

Представяне на НПО пред обществеността. Облик на организацията и успешен фъндрайзинг.

Магдалена Мартева
Български център за нестопанско право

Пред кого се представяме?



НПО

- Хората, за които работим
- Партньори (донори)
- Общественост

Защо се представяме?

- Това, което правим, трябва да достигне до хората, за които го правим.
- За да бъдем разпознаваеми.
- Така изграждаме обществено доверие.

Важно е да знаем, че...



Организациите с положителен обществен облик, се ползват с доверие и от страна на дарителите – индивидуални и корпоративни.

- Създаване на комуникационна стратегия
- Планиране на действията
- Регулярност в работата
- Измерване на постигнатите резултати

Какво ни е нужно?



послание

образ

бренд

Алгоритъм на действие



- Определяне предмета на комуникация
- Формулиране на комуникационната цел
- Определяне на аудиторията – потребители, донори, общественост
- Бюджет и човешки ресурс
- Избор на комуникационни канали и средства
- Разработване на послания на достъпен за аудиторията език
- Измерване на ефективността

Как?

Създаване на индивидуален комуникационен микс от:

- Активна дигитална комуникация - интернет сайт, блог, страница в социална мрежа
- Печатна реклама – информационни брошури, презентационни материали
- Партньорства с други НПО
- Участие в събития
- Работа с медии

1. Интернет сайт или блог:

- кои сме ние, какво правим и как да се свържете с нас;
- обновяване на информацията, публикуване на новини;
- създаване на съдържание, което да бъде полезно, поднесено по достъпен начин.

2. Предоставяне на възможност за обратна връзка, своевременно отговор.

3. Страница в социална мрежа:

- информация за организацията;
- контактна информация;
- ясна връзка с интернет сайта/блога;
- регулярни публикации, свързани с дейността на НПО;
- анализ на статистика за посещаемост и популярност.

На практика



4. Установяване на контакти с медии - покани за събития, прес съобщения.
5. Партньорства в събития.
6. Създаване на събития.
7. Единност в цялостната визия – визитки, бланки за документи, печатни информационни материали.
8. Поддържане на комуникация с донорите.
9. Обратна връзка при дарение, жестове на благодарност.

Как да измерим успеха?

- Обхват на аудитория
- Повишаване нивата на информираност сред целевата публика
- Постигане на обществено доверие и одобрение
- Устойчивост на общественения облик
- Усещане за прозрачност



Благодаря Ви за вниманието!

Магдалена Мартева
magdalena@bcnl.org