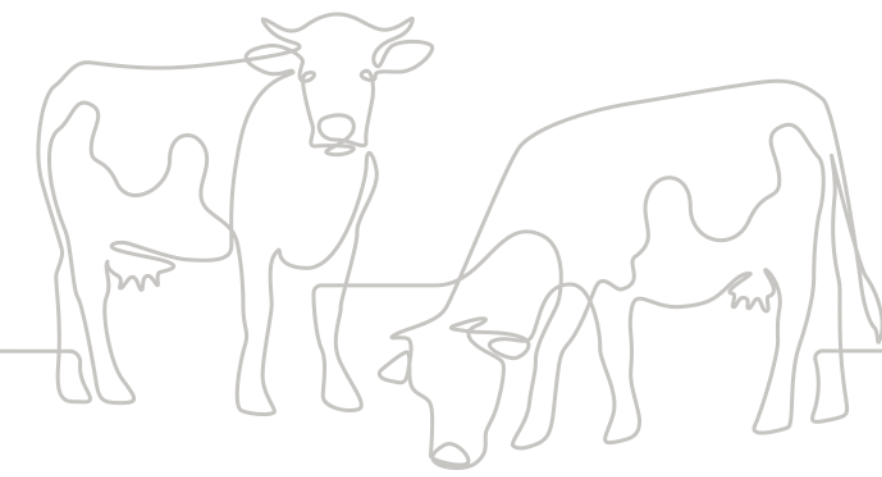




OSIĄGNIĘCIA, WYZWANIA, MOŻLIWOŚCI

18-20 czerwca 2024 r.





Promocja i Komunikacja LGD

Sandra Kmieciak



Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa Inwestująca w obszary wiejskie.
Instytucja Zarządzająca Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020 – Minister Rolnictwa i Rozwoju Wsi.

Operacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Schematu II Pomocy Technicznej „Krajowa Sieć Obszarów Wiejskich” Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2014-2020.

Jak będą wyglądały warsztaty?



POZNAJMY SIĘ

- imię
- skąd jestem,
- jakie LGD/jaką organizację reprezentuje



WORLD CAFE

- metoda
- wybór priorytetowych zagadnień
- wybór liderów przy stolikach
- 5 rund po 15 minut
- omówienie



ANALIZA PRZYPADKU

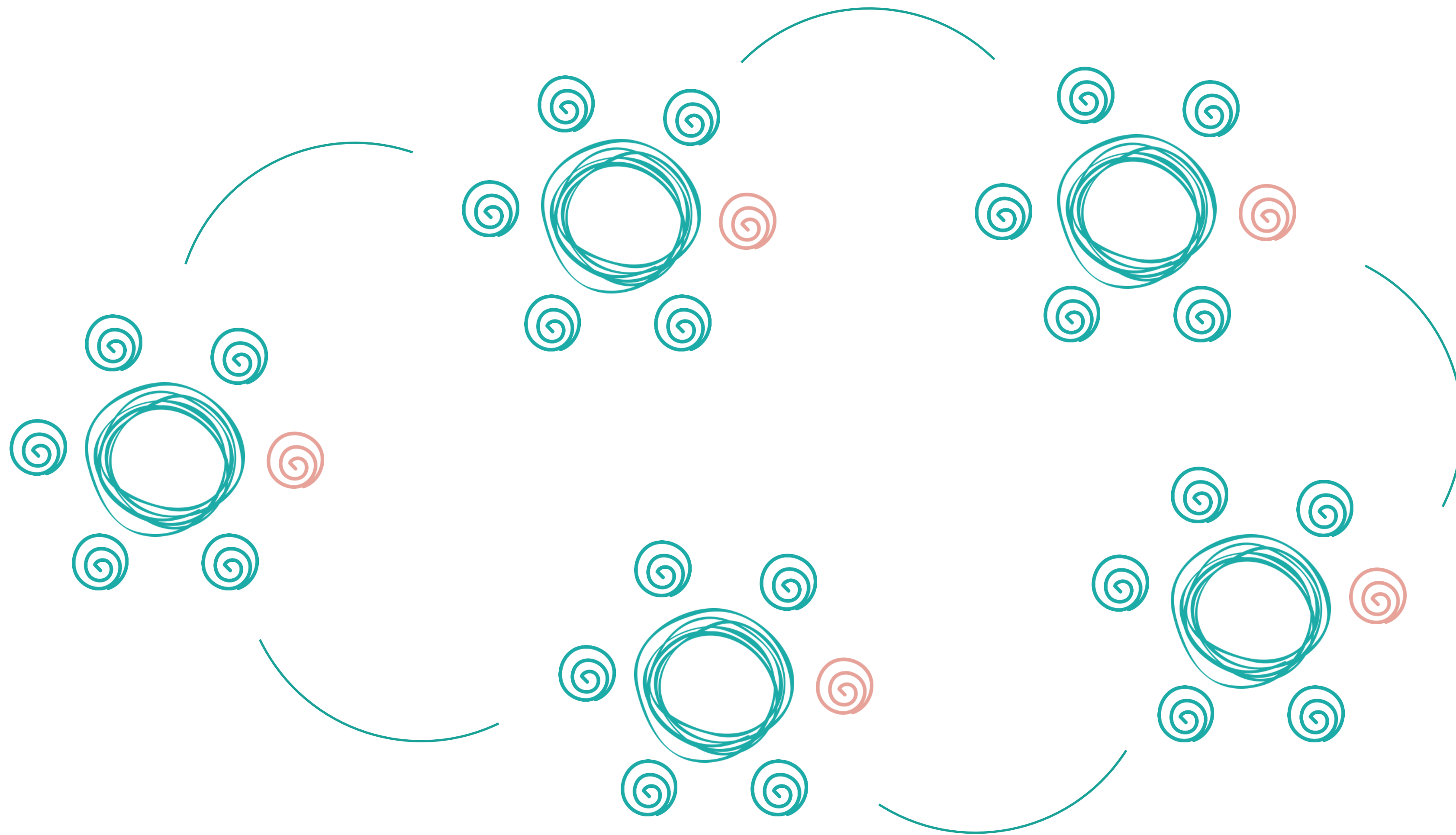
- omówienie na forum sposobu budowania marki wybranego LGD | promocja i komunikacja | relacje | social media | identyfikacja wizualna
- co wymaga poprawy?
Zidentyfikowanie trudności
- wspólne szukanie rozwiązań



KRÓTKA PREZENTACJA I PODSUMOWANIE WARSZTATÓW



World Cafe – o co chodzi?



ZASADY

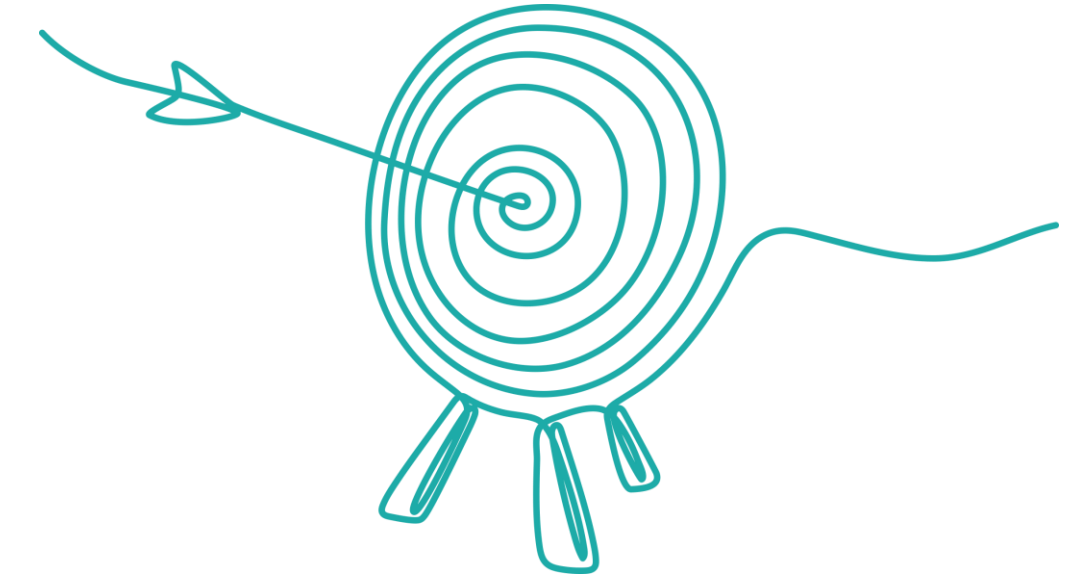
- każdy stolik to inny temat
- przy każdym stoliku jest lider
- co 15 minut grupa zmienia stolik, oprócz lidera
- dokładamy nowe wnioski i swoją perspektywę
- lider na prośbę grupy dochodzącej tłumaczy zapisane zagadnienia
- omówienie

World Cafe – wybór zagadnień



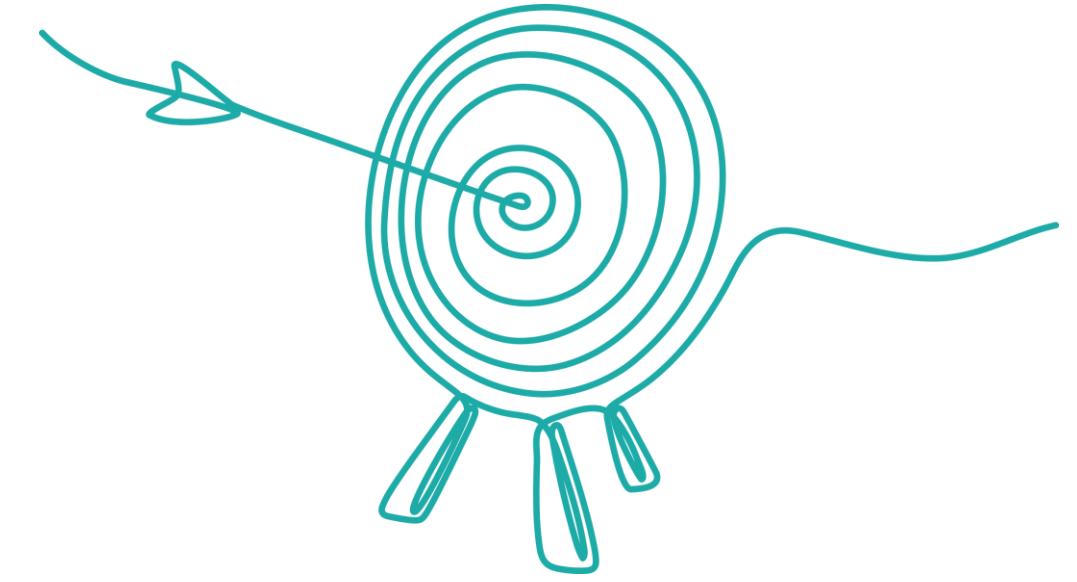
- **Innowacje i sukcesy. Co nas wyróżnia od innych LGD?**
- **Relacje. Z kim współpracujemy?**
- **Wizerunek. Jak chcemy być postrzegani?**
- **Priorytety. Na czym nam najbardziej teraz zależy?**
- **Jakie mamy trudności w komunikacji i promocji?**

Co jest ważne w budowaniu marki?

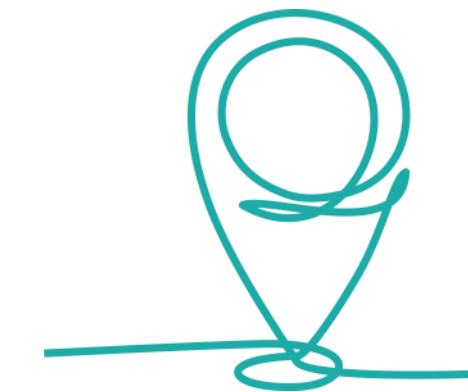


- Ustalenie: przez pryzmat jakich wartości i wyróżników chcemy o sobie mówić?
- Spójność. Jakość. Autentyczność. Zaufanie. Konsekwencja – w odniesieniu do wszystkiego
- Mniej znaczy więcej. Prosty język. Mało treści to nie mało informacji. Mówimy w sposób syntetyczny i fragmentaryczny. Zawsze zastanawiamy się kto jest moim odbiorcą i co dla niego jest najważniejsze?
- Mniej znaczy więcej. Przejrzystość to lepsza czytelność i profesjonalizm. Trzymamy się zasady minimalizmu. Stwórzmy sobie wytyczne kolorystyczne, rodzaj czcionki i grafik, które zawsze będziemy używać w prezentacji, na plakatach, w social mediach (zgodne z logotypem)
- Przekładajmy język projektowy na zwykły język. To naprawdę da się zrobić.

Co jest ważne w budowaniu marki?



- Zaoszczędzimy czas jak stworzymy sobie gotowe szablony np. w canvie
- Najlepiej, aby social mediami zajmowała się jedna osoba bo wtedy treści, sposób budowania przekazu będzie podobny. Jeśli się nie da postarajmy się, aby nie zmieniać zbyt często ustaleń np. nie używajmy języka formalnego zamiast nieformalnego
- Obsługa klienta. Bądźmy mili dla ludzi od pierwszego kontaktu i kompetentni, by skierować osobę tam gdzie potrzebuje. Nie jest to nasze zadanie? Mimo wszystko starajmy się być pomocni. Żadna cudownie prowadzona promocja nie pomoże nam, gdy będziemy wykonywać źle swoje podstawowe zadania.
- Dbajmy o relacje z partnerami i klientami. Uczyńmy z nich ambasadorów naszej marki. Poprośmy o wystawienie opinii lub promocje naszej LGD
- Róbmy rzeczy na miarę naszych sił i możliwości. Zacznijmy od 1 kroku Nie bójmy się innowacji bo to one sprawiają, że będą chcieli o nas mówić



Dziękuję



Jeśli czujesz, że mogę Ci w czymś pomóc to zapraszam do kontaktu:

Sandra Kmieciak
kom. 600 957 598
e-mail: snd.kmieciak@gmail.com



Krajowa Sieć
Obszarów Wiejskich

www.ksow.pl

