co po nich chceme? Znejte svou cílovku co nejvíc. Pomozte si vytvořením person.
- c. To, co jim pomáháme vyřešit, je naše sdělení pro ně. Každá cílová skupina má své sdělení. Sdělení si naformulujeme, ale nemusíme ho v této formulaci nikdy použít. To je pro nás, abychom věděli, co má v jádru říkat konkrétní článek na webu, tisková zpráva nebo post na fb.
- d. Kde naše cílová skupina je? Kam chodí? Co čte? Kde se s nimi můžeme potkat? Na konci kterého komunikačního kanálu je najdeme?
- e. Cílová skupina + sdělení + komunikační kanál = základ plánu. A s představou toho, komu, kudy a co chceme sdělovat, můžeme začít být kreativní!

### Pusťte své sdělení ven

#### SUCCESES

- Simple = jednoduše
- Unexpected = překvapivě
- Concrete = konkrétně
- Credible = důvěryhodně
- Emotional = s emocemi

- Stories = příběhem

#### PŘIZPŮSOBENÍ KANÁLU

- Médium (audio, video, text, fotky)
- Frekvence (hodinová, denní, týdenní, měsíční)
- Lokalita (místo, region, republika)
- Směr komunikace (jednosměrně, dvou a vícesměrně)

#### ZPRAVODAJSKÉ HODNOTY

- Region, blízkost
- Čísla, konkrétnost
- Osobnosti, prominenti
- Negativita
- Velikost, relevance
- Příběh, citace
- Napětí, překvapení, kuriozita
- Aktuálnost, návaznost

#### Od plánu k realitě

- Úkoly
- Harmonogram
- Člověk
- Osobně
- Synergie, spolupráce
- Strategie malých sázek, vyhodnocování
- Soustavnost

#### Zdroje k prostudování a inspiraci:

<http://www.sovavsiti.cz/weblog/87/uspesny-blog-8> (Persony)

Hazdra Adam. Skvělé služby. Grada, 2013.

Seth Godin. Fialová kráva – marketing konečně jinak. Fragment, 2010.

Trabantem napříč kontinenty (FB)

Cesta domů (FB)

Městská knihovna v Praze (FB, [www.mlp.cz](http://www.mlp.cz))

Mňága a Žďorp (FB)

Echo Ihned.cz (newsletter)

vyhnankova.cz (newsletter)

