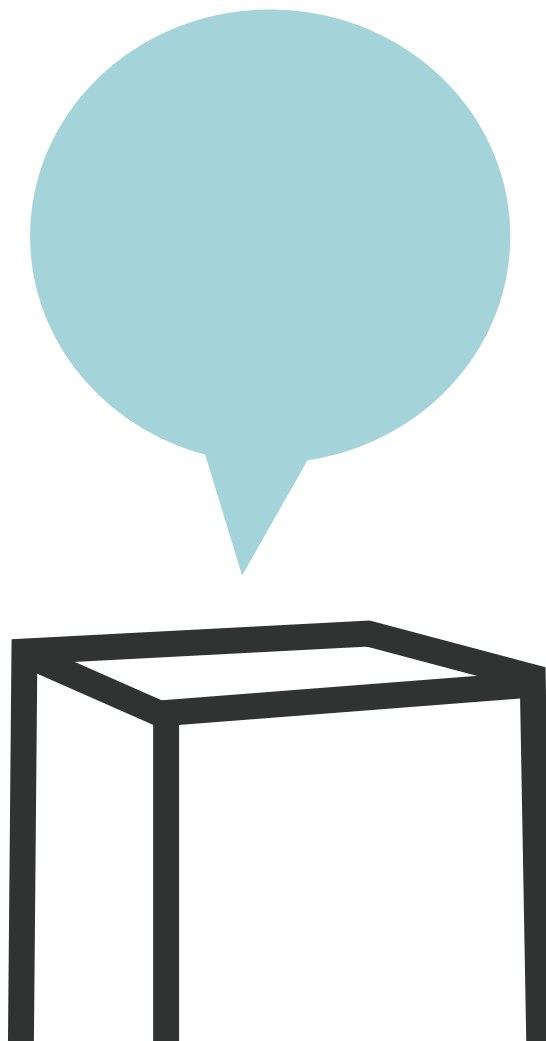
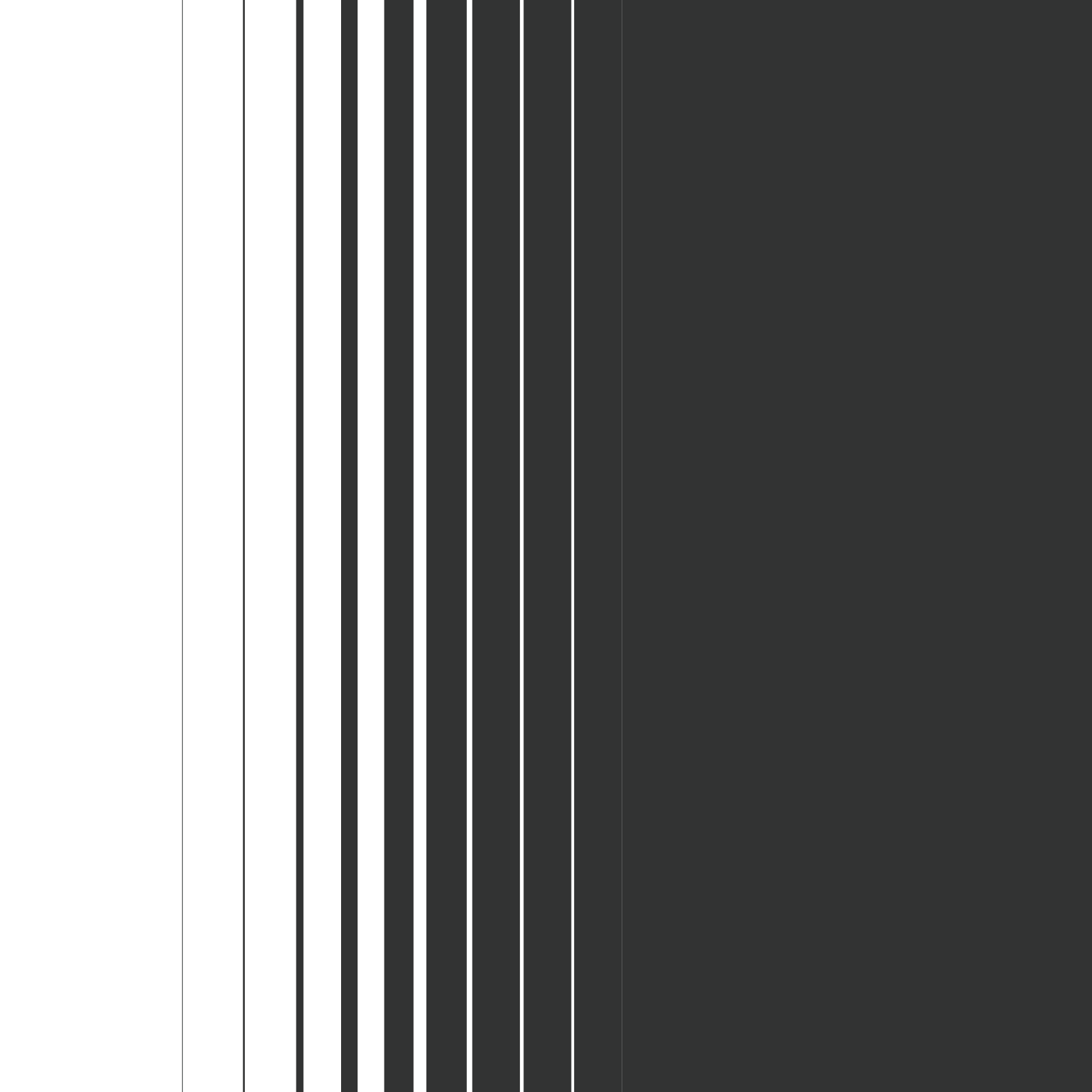


ДОВІДНИК
з комунікацій

УКФ





Шановний грантоотримувачу!

Вітаємо вас зі здобуттям гранту від Українського культурного фонду. Комунікаційна складова вашого проекту надзвичайно важлива для його подальшої реалізації. Ми підготували деякі прості рекомендації щодо інформаційної співпраці з Фондом.

Просимо вас з ними уважно ознайомитись.

Також ви можете зв'язатись з нами та уточнити все, що вас цікавить!
З повагою, комунікаційна команда Українського культурного фонду.

З чого починається інформаційна підтримка проекту?

1. Планування комунікацій

Розробка комунікаційної стратегії є однією з обов'язкових умов під час подання документів на грант УКФ. Її планування є нагодою для визначення цільової аудиторії проекту, його мети та завдань, інструментарію для подальшого просування. Це сприятиме більш повному баченню проекту, що значно полегшить його подальшу розробку.

Етапи створення комунікаційної стратегії:

визначення цілей стратегії

опис діяльності організації

встановлення комунікаційних цілей

визначення внутрішньої та зовнішньої цільової аудиторії

розробка головного смислового повідомлення

вибір ефективних джерел комунікації

планування комунікаційної діяльності

визначення ефективності стратегії

2. Визначення каналів комунікації, робота з ними

1. Медіа

**2. Соціальні
мережі**

**3. Онлайн
заходи**

**4. Офлайн
заходи**

**5. Друкована
продукція**

Цілі:

Правильно визначити цільову аудиторію і медіа, які їй відповідають.

Зацікавити редакцію своїм продуктом, для цього потрібно надати якомога більший пакет матеріалів: пресреліз, ілюстрації, фото, відео, інфографіку тощо. Пам'ятайте, чим краще ви підготовлені, чим більше можете допомогти редакції, тим вірогіднішим є шанс, що публікація про ваш проект вийде у медіа.

Сформувати власну базу контактів журналістів, редакторів чи редакцій, що знадобиться у подальшій роботі.

Поради:

Якщо ви звертаєтесь до медіа, яке спеціалізується на новинах та форматах, що дозволяють оперативно подавати інформацію, запропонуйте пресреліз вашого проекту.

Будьте готові самостійно створити та надати для публікації форматний матеріал на затверджену з редактором тему.

Соціально-політичним медіа будуть цікаві блоги, колонки чи статті.

Пресреліз – це лаконічний текст із чіткою структурою, який має подавати максимум інформації. Його пишуть за принципом перевернутої піраміди, подаючи дані від більш важливих до менш важливих.

Корисні посилання:

Як визначити цільову аудиторію: <https://bit.ly/3eVNdu9>

Креативні комунікації: <https://bit.ly/2KHPP0y>

Практика комунікацій фестивалів: <https://bit.ly/3eYTMfy>

Медіа

Соціальні мережі

Чітко уявляючи цільову аудиторію і оцінивши ресурси вашого проекту, зосередьтеся на кількох соціальних мережах. Це можуть бути: Facebook, Instagram, Telegram.

Консолідувати аудиторію.

Отримувати постійний зворотній зв'язок.

Зміцнити колаборацію з інфопартнерами.

Користуватися всім спектром інформінструментів: онлайн трансляції, івенти та реєстрації, реклама для розширення аудиторії тощо.

Корисні посилання:

Як використовувати SMM: <https://bit.ly/3aKU9Hp>

SMM тренди 2020: <https://bit.ly/2W2TM5u>

**Зверніть
увагу!**

Комунікація з головної сторінки проекту повинна підсилюватись комунікацією зі сторінок його авторів і партнерів. Це сприятиме більшому охопленню аудиторії, створенню медійного образу проекту.

Онлайн заходи

Онлайн заходи є дієвим інструментом промоції культурного проекту.

Їхні переваги:

Широке охоплення аудиторії;

Додаткова фіксація заходу під час трансляцій у соц. мережах;

Реалізація проекту попри непередбачувані обставини (погодні умови, карантин тощо);

Миттєвий фідбек (якщо аудиторія має можливість залишати коментарі чи ставити запитання);

Більша доступність для медіа, що підвищує шанси отримати додаткові згадки у них.

Якщо проведення онлайн заходу не пов'язано з непередбачуваними обставинами, його так само необхідно анонсувати завчасно, залучаючи можливості каналів поширення.

Корисні посилання:

Онлайн і SMM під час карантину:

<https://bit.ly/3bKUhrE>

Інструменти для онлайн заходів:

<https://bit.ly/3cUTXql>

Публічні заходи є обов'язковою частиною проекту для:

Привернення уваги до проекту;
Створення інформаційного приводу;
Живого спілкування з аудиторією і ЗМІ;
Презентації ідей проекту тощо.

Корисні посилання:

Які бувають івенти: <https://bit.ly/3cV95E2>

Івенти як рг-інструмент: <https://bit.ly/35ckv3H>

Івент крок за кроком: <https://bit.ly/3aDdFW8>

Офлайн заходи

**Зверніть
увагу!**

Заходи для преси варто проводити, маючи серйозні інформаційні приводи. Ними можуть стати оприлюднення результатів досліджень, передпокази фільмів, участь у проєкті зірок національного, європейського масштабу тощо. Зважайте на те, що процес підготовки проєкту не є настільки цікавим для ЗМІ.

Друкована продукція

Друкована продукція – брошури, буклети, каталоги, листівки, постери – часто використовують під час промоції проекту. Виконуйте їх у загальній стилістиці для створення асоціативного ряду проекту. Докладно розробляйте зміст. Стежте за грамотністю.

Корисні посилання:

Ресурси стокових зображень для дизайну:

<https://bit.ly/3allV7d>

Тренди графічного дизайну 2020 (англ):

<https://bit.ly/3eXbYGr>

Зверніть увагу!

Всі ці матеріали мають містити інформацію про УКФ, зокрема логотип і дисклеймер. Після завершення вашого проекту всі друковані матеріали слід додати до звіту в кількості не менше двох.

Дисклеймер

Видання/матеріали підготовлено за підтримки Українського культурного фонду. Позиція Українського культурного фонду може не збігатись з думкою автора.

- 1. Присутність логотипу УКФ в інформаційних матеріалах проекту;**
- 2. Візуальну присутність Фонду на івентах проекту (банери, штендери тощо);**
- 3. Згадки про підтримку УКФ в друкованих матеріалах, пресрелізах;**
- 4. Взаємодію в соцмережах: позначення в івентах, репости, позначення в постах тощо;**
- 5. Використання айдентики Фонду відповідно до бренд-буку.**

Згадування про підтримку фондом

Обов'язковим є згадування про підтримку проектів Українським культурним фондом в інформаційних матеріалах, публікаціях у ЗМІ та під час публічних виступів тощо. Всі анонси та прес-релізи заходів, що виконуються в межах проекту за підтримки Фондом, мають містити згадку про підтримку Фондом в тексті та бути оформлені логотипом УКФ (як це зазначено у формах анонсу та прес-релізу).



Як взаємодіяти з УКФ під час реалізації проекту?

УКФ – інституція, яка діє за принципами відкритості та прозорості.

Ми завжди готові допомогти, підтримати й порадити. Тому сподіваємося на плідну співпрацю заради просування як вашого проекту, так і діяльності Фонду. Ми будемо вдячні за обмін інформаційними матеріалами вашого проекту.

Працівники Відділу комунікацій та зв'язків із громадськістю чекатимуть ваших листів із посиланнями на матеріали про нього. Ви можете звертатися до нас з приводу їхніх публікацій та поширень на офіційних сторінках УКФ у соціальних мережах.

Але не забувайте надсилати на затвердження (**press@ucf.in.ua**) інформаційні матеріали, особливо ті, що передбачені на події за участю преси – анонси, пресрелізи, пострелізи.

Анонси заходів слід надавати за 2-3 дні до дати проведення заходу! Сприяння у поширенні інформації про діяльність УКФ у соціальних мережах вашого проекту чи організації за наявності такої потреби.

Якщо у вас виникли запитання, звертайтеся, будь ласка, до працівників Відділу комунікацій та зв'язків з громадськістю.