



**Działaj
lokalnie**

JAK PROMOWAĆ PROJEKT?
poradnik dla grantobiorców

**Warto chwalić się swoimi
dokonaniami, umieć o nich mówić
i komunikować w ciekawy sposób.**

**Często realizując projekt
skupiamy się na działaniach
i nie zastanawiamy się,
jak powiedzieć o nich światu
- oto kilka wskazówek.**



5 ważnych zasad

1. Opowiadamy o tym, co najciekawsze, najbardziej wartościowe dla czytelników mediów lokalnych, regionalnych i ogólnopolskich.
2. Mówimy prostym językiem, jesteśmy dostępni i otwarci na komunikację.
3. Pracujemy nad budową informacji – publikację na stronie, fan page'u czy portalu obowiązują takie same zasady jak profesjonalnych dziennikarzy.
4. Jesteśmy na czasie – pokazujemy to co bieżące, ciekawe, aktualne.
5. Dbamy o detale.





Co zamieszczamy na stronie Działaj Lokalnie?

- Relacje z najciekawszych wydarzeń.
- Dobre praktyki, pomysły na działania.
- Artykuły dotyczące aktywności społecznej.
- Informacje o sukcesach ODL i realizatorów.
- AKTUALNE informacje!

Przy przesyłaniu informacji o dopiero planowanych wydarzeniach, używajcie **konkretnych dat** (a nie określeń typu *za tydzień*). Warto jednak pamiętać, że nasza strona jest kierowana do odbiorców z całej Polski, więc szansa, że informacja o planowanym wydarzeniu trafi do osób, które będą mogły w nim uczestniczyć, jest niewielka.

Warto pamiętać:

- Tekst musi zawierać podstawowe informacje, czyli **kto, co, kiedy, z kim i dlaczego robił**. Aby nie utknąć w długich i skomplikowanych zdaniach, które bardzo źle się czyta, warto przekazać te informacje **w prostych słowach**. Należy unikać korzystania z tekstów tworzonych na potrzeby wniosków i raportów - ich słownictwo zwykle jest specjalistyczne i nieczytelne dla zwykłego odbiorcy.

Na przykład: zamiast *niniejszy* – *ten*, zamiast *albowiem* – *bo*, zamiast *tutoring* – *szkolenie*, zamiast *sponsor* – *darczyńca*, *partner*, *instytucja współpracująca*, *firma wspierająca*, zamiast *koszt* – *wartość*, zamiast *beneficjent/grantobiorca* – *realizator, organizator projektów*.





- **Dobrze by było, gdyby tekst zawierał opis czegoś bardzo szczegółowego, konkretnego i namacalnego** (można od tego zacząć) - to może być kilka zdań o siedzibie, o jakimś przedmiocie wykonanym na warsztatach, o jakiejś jednej wyprawie, o jakości ścian które się odnawiało, o wyjątkowym spotkaniu przy pieczeniu ciastek itp. Taki konkret od razu przenosi czytelnika w sam środek zdarzeń i pozwala sobie wyobrazić, co się działo podczas realizacji projektu.

Na przykład:

Jeden z chłopców, który nauczył się z nami grać w szachy, przychodził codziennie na spotkania i z czasem został najlepszym graczem w grupie. Jego wychowawczyni z zaskoczeniem stwierdziła, że znacznie poprawiło się jego zachowanie i ma coraz lepsze oceny.

*Taki opis dużo lepiej trafia do wyobraźni niż taki:
Wiele dzieci z naszej gminy podniosło swoje kwalifikacje w zakresie gry w szachy. Miało to dla nich duże znaczenie.*

- Jeśli to możliwe - tekst powinien **zawierać cytaty**. Nic tak nie przekonuje czytelnika jak osobiste doświadczenie osoby uczestniczącej.
- Aby uatrakcyjnić opis, korzystajmy z **bogactwa określeń**. Należy używać przymiotników i innych form opisujących miejsca, rzeczy, ludzi. Łatwiej wyobrazić sobie np. *mały, zaniedbany park na którym trawa została zdeptana już dawno temu*, niż po prostu *park*.
- Można podzielić artykuł **na mniejsze części** - dobrze jest, gdy każdą z nich rozpoczyna ciekawy śródtytuł.
- Dobrze by było, gdyby w tekście pojawiał się jakiś **bohater** - może to być osoba z lokalnej społeczności, która koordynowała projekt.





- Tekst nie musi mieć ambicji opisania **WSZYSTKIEGO**. To nie jest raport i warto postawić się w roli czytelnika - gdy sami jesteśmy odbiorcami, nie musimy znać każdej liczby ani dowiedzieć się o absolutnie każdym spotkaniu. Należy wybrać to, co **ważne i ciekawe**, a z innych rzeczy **zrezygnować**.
- Nie aspirujcie swoim stylem do protokołu ze spotkania sprawozdawczego - można **pozwolić sobie na odrobinę luzu**. Pasja jest łatwiejsza w odbiorze niż patos i powaga.
- Pokażcie, **co zmieniło się** w wyniku realizacji Waszego projektu - osoby z zewnątrz nie wiedzą, jak Wasza sytuacja wyglądała wcześniej, więc warto ją krótko opisać.

Dbaj o jakość zdjęć

W erze powszechnych telefonów komórkowych z aparatami nie przywiązujemy wagi do profesjonalnej fotografii.

A później zostajemy bez materiałów.

Dobre zdjęcia potrafią przykuć uwagę, sprawić, że odbiorcy z zainteresowaniem wczytają się w tekst.

Nawet najlepszy opis łatwo pominąć wzrokiem, jeśli nie towarzyszą mu dobrej jakości, profesjonalne fotografie.



**Dajcie nam znać
o wydarzeniach
wartych uchwycenia!**

Media społecznościowe

Wszystkie materiały powiązane z projektem Działaj Lokalnie, zamieszczane w mediach społecznościowych, **powinny być wyraźnie oznaczone i powiązane z kontem głównym Działaj Lokalnie.**

Facebook: oznaczenie profilu: @dzialajlokalnie, i/lub hashtag #DziałajLokalnie, #EfektyDziałajLokalnie.

Instagram: hashtag #DziałajLokalnie, #EfektyDziałajLokalnie.





TRZYMAMY ZA WAS KCIUKI!

kontakt:
Anna Weksej
promocja@dzialajlokalnie.pl