



Коммуникационная стратегия

ЧТО ТАКОЕ КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ И ЗАЧЕМ ОНА
НУЖНА?

Что такое коммуникационная стратегия?

Коммуникационная стратегия — это четкий единый план продвижения сообщений организации в различных каналах.

Помогает компании увидеть структуру коммуникаций,

Продумать логику публикаций на определенный отрезок времени.

Соотнесение с миссией организации.

Стратегические цели, миссия, ценности, уникальность – что именно хотим транслировать в настоящем моменте.

Обновление формулировок целей и замыслов компании в соответствии с текущими целями.

Обнаружение актуальной ситуации и настоящих «зачем и почему? »

Возможные цели коммуникационной стратегии

Повысить узнаваемость организации в регионе.

Расширить круг потенциальных благополучателей.

Увеличить осведомленность широкой общественности об организации, ее деятельности, услугах для населения.

Привлечь волонтеров.

Наладить партнерские связи.

Фандрайзинг.

Основные составляющие

Коммуникационная стратегия строится на трех главных опорах:

1. аналитике,
2. позиционировании,
3. медиапланировании.

Структура коммуникационной стратегии

Анализ текущей ситуации.

Цель коммуникационной стратегии.

Целевая аудитория.

Инструменты и каналы коммуникации.

План.

Результаты.

Алгоритм создания.

Проанализировать внешние и внутренние факторы.

Определить цель текущей коммуникации.

Определить целевую аудиторию.

Сформулировать сообщение.

Определить инструменты.

Выбрать каналы коммуникаций.

Составить план (контент-план и медиа-план)

Анализ и оценка результатов.

Анализ медиаприсутствия.

Изучить публикации в СМИ, упоминания в прессе, эфиры, стримы минимум за последний год

Смотрим на количество публикаций и упоминаний.

Их тональность, контекст и охваты, уровень СМИ.

Что пишут в соцсетях, кто пишет, где публикуют.

Свои страницы изучаем: кто подписан, что читают, делают перепосты, упоминают, благодарят, помогают.

Концепция коммуникации.

Что мы сообщаем нашей целевой аудитории.

С какой целью.

Какой результат хотим получить.

Обращение к ЦА должно закрывать ее потребности.

Помогать в решении проблем («болевые точки»)

Все коммуникационные действия должны осуществляться в рамках принятой концепции .

Инструменты коммуникации

Основной инструмент коммуникаций – текст в разных модификациях.

Пресс –релиз, пост-релиз.

E-mail-маркетинг: письма –адресное обращение к ЦА, расскажите ей истории, о которых они больше нигде не узнают.

Как формировать базы адресов электронной почты — начните ее собирать через соцсети, на конференциях, семинарах, личных контактах, на партнерской основе.

Блог ваш или организации: расширяйте круг тем, добавьте рубрики, берите интервью.

Полиграфические материалы, кросс-проекты (Пример: «Моя история»)

Социальные медиа

Вид массовой коммуникации посредством интернета

Интернет стал трамплином для развития индустрии знаний

Среда общения

Люди разговаривают с людьми

Контент

Ценности

Феномен социальных сетей

Соцсети как инфопространство.

Среда общения и инструмент.

Виды и форматы контента в социальных сетях.

Принцип написания, стилистика текстов.

Пост, сторис, лонгрид.

Предпочтение по запросам: видео, фото, опросы.

Инфоповод- как его найти, сгенерировать.

Клиповое мышление и восприятие

Клиповое мышление — от англ. clip, «фрагмент текста», «вырезка»

сокращение объема сообщения.

сокращение числа мыслей в единице контента до одной
дополнение сообщения эмоциональным переживанием

сухой новостной контент больше не работает

аудитория хочет, чтобы в него заранее было заложено
какое-то отношение автора

Виды контента в соцсетях.

Посты и статьи (обзоры, аналитика, заметки)

Инфографика

Мнения (цитаты / опросы / результаты опросов)

Конкурсы, игры, истории, мемы, гифки, тесты –
вовлекает и развлекает

Видеоролики или видео слайд шоу (с субтитрами)

Фотоконтент

Прямые включения / стримы

Каналы коммуникации.

Изучить на каких площадках находится ваша аудитория?

Где она проводит время? Как вы там представлены?

Vkontakte Месячная аудитория VK в России: 76,9 млн чел

Telegram Месячная аудитория TG в России 50 млн чел.

В Telegram можно не только писать, но и проводить прямые эфиры и даже создавать свои курсы.

Дзен перезапустился с новым дизайном и сегодня ежемесячная аудитория ленты Дзена — 70 миллионов человек

Как выбирать?

Определите цели вашего присутствия на конкретной социальной площадке?

Что вы от них хотите и от вашей целевой аудитории?

Содержание и категоризация вашего контента: что вы публикуете или планируете публиковать.

Наличие ресурсов на необходимую работу (люди, компетенции, финансирование)

Контент-стратегия и контент-план

Контент-стратегия:

тематика и направления, рубрики.

Виды публикаций: текст, изображения, видео, аудио (голосовые чаты)

Форматы публикаций: мнения, подборки/дайджесты, статьи, интервью/
/цитаты, новости, опросы.

В чем уникальность именно вашей площадки?

Контент-план:

Тематический план публикаций с датами выхода

Дедлайны по подготовке контента.

Анализ и оценка результатов.

Количественный и качественный результат.

Количество публикаций, охват аудитории.

Количество подписчиков, органический прирост.

Наличие комментариев, реакций, перепостов, благодарностей.

Увеличение объема пожертвований, сборов.

Появление новых партнеров и коллабораций.

Волонтерская активность, приток новых волонтеров.

Примеры сайтов участников.

<https://vk.com/anopatriotpskov>

<https://www.voi-60.ru>

<http://pskov-spr.ru>

<https://me-and-you.ru/>

<http://centrtalantov.ru>

Примеры сайтов НКО

<https://takiedela.ru/> - образец хорошего сайта

<https://rusfond.ru/>

<https://podari-zhizn.ru/ru>

<https://mayak.help/>

<https://www.donorsforum.ru/>

Обучающие программы для НКО

- НКО и бизнес.
- Маркетинг в социальной сфере.
- Текст как инструмент коммуникаций.
- Как придумать, организовать и провести мероприятие.

Спасибо за внимание!

Надежда Смагина

Эксперт по коммуникационным стратегиям.

Член Совета БФ «Добрый город»

<https://vk.com/id309357091>

Whatsapp +7 953 238 09 93

e-mail: nvsmagina@gmail.com



Если вам нужны индивидуальные консультации
Центр устойчивого развития Псковской области

180000, Россия г. Псков, ул. Ленина д.7

тел/факс: (8112) 20-10-95,

e-mail: CSDPR@csdpr.ru

www.csdpr.ru

<https://vk.com/csdpr>

Группа в телеграмме по цифровизации НКО.

Ссылка для подключения:

➤ <https://t.me/+iJmngSbIkV5OWYy>