

Как эффективно строить коммуникационную стратегию ассоциации?

Назиров Алишер

Сообщество практиков по мониторингу и оценке Республики Таджикистан

Школа для лидеров национальных ассоциаций в сфере оценки
Казахстан, Алматы, 2-3 марта 2016г.

СВОТ анализы

АМЕА	НСМОКР	УАО	СПМОРТ	АСОПП	КССО
<ul style="list-style-type: none">• Недостаточно е или ограниченное финансирование• Отсутствие интереса к МиО со стороны госструктур• Отсутствие вебсайта• Отсутствие волонтеров готовых посвятить свое время ассоциации	<ul style="list-style-type: none">• Слабая активность членов: в реализации деятельности Сети, ...• ... мало информации об интересах членов сети• Слабая информированность о Сети и об оценке в регионах страны• Слабая работа с сайтом и возможностью подписки на новости...	<ul style="list-style-type: none">• Малое число членов ассоциации по сравнению с числом заинтересованных сторонников в социальных медиа• Отсутствие системной стратегии коммуникации и об ассоциации и ее деятельности для разных целевых аудиторий...	<ul style="list-style-type: none">• Слабое продвижение Сообщества;• Ограниченное финансирование;• Отсутствие взаимодействия с госструктурами и местными организациями предоставляющие услуги в области оценки	<ul style="list-style-type: none">• Не все необходимые функции предусмотрены на сайте (например, оперативный анализ состава ассоциации затруднен пока).• Сложно наладить регулярный выпуск журнала – недостаточно публикаций.	<ul style="list-style-type: none">• Ограниченное нестабильное финансирование• Отсутствует регулярная деятельность как сети (встречи, распространение информации, тренинги и пр.)• Нет систематического обучения членов сети и заинтересованного окружения

Коммуникационная стратегия

Коммуникационная стратегия способствует организации эффективной коммуникации и достижению основных целей вашей организации.

- Текущая ситуация
 - Организационные цели и задачи коммуникации
 - Целевая аудитория
 - Ключевые сообщения
 - Бюджет
 - Риски и трудности
 - Имплементация
 - Оценка (по желанию)
-

Текущая ситуация

- Краткое описание ассоциации и ее организационные приоритеты.
 - Краткое изложение любого исследования по вопросам коммуникации ассоциации (если есть), в частности, основные выводы.
 - Описание коммуникационных проблем, на решение которых направлена данная стратегия. При этом, необходимо определить рамки стратегии, и при необходимости изложить что эта стратегия не охватывает и почему.
 - Описание проделанной работы с точки зрения коммуникаций. Степень эффективности предыдущих сообщений.
-

Организационные цели и задачи коммуникации

- Коммуникационная стратегия должна поддерживать конкретные цели вашей ассоциации поэтому этот раздел используется для перечисления ключевых целей ассоциации и задач которые ассоциация хочет достичь с помощью коммуникационной стратегии.
 - Задачи должны соответствовать критериям SMART - конкретные, измеримые, достижимые, реалистичные и конкретные сроки.
-

Организационные цели и задачи коммуникации

Примеры задач:

- Осведомленность (Awareness): *например.* Увеличение осведомленности целевой аудитории об ассоциации.
 - Понимания/постижение (Comprehension): *например.* Повышение понимания членов ассоциации о целях ассоциации или предоставляемых ею услугах.
 - Убеждение (Conviction): *например.* Построение репутации ассоциации или распространение достижений.
 - Обратная связь (Feedback): *например.* Обеспечение обратной связи между ассоциацией, партнерами и другими заинтересованными сторонами.
-

Целевая аудитория

Определение адресатов сообщений/коммуникационных материалов

- Если вы ориентируетесь на внешнюю аудиторию – на кого нацелено ваше сообщение?
- Кто лучше всего поможет вам в достижении ваших целей?
- С какими группами вы пытаетесь наладить контакт?
- Какие наилучшие способы связи с ними вы знаете?

Целевая аудитория должна быть описана с точки зрения:

- Статус / роль в сфере оценки
 - уровень информированности
 - уровень знаний
 - предпочтительные способы получения информации
 - Мотивация, ограничения, и тд.
-

Ключевые сообщения

- Что вы хотите изменить?
- Что вы хотите чтобы целевая аудитория знала?
- Что вы хотите, чтобы они чувствовали - какое восприятие вы хотите создать?
- Что вы хотите, чтобы они делали - какие действия вы хотите увидеть в результате?

Примеры "результата" может быть в следующем:

- Изменение отношения к ассоциации
 - Привлечение финансирования
 - Изменение восприятия и понимания об оценке
 - Мотивация для принятия мер или решений
 - И т.д
-

Бюджет

Подробное описание суммы бюджета ассоциации на коммуникационные нужды.

№	Статья	Количество (копии)	Стоимость	Когда

Риски и трудности

- Описание вопросов, которые могут негативно повлиять на успех ваших коммуникационных сообщений.
 - SWOT анализ может помочь в установлении потенциальных угроз и рисков.
-

Имплементация

Сообщение	Целевая аудитория	Когда/Частота	Ответственные	Цели и задачи	Каналы/инструменты	Стоимость

Оценка (по усмотрению)

Как определить успех и достижение задач? Как вы собираетесь оценить ваш успех, какие показатели и меры оценки будут использованы?

Внешняя аудитория

- Достигли ли вы своей цели (т.е. сбор средств, увеличение осведомленности ... и т.д.)?
- Смогли ли предоставить информацию нужной аудитории?
- Использовали ли вы правильные инструменты?
- Были ли решения, принятые в результате?
- Уложились ли в рамках выделенного бюджета? Если нет, почему? и т.д.

Внутренняя аудитория

- Донесли ли вы информацию до нужных людей в вашей ассоциации?
 - Правильно ли они поняли смысл сообщений – выполнили ли они то, что должны были?
 - Использовали ли вы правильные инструменты? и т.д.
-

Оценка (по усмотрению)

Описание механизма оценки коммуникационной стратегии. Краткое описание мер успеха, а также инструменты оценки, которые будут применены. Примеры общих инструментов оценки включают в себя:

- Статистика посещения веб-сайта или просмотренных страниц
 - Анкетирование
 - Обратная связь / истории
 - Количество или характер запросов, полученных касательно коммуникационной стратегии
 - Частота использования
-

Спасибо
