Stručný průvodce pro nastavení konceptu aktivity/kampaně.

# Definujte cíl aktivity a cílovou skupinu.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| CO? | Cíl aktivity | Čeho chceme dosáhnout? | Definovat cíl, kterého chceme dosáhnout. Proč tuto aktivitu děláme?  |
| Co sdělit? Motto? | Jaké bude hlavní sdělení? Co budeme stále opakovat? Co bude velkým na plakátu/ve videu apod.? |
| KDO? | Cílová skupina | Pro koho to děláme? | Jaký je okruh lidí, pro koho je aktivita určena? Co mají společného, jaké mají vlastnosti, čím jsou specifičtí? |
| Jaké typické "persony" můžeme definovat? | Modelový popis konkrétní osoby nebo popis. Pohlaví, věk, návyky, zaměstnaní, hodnoty, chování apod. Abychom si dokázali představit konkrétní osoby, které tvoří cílovku. |
| Jaké má cílovka potřeby nebo zkušenosti, na co můžeme ťuknout? | Chceme mluvit jazykem, kterému cílovka rozumí. Nejlépe navázat na jejich zkušenosti, potřeby, na něco, s čím se mohou identifikovat. |

# Naplánujte komunikaci. Jaký obsah, jakým kanálem, kdy půjde obsah ven (kdy je uzávěrka), kdo je zodpovědný, kolik to bude stát.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| JAK? Komunikační plán. | Online | Web | článek na web MČ, Čistou stopou, jiné relevantní weby v dosahu |
| Facebook | založení události, tvorba příspěvků, využití profilů v dosahu/ve správě, sdílení do relevatních skupin; příběhy |
| Instagram | důraz na kvalitní vizuální obsah, užití relevantních hashtagů, příběhy/insta stories |
| Twitter | Rychlé stručné zprávy, aktuality, relevantní hashtagy |
| Mailing list | Je k dispozici relevantní mailing list? |
| Placená inzerce - socmedia, adwords | Placený dosah příspěvků; spíše menší částky na více příspěvků, ideálně přenechat někomu zkušenějšímu s nastavením reklam a jejich cílením |
| Obsah - video, foto |   |
| Offline | Printy - časopis MČ, místní plátek | Připravit obsah pro zpravodaje, hlídat uzávěrku, nabídnout dalším dostupným plátkům |
| Plakáty |   |
| Letáky |   |
| Produkty | žádné cetky, něco smysluplného, užitečného, s možností potisku, např. vějíře, krokoměry, obaly na sedla, hrnky, zástěry, držáky na mobil, trička, reflpásky, lahve na vodu |
| Vlastní dopravní noviny | Pracné, nutno zajistit distribuci, ale kvalitní médium |
| Kontaktní kampaň |   |
| Stánek, vlastní událost |   |
| Připojení se k existující akci | využití synergie, snížení nákladů na propagaci, snížení rizika nížší účasti |
| S kým | Politici | záštita, aktivní účast, osobní propagace, podpora |
| Influenceři |   |
| Celebrity |   |
| Novináři - TZ, chlebíčky |   |
| Firemní partneři |   |
| Zájmové organizace  | Kluby seniorů, sportovní kluby, odbory, spolky |
| Externí dodavatelé |   |