

ABC promocji, czyli co zrobić żeby rozstawić nasz projekt

Przed:

- Czy podpisaliśmy wszystkie niezbędne umowy?
- Czy mamy wszystkie niezbędne zgody (jeśli takie są potrzebne)?
- Czy przygotowaliśmy atrakcyjny news dla mediów?
- Czy wyznaczyliśmy osobę do kontaktu z mediami w przypadku pytań, zaproszenia do wywiadu?
- Czy skontaktowaliśmy się ze wszystkimi mediami lokalnymi, żeby je zainteresować tematem?
- Czy przekazaliśmy informację do urzędu gminy/miasta/powiatu/wojewódzkiego/ośrodka kultury?
- Czy np. skontaktowaliśmy się z proboszczem w celu przekazania informacji w ramach ogłoszeń duszpasterskich lub w inny sposób zadaliśmy o dotarcie informacji do konkretnej grupy adresatów naszych działań?
- Czy każdy z nas wie, co ma robić i kiedy?
- Czy wiemy jak działać/komunikować się/koordynować w przypadku niespodziewanych wydarzeń?
- Czy zadaliśmy o odpowiednie warunki realizacji projektu?
- Czy mamy listę rzeczy i sprzętu niezbędnych do realizacji projektu?
- Czy sprawdziliśmy sprzęt wykorzystywany np. w trakcie wydarzenia?
- Czy zadaliśmy o pozyskanie zgód uczestników na przetwarzanie ich danych osobowych/wizerunku (np. poprzez formularz rejestracyjny i regulamin wydarzenia)?
- Czy zadaliśmy o odpowiednie zaplecze w trakcie wydarzenia, na odłożenie prywatnych rzeczy, niezbędnych materiałów, drukarkę, szybkie spotkania itd.?

W trakcie:

- Czy pamiętamy o tym, żeby zdjęcia z wydarzenia ukazywały emocje, np. uśmiechniętych, zaciekawionych ludzi, były dobrze doświetlone i ostre?
- Czy pamiętamy o tym, żeby pozyskać zgody osób na zdjęciach na rozpowszechnianie wizerunku (a w przypadku nieletnich od ich opiekunów)?
- Czy rozdajemy materiały informacyjne/promocyjne? Czy zadaliśmy o to, żeby nikt nie wyszedł „z pustymi rękoma”?
- Czy zaplanowaliśmy spotkania/odprawy kontrolne, które służą weryfikacji czy promocja projektu przebiega efektywnie i zgodnie z planem?
- Czy przewidzieliśmy przestrzeń lub platformę dla uczestników/beneficjentów/wolontariuszy żeby na bieżąco przekazywali nam informację zwrotną na temat działań promocyjnych?

- Czy zrobiliśmy wszystko, żeby uczestnicy/interesariusze/beneficjenci/wolontariusze dzielili się wrażeniami w mediach społecznościowych? Np. ramka do zdjęć, wyświetlanie linków do naszych stron/profilu w mediach społecznościowych, hashtag.
- Czy zachęcamy uczestników/obserwatorów do odwiedzenia naszej strony internetowej/zapisania się na newsletter (a tym samym wyrażenia zgody na przetwarzanie ich danych osobowych)?

Po:

- Czy przesłaliśmy podziękowania dla darczyńców/sponsorów/patronów za przekazane darowizny/wsparcie, razem z podsumowaniem naszych działań i ich efektów?
- Czy sprawdziliśmy gdzie pojawiły się informacje o naszym przedsięwzięciu? Czy spytaliśmy (wrywkowo lub za pomocą zbiorczej ankiety) uczestników/beneficjentów/interesariuszy co o nim sądzą?
- Czy wiemy, które narzędzia i kanały promocji okazały się najskuteczniejsze przy tym projekcie?
- Czy po zrealizowaniu przedsięwzięcia zaplanowaliśmy czas na jego ocenę i podsumowanie oraz wyciągnięcie i spisanie wniosków na przyszłość – co działa, co było super, a co możemy poprawić w przyszłości?
- Czy zadbaliśmy o wywiązanie się z zobowiązań umownych/sponsoringowych/patronackich? Czy przygotowaliśmy raport mówiący o skuteczności naszych działań lub zasięgach, które wypracowaliśmy?
- Czy znaleźliśmy czas na świętowanie sukcesu? :)