



Карітас України

Міжнародний Благодійний Фонд

CARITAS UKRAINE

**Додаток № 3
До Політики з комунікації**

Затверджую:


Д. Чайківська
Генеральний Секретар
Міжнародного Благодійного Фонду
«Карітас України»
4.07.16, м. Київ
(дата та місто затвердження)

Директиви щодо комунікаційної стратегії

У процесі діяльності організації виникають постійні потреби у реактивній або проактивній комунікаційній стратегії. Це, наприклад, випадки змін пріоритетів діяльності Карітасу України, нові напрями роботи, інформаційні кампанії, фандрейзингові кампанії, відкриття нового центру і т.ін.

Ці питання можуть виникати у будь-якому напрямі діяльності Карітасу України, але завжди повинні бути адресовані вчасно і професійно.

Такі питання визначаються на рівні керівника проекту і повідомляються керівникові відділу комунікацій з метою узгодження подальших кроків.

Коли постає питання в стратегії комунікації, потрібно враховувати наступні кроки:

1. Визначити проблему (питання) і її вплив на діяльність Карітасу України
2. Визначити групу, яка буде працювати над питанням
3. Визначити цілі комунікаційної стратегії
4. Визначити «повідомлення», яке необхідно донести
5. Визначити цільову аудиторію / зацікавлені сторони
6. Узгодити бюджет
7. Визначити канали комунікації
8. Розробити план дій та календарний план
9. Моніторинг та оцінювання

Цілі стратегії

Цілями комунікаційної стратегії можуть бути:

Інформування, забезпечення інформацією

Підвищення обізнаності

Надати або отримати зворотній зв'язок

Провести переговори, пояснити обставини чи вирішити конфлікт

Повідомлення

Повідомлення мусить бути:

Ретельно сплановане

Зрозуміле
Написане відповідною мовою для цільової аудиторії
На часі
Точне
Узгоджене і послідовне

Аудиторія / Зацікавлені сторони

Карітас України прагне розвивати позитивні стосунки з усіма зацікавленими сторонами, як внутрішніми, так і зовнішніми. Різні цільові групи можуть потребувати різної мови і різних каналів комунікації.

Канали комунікації

Необхідно визначити, якими шляхами найкраще досягнути визначену цільову аудиторію. Каналами комунікації можуть бути особисті зустрічі, буклети, флаєри, плакати, наради персоналу, інтернет-ресурси, газети, радіо, телебачення, публічні події.

План дій / Календарний план

У створенні плану важливо визначити:

- Хто є цільовою аудиторією
- Яке повідомлення потрібно донести
- Які канали найкраще використати
- Хто доносить повідомлення
- Час релізу повідомлення

Рекомендований формат для плану дій:

Цільова аудиторія	Канал комунікації	Часові рамки	Відповідальна особа	Статус
Внутрішня аудиторія				
Зовнішня аудиторія				

Оцінка

Важливо оцінювати ефективність комунікацій та працювати над результатами. Моніторинг та зворотній зв'язок допоможе оцінити успішність комунікаційної стратегії.