

Kas ir komunikāciju kampaņa?

Case Study

Jauns cilvēks ienāk kafejnīcā un pie galdiņa pamana jauku vientuļi sēdošu meiteni.

Ko darīt? Ķerties vērsim pie ragiem, lieki nedomājot? Tas var būt kļūdaini. Taču daudz plānot neizdosies – viņa var piecelties un aiziet. Vai blakām piesēdīsies kāds cits.

Tā ka laika maz... Ir vajadzīgs plāns

PR plānošanas algoritms

1. Situācijas analīze - komunikācijas stratēģija un mērķi;
2. Komunikāciju mērķi - kā kampaņa var palīdzēt sasniegt mediācijas info mērķus?
3. Alternatīvu izvēle - novērtējam riskus un iespējas
4. Komunikācijas stratēģija – veids, kādā tiks sasniegts mērķis
5. Mērķauditorijas - ar ko mēs vēlamies runāt?

PR plānošanas algoritms

6. Pamatvēstījumi – vienoti vēstījumi ar atšifrējumu katrai mērķgrupai
7. Resursu novērtēšana – laiks, budžets, cilvēki, sabiedrotie
8. Komunikāciju taktika – darbību izvēle mērķa sasniegšanai
9. Komunikāciju plāns – pasākumu virkne
10. Efektivitātes kritēriji – indikatori kampaņas veiksmei

1. solis - komunikācijas mērķu formulēšana

Ko patiesībā vēlas jaunais cilvēks?

Labi pavadīt laiku, iepazīties, vai turpināt pasākumu arī ārpus kafejnīcas sienām?

Mērķis nosaka visu pārējo.

Pieņemsim, viņš izvēlējies pēdējo.

Kā tas notiktu skolā?

Kas skolai vajadzīgs?

2.solis – komunikāciju mērķi

Kā komunikācija var palīdzēt sasniegt mērķus?

Varētu iztikt bez komunikācijas, piemēram, iebāžot viņu maisā un ieliekot bagāžniekā.

Komunikāciju mērķis patiesībā ir ļoti vienkāršs – meitenei par puisi ir vienkārši jāuzzina, viņš ir jāierauga, jāsaprot, ka viņš eksistē.

Komunikāciju mērķi

Tad jānotiek attieksmes maiņai no neitrālas uz pozitīvu.

Un protams – jāietekmē **uzvedība** -
Meitenei būs jāmaina šīvakara plāni

Kā tas notiktu skolā

Komunikācijas mērķis ir:

- iepazīstināt ar mediācijas programmu skolās,
- sniegt informāciju par mediācijas iespējām un priekšrocībām,
- popularizēt mediācijas programmu,
- veicināt pēc iespējas lielāku atsaucību to skolēnu vidū, kas paši jau vēlas kļūt par mediatoriem.

3.solis – riski un iespējas (SWOT)

Jāizvērtē riski un iespējas (SWOT)

Stiprās un vājās puses – komunikatora iekšējās īpašības

Iespējas un draudi – ārējie ietekmējošie faktori

3.solis – riski un iespējas (SWOT)

Stiprās puses – jauns uzvalks, mati vēl nekrīt ārā, pie loga kruta mašina

Vājās puses – nav iepazīšanās pieredzes, trūkst humora izjūta, sporta zāle ilgojas pēc viņa jau 10 gadus...

Iespējas – viņa sēž viena. Gredzens ir, bet ne uz tā pirksta. Dzer jau otro glāzi

Draudi arī ir – iespējams, gaida savu draugu bokseri. Noskaņojums tāds it kā viņa tikko uzzinājusi par sava svara pieaugumu

Kā tas notiktu skolā

Stiprās puses

Vājās puses

Iespējas

Draudi

4.solis – komunikāciju stratēģija

Kāds būs ceļš uz viņas sirdi?

- Aplinkus vai pa tiešo?
- Izvēlēties zibenskaru vai veidot ilgu aplenkumu?
- Darboties vienatnē vai rekrutēt sabiedrotos?
- Uzbrukumam veltīt visus spēkus uzreiz vai veikt izlūkošanu ar kauju?
- Un daudzi citi jautājumi...

Kā tas notiktu skolā

Noteikti nepieciešama kampaņa, bet nepieciešams arī sistemātisks un ilgtermiņa darbs

5.solis - mērķauditorija

It kā viegls jautājums – pie galdiņa sēdošā meitene.

Tomēr reti kurā kampaņā pastāv tikai viena mērķauditorija. Oficiants, kas atnesīs nākamo glāzi no mūsu puīša, dīdžejs, kas uzliks sirdi plosošu dziesmu meitenei kafejnīcā, bārmenis, pie blakus galdiņa sēdošais pāris..

Jebkurš klātesošais zināmā mērā ir mērķauditorija.

Kā tas notiktu skolā

Mediācijas programma skolās tiks vērsta uz:

- skolēniem
- skolēnu parlamentu
- Psihologiem
- Sociālajiem pedagogiem,
- vecākiem
- skolas direktoru

Kā tas notiktu skolā – komunikāciju kanāli

Tehnoloģijas (skolas radio, skolas avīze, e-klases).

Publicitātes kampaņas medijos un cits izskaidrojošais darbs

(internets, ziņojuma dēlis, pasākumi, skolēniem "aģents", kas apmāca citus mediatorus, sapulces, audzināšanas stundas, pasākumi utt.

6.solis - pamatvēstījumi

Pirms mūsu varonis atver muti, viņam ir skaidri jāzina savs pamatvēstījums.

Ko teikt auditorijai, lai viņš tiktu saprasts, pieņemts, un, vienkārši sakot, iepatiktos?

Pirmkārt, vēstījumam jābūt vienam. Tas nenozīmē, ka jāklūst par papagaili. Vēstījumam jābūt secīgam, mērķtiecīgam un bez pretrunām nākamajā teikumā un neverbālajā komunikācijā.

6.solis - pamatvēstījumi

50-70% informācijas komunikāciju telpā pazūd, neaizejot līdz saņēmējam.

Ir svarīgi saprast savas auditorijas vērtības un vajadzības, tāpēc diez vai puisi stāsti par pēdējo peintola tusu viņu uzrunās.

Jāmeklē atslēgas vēstījumi. Toties katra sieviete vēlas sajūst rūpes, justies skaista, gudra, cik viņa ir īpaša.

Taču arī te var būt zemūdens akmeņi, jo dažādām sievietēm vērtības var atšķirties.

Kā tas notiktu skolā



7.solis - resursi

Novērtējam finansu līdzekļus savā naudas makā, savu pašsajūtu, laika limitus, idejas un citus resursus

Kā tas notiktu skolā

Mediācijas programmas ieviešana skolās, prasīs zināmus resursus:

- telpu nodrošinājums (mediatoriem jāatvēr vismaz viena telpa skolā),
- naudas resursi (uzskates materiāliem, papīru kopēšanai, īpašiem t-krekliem vai piespraudēm, kas atšķirs mediatorus no pārējiem skolēniem),
- zināms laiks skolotāju (direktoru, psihologu) un skolēnu-mediatoru apmācībām.

8,9. solis – komunikāciju taktika un plāns

Mēs esam tuvu finišam. Vēl tikai atliek izlemt, kādas darbības būs mūsu komunikāciju programmā. Piemēram, uzsaukšu šampanieti, pieiešu klāt iepazīties, pasūtīšu lirisku dziesmu un ziedu pušķi un piedāvāšu noskatīties filmu Forum Cinemas. Tad jau būs 23.00...

Viss kā pēc plāna...

Kā tas notiktu skolā

Mediācijas programma skolās tiks popularizēta:

- interneta vidē (skolas mājas lapa, draugiem.lv, flash spēles),
- dažādos pasākumos (projektu nedēļa, mediācijas diena, kāda īpaša diena, kas iekļauta kalendārā)
- audzināšanas stundā (mediatoru pieredzes stāsti, uzskates materiālu dalīšana),

Kā tas notiks skolā

- uz skolas ziņojuma dēļa (plakāti, brošūras),
- ar publikācijām presē (jauniešu žurnāli, foto reportāžas),
- sadarbībā ar citām skolām (mediatoru pieredzes apmaiņa),
- ar filmas uzņemšanu (video klipa organizēšana).

10.solis - efektivitātes kritēriji

Šķiet, ka tas ir vienkārši, it īpaši, ja biznesa mērķi ir sasniegti: izdevās lielisks vakars ar šo būtni.

Taču komunikācijā viss ir sarežģītāk. Piemēram, veiksmīgi noritēja pirmie soļi – informējām, izmainījām attieksmi un pat uzvedību. Taču...

...atnāca vīrs, brālis, draudzenes (izvēle pēc jūsu gaumes). Biznesa mērķis nav sasniegts, taču komunikāciju mērķis izpildīts par visiem 100%

Kā tas notiktu skolā



Un tā...

**VARAM ĶERTIES PIE
DARBA...**