

PROMOCJA W FIGUŁCE

- poradnik



Szanowna Druhno, Szanowny Druhu,

Przekazujemy w Twoje ręce poradnik zawierający podstawowe zagadnienia z zakresu promocji i wizerunku. Mamy nadzieję, że treść w nim zawarta będzie przydatna Tobie i Twoim harcerzom. Pamiętaj jednak, że żaden poradnik nie zastąpi warsztatów ani kursu, tym bardziej samodzielnego pogłębiania wiedzy.

Spis treści

1. Katalog Identyfikacji Wizualnej ZHP
2. Regulamin Harcerskiego Internetu
3. Repozytorium ZHP oraz mail w domenie zhp.net.pl
4. Tworzenie spójnych grafik
5. Prowadzenia fanpage na portalu społecznościowym Facebook
6. Inne media społecznościowe
7. Wizerunek
8. Promocja w mediach



1. Katalog Identyfikacji Wizualnej ZHP

Tylko w naszym Hufcu jest 28 jednostek – drużyn i gromad, co razem daje prawie 600 zuchów, harcerzy i instruktorów. W całej naszej organizacji jest ponad 100 tysięcy młodych osób – ZHP jest więc jedną z największych organizacji w Polsce zrzeszających młodych ludzi. Biorąc pod uwagę ilość członków, jednostek oraz ich działania wprowadzono Katalog Identyfikacji Wizualnej normujący sprawy tj.: czcionka, zasady postępowania się logo i identyfikatorem ZHP, dostępne do użytku kolory. Nowością w KIW wprowadzonym w lipcu 2016 r. są m.in.: rozdział dotyczący zdjęć umieszczanych w Internecie oraz rozszerzenie palety kolorów.

Katalog Identyfikacji Wizualnej znajdziesz na stronie www.dokumenty.zhp.pl

2. Regulamin Harcerskiego Internetu

W dzisiejszych czasach ciężko wyobrazić sobie sytuację, kiedy Hufiec lub drużyna nie ma swojej strony internetowej, choćby w najprostszej postaci. Stanowi ona najprostszą formę elektronicznego przekazywania informacji, pozwala na dostęp do kontaktu z drużynowym oraz nie wymaga dużego nakładu pracy w porównaniu z np. rozsyłaniem informacji o zmianach dotyczących kolejnej zbiórki rodzicom na skrzynki pocztowe. Czy informacje, które koniecznie muszą znaleźć się na stronach jednostek są unormowane? Odpowiedź brzmi: Tak. Dokumentem regulującym zasady korzystania i tworzenia harcerskiego internetu jest Regulamin Harcerskiego Internetu będący Załącznikiem do Uchwały Głównej Kwatery ZHP nr 76/2015, który bez problemu znajdziesz na stronie www.dokumenty.zhp.pl.

Co takiego reguluje ww. dokument?

Dokument ten reguluje:

- Zasady delegacji subdomen w domenie zhp.pl;
- Zasady zakładania, użytkowania i likwidacji kont pocztowych w domenie zhp.pl;
- Zasady delegacji subdomen w domenie zhp.net.pl;

- Zasady zakładania, użytkowania i likwidacji kont pocztowych w domenie zhp.net.pl;
- Minima stron www w ZHP;
- Minima zawartości serwisów jednostek w ZHP.



3. Repozytorium ZHP oraz mail w domenie zhp.net.pl

Czym jest Repozytorium ZHP?

Repozytorium szablonów ZHP jest stroną, na której znajdują się dostępne grafiki stworzone przez Wydział Komunikacji i Promocji GK ZHP. Grafiki umieszczone w Repozytorium to obrazki, zdjęcia w tle oraz ulotki nawiązujące do imprez okolicznościowych, promujące nabory harcerskie czy przekazanie 1% podatku dochodowego na jednostki naszej organizacji.

Aby uzyskać dostęp do Repozytorium – www.repozytorium.zhp.pl konieczne jest posiadanie adresu e-mail w domenie zhp.net.pl .

Jak założyć adres e-mail w domenie zhp.net.pl?

Aby założyć adres e-mail w domenie zhp.net.pl należy wejść na stronę: <https://zhp.pl/2016/konta-zhp-net-pl-dla-wszystkich-czlonkow-zhp/> i kliknąć w pasek „ Załóż konto pocztowe @zhp.net.pl”. Posiadanie konta w tej domenie daje możliwość bezpłatnego korzystania z pakietu Microsoft Office 365.


4. Tworzenie spójnych grafik

Promocja w internecie składa się z wielu elementów. Możesz tworzyć relacje słowne, montować klipy video, ale także tworzyć grafiki.

Składają się na nie zarówno zdjęcia opatrzone odpowiednim logotypem, jak i grafiki tworzone od podstaw.

Dlaczego ich spójność jest taka ważna? To proste. Twój potencjalny odbiorca musi zaznajomić się z pewną marką. Zapamiętać dane schematy i utrwalić skojarzenia. Jeśli na każdej grafice będziesz używać jednolitej czcionki, logo, kolorystyki, to bardzo prawdopodobne, że po krótkim czasie obserwatorzy twojej strony będą automatycznie łączyć zdjęcie z treściami przekazywanymi na twoich portalach. Nawet jeśli będzie ono umieszczone w innym miejscu w Internecie.

Wbrew pozorom grafika komputerowa wcale nie jest trudna. Do tworzenia podstawowych obrazów wystarczą ci darmowe programy, do pobrania w internecie, takie jak: *Photoscape*, czy *GIMP*. Przycięcie zdjęcia, dodanie do niego piktogramu i napisu zajmuje nie więcej niż kilkanaście minut. Efekty jednak są bardzo widoczne i warto poświęcić tę chwilę przed opublikowaniem grafiki, aby "upiększyć ją" o dane elementy.



Warto pamiętać, że oprócz wykorzystania Identyfikacji Wizualnej ZHP w swoich obrazach, warto też postawić na estetykę. Stosować się do rad zawartych w Katalogu i nie przesadzać z "ozdabianiem" fotografii, aby był to atrakcyjny dodatek, ale by odbiorca nie miał przesytu formy nad treścią. Postawmy przede wszystkim naturalność!

5. Prowadzenie fanpage na portalu społecznościowym Facebook

Pewnie wydaje ci się, że prowadzenie fanpage na Facebooku to dziecinnie prosta i niewymagająca poświęcenia praca. W końcu większość z nas spędza na tym portalu bardzo dużo czasu w ciągu dnia. Wydaje się więc, że tworzenie tej internetowej strony twojej drużyny to wymarzona funkcja. Cóż, faktycznie, może niektórzy o tym marzą. Jednak wymaga to sporego wkładu własnego.

Warunkiem prowadzenia fanpage jest poświęcenie czasu o różnych porach dnia, ale także zaangażowanie, konsekwencja i systematyczność.

Nie wystarczy bowiem, że opublikujemy jeden ciekawy post na pół roku i na tym zakończymy swoją działalność. Co jest zatem ważne?

- Publikuj posty o podobnych porach dnia (np. 13:00 oraz 19:00), aby przyzwyczaić widzów do systematycznych informacji. Unikaj jednak wrzucania treści w godzinach, gdy na Facebooku jest mała frekwencja odbiorców (wczesnie rano, późno w nocy). Jeśli wiesz, że danego dnia nie będziesz mógł opublikować czegoś ze względu na brak czasu, możesz skorzystać z funkcji 'planowanie postów'.
- Dostosuj ilość wiadomości do realnych potrzeb - nie ma sensu pisać na stronie o każdym szczególe waszej działalności. Po pierwsze: duża ilość postów niedługo po sobie sprawia, że każdy kolejny ma coraz mniejszy zasięg. Po drugie: odbiorcy nie będą przejawiać aż takiego zainteresowania, informacje będą się "gubić" w tłumie i nie będą aż tak atrakcyjne. Nie stawiaj na ilość, ale na jakość.
- Dostosuj treści do potencjalnych odbiorców - w zależności od tego do kogo kierujesz swój fanpage (członkowie drużyny, rodzice, inni harcerze) powinieneś umieszczać na nim inne rzeczy. Zazwyczaj grupa odbiorców jest nieco wymieszana, ale powinieneś wybrać tę docelową, na której skupisz się najbardziej.
- Stosuj atrakcyjne formy przekazu - prowadzenie fanpage nie powinno różnić się prowadzeniu bloga i cotygodniowemu wpisowi o treści "dzisiaj mamy zbiórkę"/"dzisiaj nie mamy zbiórki". Publikując relacje fotograficzne ze zbiórek, wyjazdów, przedsięwzięć, a informacje załączając na grafice zamiast w treści posta, możesz pozyskać więcej odbiorców i wzbudzić zainteresowanie. **[WAŻNE: pamiętaj, że post zwiększy swój zasięg, jeśli oznaczysz w nim znajomych!]**
- Uzupełnij informacje - nie pozostawiaj pustych pól w opisie swojej strony, daj odbiorcom poznać lepiej swoją jednostkę, aby nie powstawały pytania bez odpowiedzi.



- Wchodź w interakcję z ludźmi - użytkownicy chętniej udzielają się na stronie, jeśli widzą, że chętnie odpowiada ona na ich wiadomości prywatne, umieszcza treści o które proszą, nie pozostawia bez echa komentarzy na profilu.

6. Inne media społecznościowe

Prowadzenie innych mediów społecznościowych jest kwestią bardzo indywidualną. Warto przed ich założeniem zastanowić się, czy na pewno są nam konieczne do działania. O ile kanał na Youtube lub profil na Instagramie mogą się sprawdzić, tak konto na Snapchacie, czy Twitterze mogą już okazać się zbędną mnogością wizerunku w Internecie bez większego zainteresowania ze strony użytkowników owych aplikacji/portali.

Bardzo ważne jest, aby zdjęcia i video zamieszczone na naszych stronach były zgodne z Metodą Harcerską. Pokazywały nas od strony pozytywnej, nie tworzyły "czarnego PR-u". Warto wyselekcjonować zdjęcia zanim opublikujemy je w Internecie, a niektóre filmy zachować na spotkania drużynowe, niekoniecznie dzieląc się nimi w sieci. Pamiętajmy, że to, co dla nas jest zwykłą zabawą, może być źle odebrane przez środowiska postronne.

Wskazówki do prowadzenia kont w mediach społecznościowych - tu również, jak i na Facebooku, warto postawić na spójność. Dlaczego by nie stworzyć własnego hashtaga na Instagramie? Albo po każdym wyjeździe publikować zmontowaną videorelację na Youtube? Wciąż nie zapominając o szczegółach: odpowiedniej czcionce, logo ZHP/hufca/szczepu/drużyny (byle nie wszystkie naraz), numer KRS (promowanie oddania 1% wraz z relacjami ze swojej działalności to powszechna technika), linku w opisie do naszej głównej strony internetowej, dobrym wizerunku.

7. Wizerunek

Według Słownika Języka Polskiego PWN: „Sposób w jaki dana osoba lub rzecz jest postrzegana i przedstawiana”.

Uprzedzając Twoje pytanie – tak, to dotyczy także harcerzy. Na wstępie tego bardzo ważnego tematu warto zwrócić uwagę na sojuszników harcerskiej działalności:

- Młodzież, zarówno niezwiązana z harcerstwem jak i nasi potencjalni członkowie;
- Obecni harcerze i instruktorzy;
- Dorośli – w pierwszej kolejności rodzice harcerzy, następnie osoby współpracujące z jednostką (np. dyrekcja szkoły, urzędy, sponsorzy, rady osiedlowe) oraz osoby, które same były kiedyś harcerzami.

Biorąc pod uwagę jak szerokie jest grono naszych odbiorców i jak wiele sposobów na kreowanie wizerunku harcerstwa jest dostępnych musimy pamiętać o kilku ważnych kwestiach:

- Wszystko, co zostanie umieszczone w internecie tak łatwo nie zginie. Pamiętaj - przed umieszczeniem informacji/posta warto sprawdzić pisownię;
- Wszystkie publikowane treści (zdjęcia, filmy) muszą przedstawiać wartości, jakie chcemy przekazywać w harcerstwie. Umieszczając zdjęcie w internecie upewnij się, czy osoba na nim obecna wyraża zgodę na wykorzystywanie wizerunku. Więcej na temat zdjęć przeczytasz w Katalogu Identyfikacji Wizualnej ZHP w temacie „Zdjęcia”.
- Strona / fanpage jednostki nie jest miejscem na Twoje prywatne przemyślenia, tym bardziej dotyczące kwestii politycznych czy społecznych.



Z tego działu chcielibyśmy, abyś pamiętał o dwóch rzeczach:

- Jako osoba w mniejszym lub większym stopniu związana z harcerstwem poprzez swoje zachowanie i działania sprawiasz, że osoby z Twojego otoczenia przez pryzmat Ciebie postrzegają całą organizację;
- Gdziekolwiek jesteśmy, cokolwiek publikujemy w internecie, nic nie zmienia faktu, że nie żyjemy w próżni.

8. Promocja w mediach

Czy czytasz gazety? Czy słuchasz radia? A może śledzisz jakieś lokalne media w internecie?

Prawdopodobnie na conajmniej jedno pytanie odpowiedziałeś: „Tak”. Jeżeli nawet nie wykonujesz żadnej z powyższych czynności nie oznacza to, że inni tego nie robią. W naszej harcerskiej pracy tak bardzo zaaferowani jesteśmy swoją działalnością, że często zaskakuje nas pytanie rodzica potencjalnego nowego harcerza: „Co się robi w harcerstwie i jak to działa?”. Zastanów się chwilkę i spróbuj odpowiedzieć sobie na pytanie skąd ludzie mogliby dowiedzieć się o działaniach harcerzy? Jeżeli nie od znajomych i rodziny to najprostszą odpowiedzią są: media.

Jako Hufiec regularnie wysyłamy artykuły do magazynu HydeParkNews, Miejskiego Serwisu Informacyjnego, Wiadomości Starostwa Powiatowego oraz gazety „Dzisiaj w Gliwicach”. Wieści o harcerskim życiu ukazują się także w Nowinach Gliwickich oraz radiu CCM i Telewizji Imperium.

Przygotowałeś ciekawą zbiórkę lub biwak?

Twoi harcerze zrobili coś, czym można się pochwalić?

Napisz do Nas – chętnie to wypromujemy!

Zespół ds. Promocji i Informacji

pr@gliwice.zhp.pl



