

BRAINSTORMING SPOLEČNÉ PR KAMPANĚ



Stáňa Hamáková





Naše Asociace slaví 25 let, hodně jsme toho udělali a zažili, ale Česko stále potřebuje ukazovat příběhy a organizace, které stojí na dobrovolnictví a mobilizovat společnost k aktivitě nejen v obdobích humanitárních katastrof.

Společně vytvoříme hrubý návrh obsahu, sdělení a formy možné společné kampaně na podporu dobrovolnictví, která bude realistická, atraktivní a využitelná napříč organizacemi.



**Když se řekne dobrovolnictví,
co je první pozitivní věc, která
vás napadne?**





Sdělení: Ocenění dobrovolníků, zdravotníků a dalších, kteří během pandemie pomáhali ostatním.

Cílová skupina: Široká veřejnost, zejména dospělí 25–60 let.

Účel kampaně: Zviditelnění neformální pomoci a dobrovolnictví, budování pozitivního vztahu veřejnosti k těm, kdo pomáhají.





Organizátor: Giveaday.be – platforma pro dobrovolnictví v Belgii

Kanály: Sociální sítě (Facebook, YouTube), partnerské weby, školy, obce, aplikace pro vyhledání dobrovolnických příležitostí.

Účel kampaně: Propagace dobrovolnictví napříč generacemi, propojování lidí s místními příležitostmi.

odkaz: <https://www.giveaday.be/en-be>





Organizátor: Centre for European Volunteering (CEV)

Sdělení: „Dobrovolnictví jako výraz solidarity a evropských hodnot.“

Cílová skupina: Organizace a jednotlivci zapojení do dobrovolnictví v Evropě.

Účel kampaně: Podpora a propagace kvalitního dobrovolnictví v Evropě.

odkaz: https://www.youtube.com/playlist?list=PLI7ftI_D2nv0OwlhzBj9VuTit0DXBLrvR





Sdělení: Dobrovolnictví má různé podoby a motivace, ale vždy mění životy – jak dobrovolníků, tak příjemců.

Cílová skupina: Mladí lidé, studenti, zaměstnanci, senioři – různorodá populace.

Účel kampaně: Zvýšit povědomí o významu dobrovolnictví, přilákat nové dobrovolníky.





5. „Dejme Česku dřevo“ – Česká republika (2021–2022)

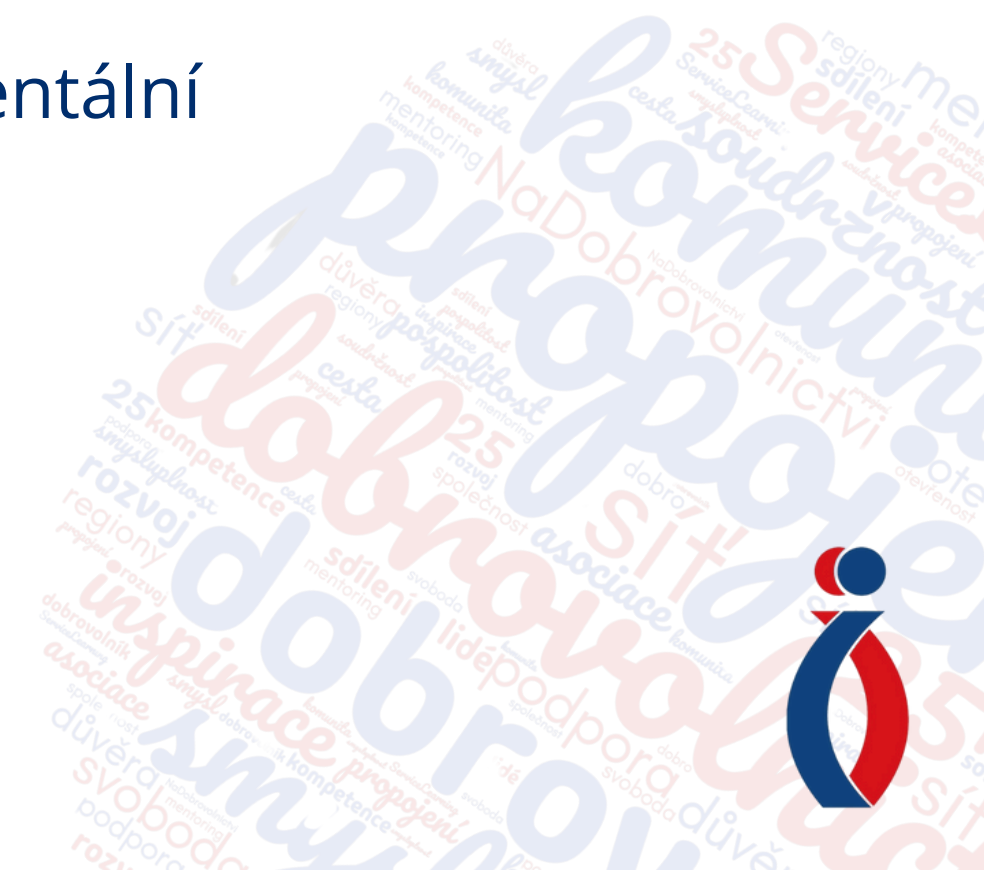
Organizátor: Nadace Partnerství

Sdělení: Společně můžeme obnovit české lesy po kůrovcové kalamitě – dobrovolnickou výsadbou stromů.

Kanály: Sociální sítě, spolupráce s influencery, web kampaně, zapojení firem.

Cílová skupina: Městské obyvatelstvo, ekologicky smýšlející lidé, firmy.

Účel kampaně: Získat dobrovolníky pro konkrétní činnost, posílit environmentální uvědomění, propojit občanskou společnost a přírodu.



Práce ve skupinkách:

Skupina 1: Cílové skupiny a klíčová sdělení

Co by oslovilo cílovou skupinu a kdo jí tvoří?

Skupina 2: Formáty a komunikační kanály

Jaké formáty a komunikační kanály jsou trendy?

Skupina 3: Společné vizuální/emoční prvky kampaně

Jaké emoce nebo hodnoty by kampaň měla vyvolat? Co může být jednotícím prvkem?

Skupina 4: Zapojení členských organizací a veřejnosti

Co je reálně proveditelné? Jak se na kampani můžete podílet vy?



**Co byste opravdu rádi, aby v
kampani zaznělo?**

