

Manuál propagace pro organizátory brontosauřích akcí

Úvod

Tento manuál je jednoduchá příručka, která ti může **usnadnit propagaci** tvojí víkendovky, tábora nebo jiné brontosauří akce. Najdeš v ní krok po kroku vypsany postup, kterého se můžeš držet. Samozřejmě se ho **nemusíš držet do písmene!**

Než začneš s propagací

Zásadní je si uvědomit, na koho chceš propagaci **cílit**. Chceš na akci spíše středoškoláky nebo studenty vysoké školy? Oslovuješ hlavně prvoúčastníky nebo zkušené Brontosauře? Podle těchto rozhodnutí je třeba přizpůsobit **jak obsah, tak formu**. Urči si, jaké jsou cíle víkendovky a co se na ní má dít a na to vše se podívej z pohledu účastníků tvé akce. Dohromady musí obsah akce i propagace hrát na stejnou notu, aby byla účinná. **Obě složky musí rezonovat s potřebami tvého potenciálního účastníka!**

Jinými slovy: Středoškoláky asi nenalákáš na akci, kde se bude štrikovat, kterou rozešleš faxem. Ale pozor, i opačný extrém nefunguje. Pokud cílíš na mladší publikum, drž se poučky: Pokud sám nejsi středoškolák, nesnaž se být cool. Od určitého věku to prostě nejde a mnohem lépe působí pozvánka psaná sice bez soudobého slangu, ale upřímně a bez rizika, že se pisatel před mladší generací ztrapní.

Z průzkumů, které nám zpracovali profíci, nám vyšlo, že naše obecná cílovka, tedy mladí lidé do 26 let, slyší na:

1. **Příležitosti** se nějak rozvíjet, vzdělat
2. **Zážitky**, které jinde nezískají, místa, kam se jinak nepodívají
3. **Přátelství**, protože nikdo nechce být sám
4. **Dobrovolnictví** jako prostředek, který člověka posune dál

Z výzkumů na reprezentativním vzorku středoškoláků, které jsme si nechali udělat profesionální agenturou, vyšlo, že je dobré držet se zásady CLASA:

C – cílená propagace - nerozhazuj plakáty a facebookové statusy na všechny strany, abys trefil, musíš mířit!

L – lokalizovaná působnost - obzvláště na víkendovky lidé neradi jezdí moc daleko. Snaž se působit na místní a lidi z okolí tvé lokality.

A – zvýšená atraktivita - zamysli se nad tím, co dělá tvoji akci atraktivnější, než ostatní alternativy. Využij toho v propagaci!

S – **tvorba statutu** - Středoškoláci hodně hledí na jejich sociální status ve skupině. Ukaž jim, že díky tvé víkendovce budou o kus napřed před ostatními!

A – **aktivizace** - Aktivizuj své známé a vytvoř si síť kontaktů. Díky tomu zvedneš ze židlí ty, kteří o tvé akci uslyší ze všech stran!

Dbej na to, že máme jednotný **vizuální i komunikační styl**. Díky společnému vizuálnímu stylu se budou nám všem akce propagovat mnohem lépe, protože se naše propagace nebude tříštit. Jde třeba o **logo, barvy nebo font**. Nezapomeň tedy na své kamarády z ostatních článků a drž se komunikační a vizuální identity Hnutí Brontosaurus. Vše potřebné najdeš na Mozku v grafickém manuálu.

Pokud máš hotový **název akce, termín** a alespoň **nástřel programu**, je ten správný čas na:

1. Vytvoření akce v **BISu** (pokud nemáš přístup, požádej někoho ve svém základním článku)
2. Vytvoření události na **Facebooku**
3. Vytvoření **webové stránky** akce
4. Rozšíření akce mezi **své kontakty**
5. Propagace akce **mimo své přímé kontakty**

K tomu budeš potřebovat hlavně zvací texty a nějakou fotografii nebo obrázek.

Texty

Nezapomeň, že když někdo narazí na tvoji akci, máš jen pár řádků na to, aby návštěvníka stránky akce **zaujala**. Snaž se do názvu, případně podtitulu a prvních řádků zahrnout **to nejzajímavější**. Poté to klidně můžeš zopakovat tak, aby ti to sedělo do celého textu, ale zaujetí čtenáře je to nejzásadnější. Představ si třeba novinový článek.

V textu by mělo být jasně zahrnuto, co z účasti na akci bude člověk mít, tedy co se naučí, z čeho může mít dobrý pocit a co mu akce přinese.

Nezapomeň ani upřesnit ubytování a jídlo, které na akci bude. Pokud to bude v plánu, je dobré zmínit i možnost přizpůsobit se jiným stravovacím potřebám (bezlepková dieta, strava bez laktózy, vegetariánská strava...).

Příklad:

Tracyho

tygři

Každý máme svého vnitřního tygra, jde o to ho dobře živit!

21.-23. 5., Řáholec u Jičína

Zažij víkend plný dobrodružství a aktivního odpočinku v okolí místního rybníka. Společně s Tracym a jeho tygrem se podíváme na to, jaký je opravdu svět kolem nás a jak vlastně fungujeme uvnitř.

Zároveň pomůžeme místnímu lužnímu lesu a vyvěsíme zde budky pro rozličné pěvce, kteří zde sídlí. Součástí víkendovky budou přednášky expertů na ptáky, workshop sebepoznávání a tvorby vizuálních myšlenkových map.

V sobotu i v neděli budeme asi čtyři hodiny čistit hnízdní místa v okolí krásného řáholečkého rybníka a pak nás čekají aktivity zaměřené na sebezpoznání, asertivní komunikaci a nakonec tradiční táborák.

Spát budeme ve spacácích ve srubu U Manky a jíst budeme dobrou domácí stravu, kterou si sami uvaříme. Pokud máš nějaké speciální stravovací návyky, dej nám vědět, abychom se na to připravili.

Více informací o akci najdeš na adrese www.tracyhotygri.wix.cz nebo na našem Facebooku.

Neboj se nás na cokoli zeptat, stačí napsat na mail tracyhotygri@gmail.com.

Těšíme se na tebe,
Tomáš, Ondra, Šejtroček a Terka

Fotografie a obrázky:

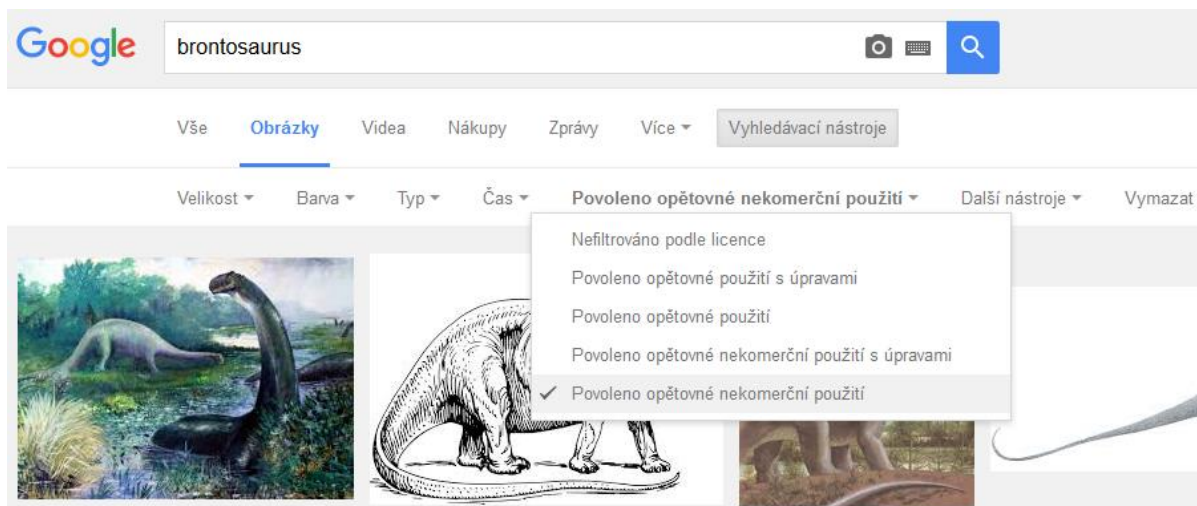
Obrázek je lepší než tisíc slov, praví klasické novinářské přísloví. Na první dojem má fotka nebo obrázek **obrovský vliv** a přesně o to v propagaci (hlavně na internetu) jde: **zaujmout hned ze začátku**.

Pokud se rozhodneš pro svoji akci něco vyfotit, dbej na základní pravidla:

- 1) Na fotce by vždy měl být nějaký člověk. Prostě to na lidi působí lépe, přirozeněji a míň suše. Samozřejmě jsou i situace, kdy jsou funkční fotky bez lidí. V tu chvíli je ale důležitá **jasná myšlenka** a zpráva, kterou chceš fotkami předat.
- 2) Fotka by měla **zaujmout**. Nemusí na ní být nutně ptačí budka nebo indián. **Dobry nápad** je často lepší, než superkvalitní fotografie! Fotka standardně zaujme svojí barevností, akcí nebo odehrávajícím se příběhem, ideálně namixovanou skupinou lidí věkem odpovídajícím cílové skupině, pozitivními emocemi. Dbej na to, aby byla fotka v dobrém rozlišení!

Pokud nemáš k dispozici foťák nebo se vzhledem k duchu akce hodí spíše fotka či obrázek něčeho jiného, je **několik možností**. Existuje spousta kreativních řešení z reálného světa: Co třeba naskenovat stránku tematické knížky s obrázkem nebo komixové okénko? Nebo něco namalovat/vytvořit ručně? Fantazii se meze nekladou... No a samozřejmě máme k dispozici internet.

Na internetu musíš dbát na to, aby obrázky, které použiješ, byly **volně k mání**. Nejjednodušší je použít Google obrázkový vyhledávač, kde si lze tuto možnost zaškrtnout:



Stejně tak si tam lze nastavit typ, třeba kresbu nebo fotografii, velikost a podobně.

Nezapomeň, že stejně tak lze použít veškeré obrázky z Wikipedie! Případně funguje jako velká zásobárna volně použitelných obrázků flickr.com nebo pixabay.com.

Pokud chceš k obrázku přidat nějaký text, dbej na to, aby byl **dobře k přečtení** (tedy ne světle žlutý na bílé), často pomůže použít tučné písmo. **Vyvaruj se kurzív a složitých fontů** (je to sice lákavé, ale ve většině případů je lepší držet se klasiky; **v žádném případě nepoužívej Comic Sans!** Nechceš přece, aby tvoje akce vypadala jako naprostá amatérina). Také je dobré držet se maximálně dvou fontů, aby vizuál nebyl přeplácáný.

Pokud nechceš vytvářet nic složitého (většinou to není potřeba, v jednoduchosti je krása) může ti stačit obyčejné malování nebo o trochu lepší programy zdarma (třeba rastrový <http://www.getpaint.net/> nebo vektorový <https://inkscape.org/cs/download/>). Doporučujeme také online nástroj www.canva.com, kde si dokonce můžeš vybírat z předpřipravených šablon.

Ještě jednou nezapomeň: Máme své [logo](#), které najdeš na stránkách Hnutí Brontosaurus v sekci „Média“. Používej ho na všech svých materiálech, když to budeme dělat všichni, stane se naše logo všeobecně známou značkou, což v budoucnu pomůže i tobě!

Webová stránka

Není potřeba vrhnout se na studium HTML a vytvářet složité webovky. Na internetu je spousta drag and drop (chyt a pusť) editorů, kde lze **jednoduše a zadarmo** stránku vytvořit. Například www.weebly.com nebo www.wix.cz. Případně můžeš také použít www.tumblr.com.

Navíc pro tebe máme připravenou šablonu ve Wixu, kterou si můžeš jednoduše upravit. Je záměrně jednoduchá, aby bylo možné ji dostatečně přizpůsobit k obrazu svému. Stačí napsat na redakce@brontosaurus.cz a šablonu nasdílíme.

V dnešní době se ovšem bez webu **dá obejít**, je to ale potřeba vykompenzovat například větší péčí o Facebook stránku a událost akce.

Nezapomeň, že na webových stránkách musí být všechny potřebné informace! Podívej se na naši šablonu, i když ji nebudeš chtít využít, ať si zkontroluješ, jestli máš na webovkách vše, co na nich má být.

Fotky i texty říd' podle toho, co už znáš z předchozí části manuálu. Na webu máš obecně více místa než na Facebookové stránce, ale věz, že méně je někdy více a v dnešní době zejména mladší generace nechce pročitat stránky textu. Pár hesel, odrážek a přehledně zpracovaných informací je lepší, než sáhodlouhý kompletní popis akce.

Facebooková událost

Facebook je dnes v České republice jedním z nejsilnějších nástrojů propagace čehokoli. Tvoje facebooková událost ti může v zaplňování tvé akce zásadně pomoci.

Ideálně o založení události řekni těm, kdo spravují Facebook tvého základního článku a pošli jim fotky i text. Když tě udělají organizátorem události, budeš mít upravovací a postovací práva. Stejně tak pošli odkaz na událost správcům hlavní brontosauří stránky, aby ji mohli nasdílet a propagovat. Nezapomeň, že existují ještě regionální stránky Brontosaurus v Praze, Jeseníky a Brontosaurus Podluží.

První, co člověk na události vidí, je **cover fotografie**. Ta má aktuálně rozměry 1200 x 675 pixelů (dají se ale použít i jiné). Doporučujeme Facebook stránku www.facebook.com/PagesSizesDimensions, kde nalezeš aktuální rozměry pro grafiku na Facebook. Fotky vybírej podle toho, co je psáno výše. To stejné platí pro texty v události.

Událost nezapomeň **nasdílet** mezi své přátele, uvést její **link** do popisu události v BISu! Také doporučujeme událost nasdílet do relevantních Facebookových skupin. Neboj se akci lidem znovu připomenout, například před koncem uzávěrky přihlášek.

Nezapomeň, že Facebook lidem zveřejňuje jen vybrané příspěvky. Hod' událost na Facebook v době, kdy na něj chodí hodně lidí a hned ji nasdílej na svůj profil. To samé řekni dalším organizátorům. Čím rychleji narostou události lajky, a účastníci, tím větší pravděpodobnost, že se někomu ukáže! Nezapomeň ani na komentáře, debata pod příspěvkem zvedne dosah jako máloco!

Snaž se udržovat událost živou, přidávej na ní příspěvky, ideální jsou relevantní videa - klidně stačí na mobil natočit někoho z orgů, jak o akci mluví - , fotky a odkazy. Vtipné však mohou být i GIFy nebo memy (viz např www.giphy.com). Znovu platí, že čím víc reakcí, tím větší dosah. Výhoda Facebookové události je, že o nově publikovaném příspěvku přijde uživatelům, které událost zajímá a nebo se jí chtějí zúčastnit, notifikace (pokud ji nemají v nastavení vypnutou).

Rozšíření akce mezi svými přáteli

V dnešní době už není běžné chodit ode dveří ke dveřím a ptát se, jestli má někdo čas. Jako nejlepší forma komunikace funguje **internet**, kde můžeš své kamarády zvát. Věz, že **osobní pozvání** v elektronické formě funguje mnohem lépe, než hromadné (je lepší někomu napsat **email nebo zprávu**

na Facebooku, než ho jenom pozvat na událost). Navíc tak nebudeš SPAMovat své kontakty akcemi, které všechny nemusí zajímat.

Rozšíření akce mimo své kontakty

V tom ti pomůže sdílení akce na Facebooku nebo jiných sociálních sítích. Popros své kamarády, aby akci také **nasdíleli** nebo pozvali své známé jinou formou! Další propagaci v letáčích, na webu a jinde za tebe udělá brontosauří ústředí. Chceš-li nám s tím pomoci, napiš nám a můžeš třeba někde vyvěsit plakát nebo roznést letáčky. **Moc nám to pomůže!**

Mimo to si můžeš stáhnout naši šablonu plakátu, doplnit vlastní fotku, text a pak už jen někde vyvěsit. Dej si pozor, na víkendovky většinou lidé nejezdívají přes půl republiky, zamysli se, kde je dobré plakáty vyvěsit. Zkus se domluvit s místní školou, klubovnou, kavárnou...

Nezapomeň mít na plakátu svůj kontakt!

Co vám nabízí kampaň Otevři si?
Je to něco navíc ke standardní propagaci víkendovek a táborů (jako je web www.brontosaurus.cz, tiskové zprávy, letáčky, plakátky a jejich rozšíření).

Můžete využít:

- styl grafiky, grafické prvky
- ověřená klíčová slova, motto
- tento manuál propagace akce
- šablony plakátků
- šablonu obecných vizitek Prázdnin s Brontosauřem
- možnosti konzultovat svou propagaci

Akcím splňujícím kritéria pro prvoúčastnické akce navíc:

- zveřejnění akcí na speciálním webu Otevři si (www.otevrisi.brontosaurus.cz)
- zveřejnění na letáku Otevři si
- zveřejnění na Facebooku a Instagramu HB a reklamu na Facebooku
- reklamu v Google vyhledávání
- služby grafika HB
- přidání do webových katalogů akcí (např.: www.edubaze.cz)
- slevu na inzerci v Roverském kmenu
- šablonu webu akce
- zpětnou vazbu k webu a Facebooku akce

Tábory pro prvoúčastníky budeme využívat jako vlajkovou loď - výkladní škrín, která ve výsledku naláká na všechny akce.