



IEGULDĪJUMS TAVĀ NĀKOTNĒ

Komunikācijas darbnīca

ar Kasparu Rūkli



VIDZEME

CEĻŠ VED AUGŠUP!

CEĻŠ VED AUGŠUP!

Dienas plāns



- 10:00-12:00 Kaspars
- 12:00-12:45 Pusdienas
- 12:45-13:45 Rolands
- 13:45-14:45 Kaspars
- 14:50-16:00 CFLA



Satur praktiskus vingrinājums

Ko sabiedriskās
attiecības var
piedāvāt ietekmīgai
ES struktūrfondu
publicitātei?



Instrumentu klāsts

- Tradicionālie — kampaņas, mediju attiecības, relīzes, intervijas, viedokļraksti, video, pasākumi, vides objekti, grāmatas, izstādes, konferences, diskusijas, lobēšana u.c.
- Ne tik tradicionālie — web lapas, kampaņas sociālajos medijos, virālie video, partizānu mārketingi, īsfilmas, zibakcijas, virtuālas akcijas, road trips, advocacy (interesešu pārstāvniecība) u.c.



0 vingrinājums

- Kādus sabiedrisko attiecību trikus izmantojat?
- Sakārtojiet tos sarežģītības secībā!
- Sakārtojiet tos izmaksu secībā!



Kas piemērots mums?

- Tas jāizlemj pašiem.
- Iesaku vērst uzmanību uz projekta būtību un raksturu un to, kas patiešām tiek darīts. Nevienam nav vajadzīga formāla komunikācija komunikācijas dēļ.



Kas piemērots mums?

- Pievērsiet uzmanību, kādas ir mērķa auditorijas (projekta un komunikācijas) vajadzības/intereses. Tas bieži palīdz saprast, kā sazināties un komunicēt.
- Dariet tā, lai pašiem prieks par paveikto.



Kam pievērst uzmanību?

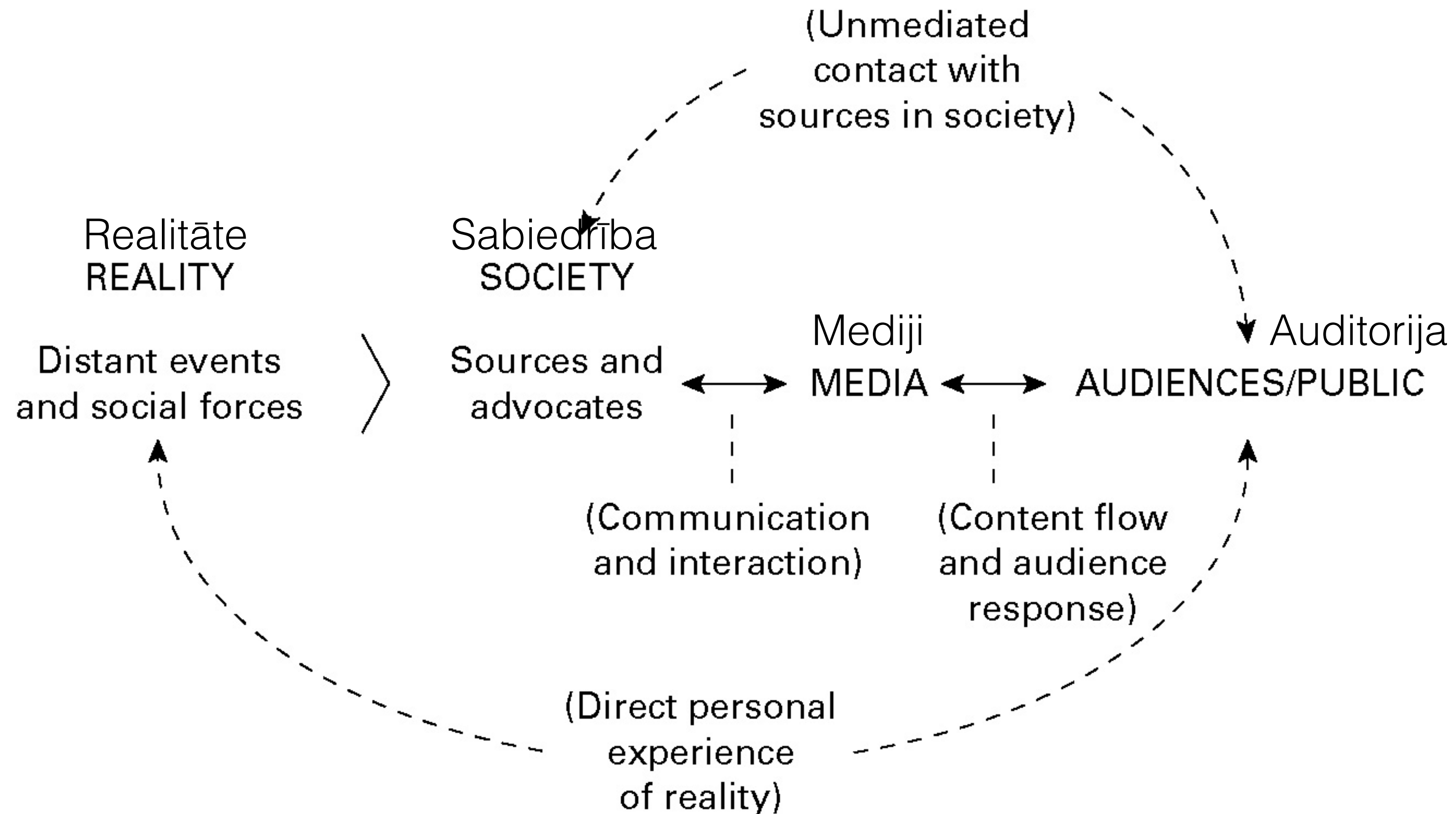
- Rādiet ieguvumus, parādot cilvēkus
- Viedoiet pasākumus, uz kuriem grūti dabūt ielūgumus
- Lietojiet vizualizācijas, attēlus, audiovizuālu materiālu, skaņu
- Atrodiet savā projektā unikālo, būvējiet uz tā komunikāciju
- Return on investment = vai ieguldītais ir pūliņu vērts?
- Izvēlieties fokusu (visu nevarēs)



Sabiedriskās attiecības šodien

- Lejupvērsta komunikācija (top-down)
- Augšupvērsta komunikācija (bottom-up)

Sabiedriskās attiecības šodien



Kādi ir ES fondu
komunikācijas
mērķi? Kā atrodam
un sasniedzam
mērķgrupas?

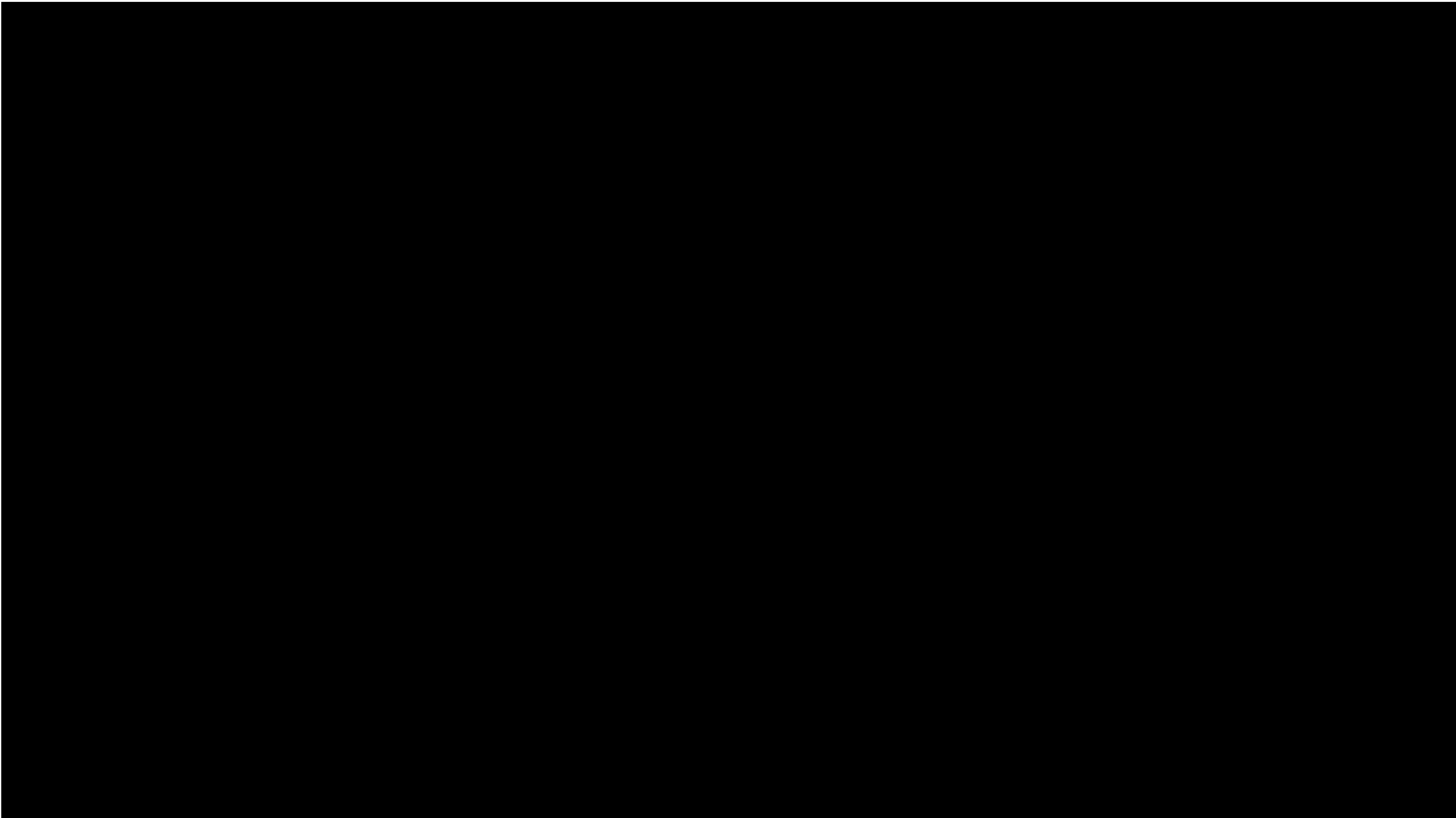


Komunikācijas mērķi

- Informēt par veiksmi (saņemot finansējumu), padarīto, procesu, rezultātu un ietekmi
- Veidot labvēlīgu attieksmi par savu organizāciju, projektu, valsti, Eiropas Savienību
- Panākt, lai auditorija iesaistās, paši īstenojot projektus, izglītojoties, uzsākot uzņēmējdarbību

Kam nevajadzētu būt mērķim?

- Iepriecināt finansētājus, izdabāt viņiem
- Formāli sadrukāt materiālus ar ES simboliku
- Tikai iztērēt publicitātei plānotos līdzekļus





Mērķu vingrinājums

- Formulējam trīs mērķus:
 - Informatīvos mērķus
 - Attieksmes mērķus
 - Uzvedības mērķus



Mērķauditorijas

- Iekšējā auditorija — visi iesaistītie (vai potenciāli iesaistāmie)
- Ārējā auditorija — visas grupas, kas gūs labumu no projekta
- Iesaistītās puses — finansētāji, uzraugošās, kontrolējošās iestādes vietējā, Latvijas un ES līmenī



Mērķauditorijas vingrinājums

- Uzrakstiet visas iespējamās mērķauditorijas, kuras vēlaties sasniegt savā projektā!
- Sekojiet norādēm!



Kā radīt saturiski
vērtīgas ziņas par
struktūrfondu
projektu aktivitātēm
un rezultātiem?



Vēstījums

- Vēstījums ir kodolīgi un viegli uztverami noformulēta problēma, risinājums un argumenti, kādēļ un kam nepieciešams rīkoties
- Pamata un papildus vēstījumi





Vēstījumu vingrinājums

- Noformulējiet projekta galveno vēstījumu!
- Prezentējiet to pārējiem!

MOVE
FAST AND
BREAK
THINGS

Stāsti komunikācijas vajadzībām



- Uz faktiem balstīti
- Uz gadījumiem balstīti
- Uz emocijām balstīti
- Integrēti

Ko rakstīt?

- Mediju relīze
- Ziņa web lapai
- Stāsts web lapai
- Teksts sociālajiem medijiem
- Integrēts teksts?



Virsrakstu vingrinājums

- Kādus virsrakstus par projektu Jūs gribētu lasīt/dzirdēt:
 - Vietējā/nacionālajā laikrakstā
 - Ziņu portālā
 - Radio un TV?





Vērtīgi resursi

- INFOGRAFIKAS: Infogram, PictoChart
- PREZENTĀCIJU RĪKI: Prezi, Powtoon, S Slides
- WEB RĪKI: Wix
- SOCIĀLO MEDIJU RĪKI: Draugiem, Facebook, Twitter, LinkedIn (Hilarija), YouTube, Vimeo
- ES RESURSI: Interact, DG Regio, SumLab, December Comm Conference



Projekts nākotnei

- VW

Veiksmi
darbā!

ja varu kā palīdzēt, rakstiet:
kaspars.ruklis@gmail.com



CEĻŠ VED AUGŠUP!