



Верзија 1.0

ПолимаТ 13

Стратегија за комуникации

Содржина

Вовед.....	2
Анализа на силни и слаби страни, можности и закани	3
Општи цели на комуникациската стратегија.....	5
Специфични цели, насоки, индикатори, активности, ресурси.....	5
Специфична цел 1:.....	5
Специфична цел 2:.....	6
Специфична цел 3:	7
Специфична цел 4:	8
Клучни Комуникациски Пораки.....	11
Преглед на каналите и алатките за спроведување на стратегијата.....	11
Управување и спроведување на комуникациските активности	12
Временска рамка за имплементација	12
Оценување и набљудување	13

Вовед

Со оглед на тоа што односите со јавноста и комуникацијата се клучни елементи за остварување на стратегијата на организацијата, раководството на ПОЛИМАТ 13 смета дека е потребен подобро планиран и структуриран пристап кон комуникацијата заради што е подготвен овој документ.

Оваа комуникациска стратегија е подготвена преку партиципативен процес на консултации внатре во организацијата, како и со надворешните чинители. Целиот процес на подготовка на стратегијата беше поддржуван од страна на надворешен експерт.

За остварување на комуникацијата со различните чинители ПОЛИМАТ 13 користи повеќе различни пристапи, како директна комуникација, телефонска комуникација, социјални медиуми, веб страна, состаноци итн. Покрај тоа за поголеми/поважни настани редовно се подготвува прес-соопштение и се покануваат соодветни медиуми. Претставници на организацијата редовно се присутни на релевантни локални и национални настани и состаноци. Како алатки кои се користеле во досегашната работа, а со цел информирање и комуникација со чинителите се информативни флаери, плакати, соопштенија. Во последните неколку години и актуелизирањето на социјалните медиуми, ПОЛИМАТ 13 се труди да биде во тренд со новите начини на пристап, комуникација и информација со чинителите и затоа е присутна на повеќе социјални мрежи (Facebook, Twiter, Instagram) и има регистрирано свој Youtube канал.

Анализа на силни и слаби страни, можности и закани

Подготовките на комуникациската стратегија започнаа со изработка на SWOT анализа на јаките страни, слабостите, можностите и закани за комуникација на ПОЛИМАТ 13. Анализата утврди дека клучните силни страни на ПОЛИМАТ 13 се поседување на технички ресурси и достапност до алатки за комуникација, добра комуникација со локални и национални чинители, постоење на веб страна и социјални медиуми кои веќе имаат своја публика. Слабости на кои треба да се работи во следниот период се недоволната промоција, неактивен пристап кон медиумите, немање јасни пораки, недоволни капацитети и вештини за комуникација, немање средства за оваа намена, нередовно ажурирање на социјалните медиуми, неодржување контакти со бизнис секторот и странските амбасади.

Можности кои организацијата треба да се труди да ги искористи во иднина се:

достапните контакти од медиумите, одржување на редовни контакти со нив и искористување на приликите за бесплатно присуство во медиумите (утрински емисии, информативни емисии...), користење ресурси од локалната самоуправа, искористување на можностите за бесплатни обуки на оваа тема за вработените и ангажираните лица и користење на бесплатни онлајн алатки за информирање и комуникација со различни целни групи. Закани кои треба да се земат предвид се немање влијателни локални медиуми, лошо пренесување на информациите и вадење од контекст, слаб интерес на медиумите за граѓанските организации, одлевање на обучениот персонал за комуникација и непостојаност во следењето на новитети и трендови.

Со креирање на комуникациска стратегија ПОЛИМАТ 13 во своето работење ќе воспостави одржлива политика за комуникација со сите чинители, со цел системско пренесување на саканата порака на ПОЛИМАТ 13 до конкретната целна публика преку соодветни алатки.

Јаки страни	Слаби страни
<p>Организацијата е позната во околината и на национално ниво</p> <p>Технички ресурси</p> <p>Достапни алатки за комуникација (лаптоп, интернет, професионален фотоапарат и др.)</p> <p>Постоење на веб страна и социјални медиуми</p> <p>Контакти и добра соработка со локални институции и чинители</p>	<p>Недоволна промоција на организацијата</p> <p>Немање на механизам и правилник за комуникација со било какви медиуми</p> <p>Неажурност/неактивност кон медиуми</p> <p>Немање јасни пораки кон целни групи</p> <p>Непостојан кадар</p> <p>Непостоење на специјализирано лице за комуникација во организацијата</p> <p>Нередовно ажурирање на социјалните медиуми</p> <p>Немање средства за медиумско покривање</p> <p>Неодржување контакти со странски амбасади</p>
Можности	Закани
<p>Бесплатно учество на медиуми (утрински емисии, информативни емисии, ток- шоу...)</p> <p>Достапни контакти од медиуми</p> <p>Воспоставување и одржување на контакти со претставници од медиуми</p> <p>Користење на ресурси од локална самоуправа</p> <p>Герила маркетинг</p> <p>Мала средина, полесен пристап до информации</p> <p>Спонзорирање на постови на социјални медиуми</p> <p>Бесплатни обуки за вработени и ангажирани лица</p> <p>Користење на бесплатни онлајн алатки за информирање и комуникација кон различни целни групи</p>	<p>Немање можност за промоција на локални медиуми</p> <p>Лошо пренесување на информации/вадење од контекст</p> <p>Непостојаност во следењето на новитети и трендови</p> <p>Немање влијателни локални медиуми</p> <p>Граѓанските организации не се интересни на медиумите</p> <p>Одлевање на обучениот персонал за комуникација</p>

Општи цели на комуникациската стратегија

1. да се подобри позиционирањето и видливоста на ПОЛИМАТ 13 кон своите членови, основачи и другите чинители
2. ПОЛИМАТ 13 да биде препознаена на локално и регионално ниво како организација која ги застапува интересите на своите целни групи, создава позитивни промени во заедницата и придонесува за општа благосостојба на сите граѓани

Специфични цели, насоки, индикатори, активности, ресурси

Специфична цел 1:

ПОЛИМАТ 13 е видлива, отворена и достапна за сите свои членови и чинители и во комуникацијата со нив практикува систематизиран пристап

Комуникациски резултат 1.1: Подобрена транспарентност, отчетност и видливост на работата на ПОЛИМАТ 13

Комуникациски резултат 1.2: Подобрена информираност на чинителите за работата на ПОЛИМАТ 13 и теми од нивен интерес

Активности:

- Редовно споделување на информации, извештаи, анализи за работата на ПОЛИМАТ 13 до своите конституенти (годишни наративни и финансиски извештаи, ревизорски извештаи, правилници и политики за работа итн.)
- Редовно споделување на релевантни информации од доменот на работа на ПОЛИМАТ 13 кои што се во интерес на нашите чинители
- Водење на континуиран систем на информирање кон различна целна публика

Индикатори:

- Број на објави и споделени информации со постоечките и нови конституенти
- Присутност во медиуми
- Број на следбеници на социјалните медиуми од различни целни групи
- Број на нови следачи на социјалните медиуми
- Број на реакции на објави
- Број на различни пораки за различни целни групи
- Број на различни канали на информација
- Број на нови поддржувачи, волонтери, корисници (конституенти)

Канали и алатки:

- Веб страна

- Социјални медиуми (facebook, twitter, instagram, Youtube)
- Директни состаноци
- Ресурси:
- Финансиски средства
- Човечки ресурси
- Интернет и соодветна техничка опрема

Специфична цел 2:

Подобрена комуникација со членовите и волонтерите преку унапредување на методологиите и алатките за комуникација и мобилизација на членови и волонтери

Комуникациски резултат 2.1.: Унапредени и прилагодени алатки за комуникација и мобилизација на различни категории членови и волонтери

Активности:

- Прилагодување на постоечките алатки за комуникација и информирање кон различна целна публика
- Следење на иновативни пристапи за комуникација и нивно воведување во работата

Индикатори:

- Број на активни членови и волонтери
- Број на нови членови и волонтери
- Број на реализирани активности
- Број на состаноци и присутни на истите
- Канали и алатки:
- редовни состаноци
- емаил групи
- социјални медиуми
- телефонски контакти
- промотивни и информативни настани

Ресурси:

- Човечки капацитети
- Обуки и тренинзи

Специфична цел 3:

ПОЛИМАТ 13 подобро се претставува во јавноста и ја промовира својата работа преку редовно ажурирање и споделување на информации на социјалните медиуми, веб страната и подобрена комуникација со медиумите

Комуникациски резултат 3.1.: Зголемено, навремено и подобро ажурирање на веб страната и социјалните медиуми на ПОЛИМАТ 13

Комуникациски резултат 3.2.: Воспоставена и континуирана соработка со локални, регионални и национални медиуми и портали.

Активности:

- Континуирано редовно ажурирање на веб страната и социјалните медиуми на ПОЛИМАТ 13
- Одржување на комуникација и соработка со пишани и електронски медиуми

Индикатори:

- Број на објави
- Број на лајкови
- Број на гостувања во емисии
- Број на соопштенија за јавност
- Број на реализирани кампањи
- Број на реализирани настани
- Број на изработени промотивни видеа
- Број на информирани луѓе преку прегледи, флаери....
- Број на споделени успешни приказни
- Канали и алатки:
- Социјални медиуми
- Веб страна
- Директни состаноци со претставници на медиуми
- Соопштенија за јавност
- Информативни настани

Ресурси:

- Човечки капацитети
- Финансиски средства
- Техничка опрема

Специфична цел 4:

Воспоставување и одржување канали за комуникација и видливост кон донатори и поддржувачи

Комуникациски резултат 4.1.: ПОЛИМАТ 13 гради доверба кај своите донатори и поддржувачи

Комуникациски резултат 4.2.: ПОЛИМАТ 13 ја проширува својата мрежа на донатори и поддржувачи со бизнис секторот

Активност:

- Доставување на информации и извештаи за работата на ПОЛИМАТ 13 до донатори и поддржувачи
- Одржување и продлабочување на соработката со постојани и нови донатори и поддржувачи
- Воспоставување на комуникациски односи и соработка со бизнис секторот

Индикатори:

- Присуство на настани
- Број на лични средби и состаноци
- Остварени контакти и соработка
- Број на споделени информации
- Канали и алатки
- Е-маил листа
- Директни средби и состаноци
- Информативни настани и презентации
- Барања, соопштенија
- Ресурси
- човечки ресурси
- обуки и тренинзи за соработка и лобирање

Целните групи на кои се однесува Комуникациската стратегија се сите конституенти на ПОЛИМАТ 13, односно:

- Внатрешна комуникација:
- управни и извршни структури
- членство
- волонтери
- Надворешна комуникација:
- целни групи и корисници
- локални и национални институции/органи/организации
- граѓански организации
- партнери и поддржувачи
- донатори и бизнис сектор
- медиуми, јавноста и потенцијални идни конституенти

Во продолжение е претставена матрица за комуникација со различна целна публика, која содржи: опис на целната група, комуникациски канал кој ќе се користи за целната група, клучна комуникациска порака за целната група.

Матрица за комуникација		
Целна група	каналы на комуникација	Клучна порака
Органи на ПОЛИМАТ 13 членови на Собрание, Управен и Надзорен одбор и извршна канцеларија	Одржување на редовни физички и електронски состаноци Е-маил групи	Ние ја градиме перцепцијата за нашата организација и довербата кај чинителите.
Членови и волонтери	Одржување на редовни состаноци Е-маил група Е-билтен Социјални мрежи и групи Информативни и промотивни настани	Нашите членови се движечка сила кој не мотивира, инспирира, води кон нашите успеси! Волонтирај доколку сакаш да видиш позитивни промени во твојата заедница. Ние сме креатори на промените што ги бараме!
Жени/девојки од рурални средини	Плакати и флаери во месна заедница, локални продавници, Директни контакти, Социјални медиуми	Биди активна членка во својата заедница!

Жени во политика	Состаноци со активни жени од партиите, Претседателки на локални ограноци Телефонски, маил	Рамноправно учество=силно општество
Девојки	Социјални медиуми Состаноци, отворени денови, настани со образовни институции	Јаки жени јака заедницата
Млади Средношколци/ки	Покани во училиштата, Соработка со класните раководители, Огласни табли Социјални медиуми, Директни средби во училиштата, Електронска комуникација и информирање, Телефонски комуникации Состаноци и работилници, Советодавни активности,	Искористи ги можностите, креирај ја својата сегашност и иднина, вклучи се и придонеси во заедницата
Млади од социјален ризик	Соработка со ЦСР, Здравствен дом, Образовни институции, Невработени млади Состаноци со АВРМ, социјални медиуми, Телефонски комуникации Работилници и трибини	Сите сме еднакви, секој заслужува подобро!
Институции, органи, граѓански организации, донатори, бизнис сектор, поддржувачи	Покани, Соопштенија, Присуство на настани, Е-маил листа, Медиуми, Социјални медиуми, Комуникација со дописи, Информирање и учество во активностите на ПОЛИМАТ 13, Директни контакти, Билтен	За подобар живот на сите, заедничката соработка е неопходна
Национални Медиуми	Директни контакти, Соопштенија за новинари, покани, соопштенија за споделување информација.	Вистински и навремено информирани јавност критички освестена јавност.
Граѓански организации, донатори и фондации	Електронска комуникација и информирање, Следење на донаторски објави за проекти, Комуникација и координација со донатори, Вмрежување и соработка со ГО на национално ниво	Заеднички напори за изградба на рамноправно и подобро општество
Јавни личности и инфлуенсери на социјални медиуми	Директна комуникација	За подобро на сите, споделете ја нашата визија

Клучни Комуникациски Пораки

Комуникациските пораки на кои ќе се базира стратегијата треба да градат идентитет за ПОЛИМАТ 13 кој ќе соодветствува на визијата, мисијата и вредностите на организацијата. Сите оние кои ќе бидат вклучени во пренесувањето на клучните пораки треба да имаат јасно и усогласено разбирање зошто постои организацијата, кои се нејзините намери и што сака да постигне за соодветно тоа да го артикулираат во пораките кои ги пренесуваат.

Покрај визијата, мисијата и вредностите како пораки на општо организациско ниво, ПОЛИМАТ 13 ќе користи специфични пораки кои се однесуваат на нејзината работа по одделни сектори и целни групи.

За жените и девојките пораките кои се користат носат охрабрување и сознание дека организацијата може да им помогне. За жените од рурални средини пораките поттикнуваат да бидат активни во општеството. Пораките за младите ги поттикнуваат да бидат ангажирани и активни во заедницата.

За граѓанскиот сектор, институциите и другите чинители пораките повикуваат на заеднички ангажман и соработка.

Преглед на каналите и алатките за спроведување на стратегијата

Комуникациската стратегија ќе се спроведува со користење на низа различни канали и алатки. Тоа опфаќа користење на електронски средства (веб страна, службени е-маил адреси, соопштенија и сл.), Медиуми (локални и национални, печатени и електронски), Нови иновативни медиуми, печатени материјали, лична комуникација (телефонски, средби, состаноци) и промотивни и информативни настани и материјали.

Клучна улога, согласно и на потребите и барањата на чинителите, ќе имаат социјалните медиуми. За таа цел ПОЛИМАТ 13 ефективно ќе ја користи својата Фејсбук страна и редовно ќе објавува содржини на неделно ниво. Исто така во наредниот среднорочен период, а имајќи ги предвид преференците на младите кои се важна целна група за организацијата, ќе се разгледа потребата и можноста за поголемо користење на Инстаграм профилот на ПОЛИМАТ 13.

Веб страната, исто така е една од клучните комуникациски алатки. Посебна грижа ќе се води за редовно објавување на актуелни информации и содржини на веб страната, што подразбира, објавување на информации за некој настан, акција, активност, минимум 3 дена пред неговото одржување и/или објавување на прилози за веќе одржани настани, активности, проекти итн. не подоцна од 5 дена од нивното завршување.

Покрај тоа организацијата ќе продолжи да остварува директни состаноци со своите чинители, ќе ги кани на настани, ќе информира преку е-маил листата, ќе испраќа дописи и

прес соопштенија, ќе остварува редовна комуникација со медиумите, ќе учествува на настани итн.

Управување и спроведување на комуникациските активности

Односите со јавноста и комуникацијата се обврска на сите активно вклучени во организацијата и затоа сите треба да бидат запознаени со стратегијата и клучните комуникациски пораки за ПОЛИМАТ 13. Координаторите и вработените во Извршната канцеларија ќе бидат најчесто во ситуација да ги спроведуваат активностите предвидени со стратегијата. За таа цел ќе биде потребно соодветно да се подготвуваат и да градат вештини за односи со јавноста и комуникација. Затоа организацијата ќе ги искористува сите достапни можности за обука и градење на капацитетите на што е можно повеќе лица од организацијата.

За организација на планираните активности од стратегијата и следење на нејзиното спроведување ќе биде потребно да се назначи координатор за комуникација и видливост. Координаторот ќе има обврска да ги планира и организира активностите, да ги поддржува колегите во спроведувањето на активностите за комуникација, да организира активности за градење на капацитетите на оваа тема, да го следи остварувањето на активностите и индикаторите и да подготвува извештаи. Редовното ажурирање на веб страницата, подготвувањето на текстови за социјалните медиуми ќе биде обврска на извршната канцеларија (програмски координатори, координатори на проекти и др.), а пред секоја објава треба да се добие одобрување од одговорните лица. Освен ангажманот на човечките ресурси, за спроведувањето на дел од активностите од оваа стратегија ќе бидат потребни и финансиски средства. Со оглед на ограничените финансиски можности за ваква намена, дел од тие трошоци доколку е возможно ќе се вградуваат во буџетите на тековните проекти.

Временска рамка за имплементација

Комуникацијата е сложен процес кој бара време, соодветни човечки, технички и финансиски ресурси, како и потребни знаења, вештини и компетенции. ПОЛИМАТ 13 е свесна за предизвикот и е потребно подолг временски период за да се интегрираат сите предвидени алатки и да се воспостават сите планирани канали за комуникација. Заради тоа оваа комуникациска стратегија ќе ги следи приоритетите, целите и активностите предвидени во организацискиот стратешки план за периодот 2024-2029 и истата по потреба може да биде ревидирана.

Оценување и набљудување

Комуникациската стратегија на ПОЛИМАТ 13 содржи квалитативни и квантитативни индикатори кои ќе придонесат за подобро и систематско следење и евалуација кон постигнување на зацртаните цели.

Следењето и оценката ќе придонесат за континуирано подобрување на комуникацијата со целните публики.

Методите на евалуација вклучуваат различни пристапи и тоа:

- Испитување на мислење;
- Медиа мониторинг (следење на објави, прилози, соопштенија за работата на ПОЛИМАТ 13 објавени од ПОЛИМАТ 13 или од други извори, а се однесуваат на работата на ПОЛИМАТ 13);
- Број на директно остварена комуникација (телефонски, средби, состаноци) и резултати кои произлегле од нив;
- Интервјуа;
- Ревизија на комуникациската стратегија и други средства и методи.

Оваа комуникациска стратегија е дел од развојната стратегија на
ПОЛИМАТ 13, изработена во 2023г. За период (2024-2029)

Истата е подготвена за потребите на организацијата и во соработка со членовите и
раководителите на истата.

Богданци, 2023г

