



**Dziataj
lokalnie**

Porozmawiajmy o promocji





celem promocji jest...



popularyzacja idei zaangażowania w sprawy lokalne. Informowanie o lokalnie podejmowanych działaniach, pozyskiwanie uczestników i kolejnych partnerów. Budowanie marki Działaj Lokalnie.



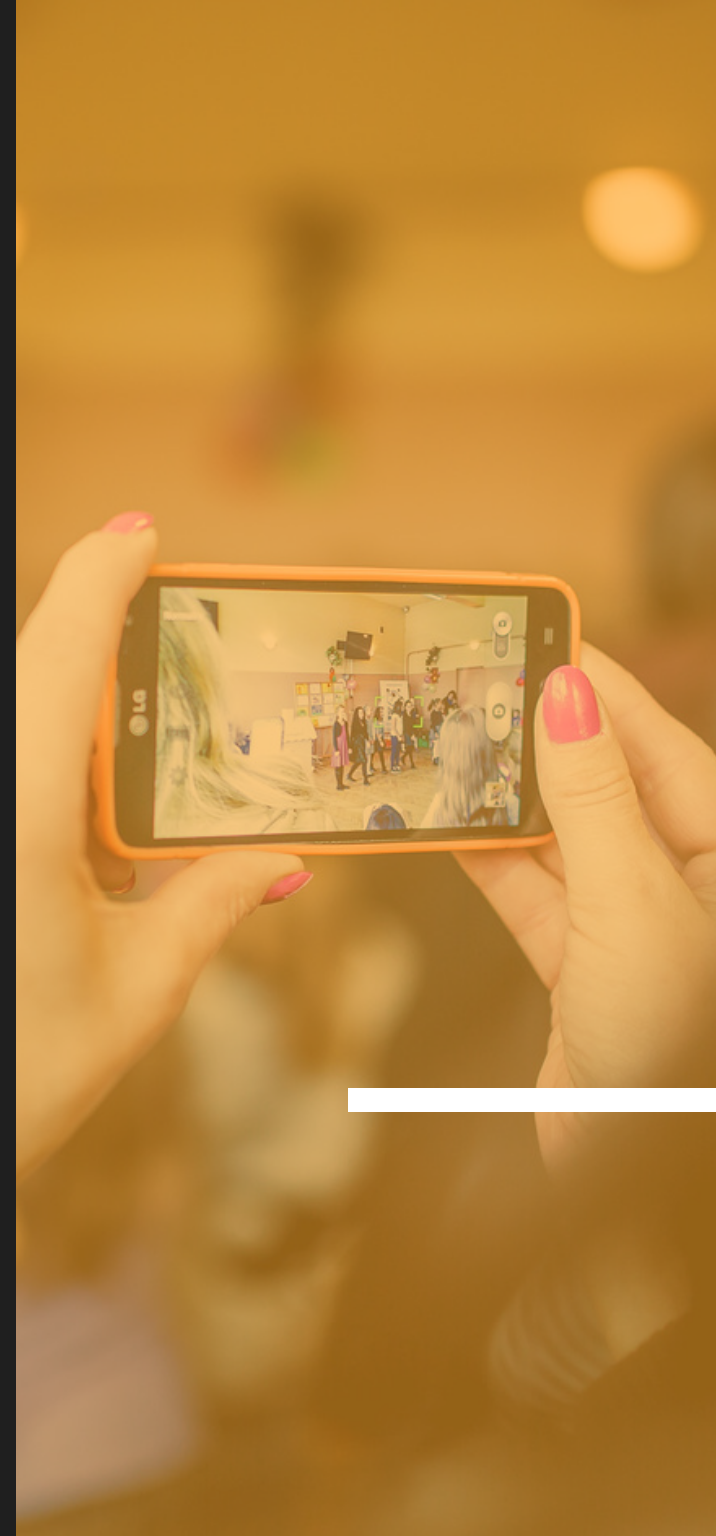


5 ważnych zasad

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

i jeszcze...

- pokażcie historie lokalnych liderów, społeczników i wolontariuszy (human story);
- pasja – nie patos i powaga;
- nie zapomnijcie o komunikacji poprzez media społecznościowe,
- dbajcie o aktualizację stron internetowych,
- dużo grafiki, mało tekstu,
- pokażcie siebie, jako ekspertów,
- pozytywne przykłady współpracy z Waszymi partnerami,



Identyfikacja wizualna



**AKADEMIA ROZWOJU
FILANTROPII W POLSCE**



**POLSKO-AMERYKAŃSKA
FUNDACJA WOLNOŚCI**



#ff9c0b



#f51d2f



#000000

Dofinansowano ze środków programu „Działaj Lokalnie” Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności realizowanego przez Akademię Rozwoju Filantropii w Polsce.

Pakiet startowy

- Baza adresów lokalnych (media, biblioteki, organizacje pozarządowe...),
- Co zmieni Wasz projekt, co chcecie zrobić - Wasza historia,
- Podstawowe, zaktualizowane informacje o Programie „Działaj Lokalnie” w formie ulotki i/lub odpowiednich dokumentów;
- Podstawowe informacje o projekcie, harmonogramem uwzględniającym najciekawsze wydarzenia;
- Paczka logotypów.



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!



BUDOWA INFORMACJI PRASOWEJ

Nazwa ODL/
Tytuł projektu

Miejscowość, data

TYTUŁ
LEAD
ŚRÓD TYTUŁY
ROZWINIĘCIE LEADU
CYTAT • WYNIKI BADANIA • WYPOWIEDŹ
EKSPERTA
POZOSTAŁE INFORMACJE
PRZEKIEROWANIE PO SZCZEGÓŁY MA STRONĘ
WWW
KONTAKT
Informacje dodatkowe



**Przebiegnie pustynie, by ulżyć w bólu pacjentom hospicjum!
Rusza Fundusz Podwójne Wyzwanie!**

Marek Rybiec, od lat związany z sektorem inwestycji finansowych, podjął się niezwykłego, Podwójnego Wyzwania: chce do końca roku przebiec 4 pustynie, każda na innym kontynencie (...), chce zebrać środki na zakup wyposażenia medycznego niezbędnego do wykonywania zabiegów przeciwbólowych w Fundacji Hospicjum Onkologiczne (...).

Fundusz Podwójne Wyzwanie, założony przez Akademię Rozwoju Filantropii w Polsce, a zainicjowany przez Koalicję Prezesa-wolontariusze, to pierwsze w naszym kraju przedsięwzięcie typu venture philanthropy, (...) "Podwójne wyzwanie" łączy dwa światy: z jednej strony jest cel sportowy – np. ultramaraton, a z drugiej społeczny – zebranie określonej sumy pieniędzy. Dwa wyzwania ma także organizacja, która jest beneficjentem – ma dalej i skuteczniej pełnić misję społeczną, a jednocześnie zyskać niezależność od wsparcia zewnętrznego, stanąć na nogi, mówi Paweł Łukasiak, Prezes Akademii Rozwoju Filantropii w Polsce.

Mocny start

Inauguracja Funduszu Podwójne Wyzwanie odbyła się 28.03.2018 r. w siedzibie Fundacji Hospicjum Onkologiczne. W skład Rady Funduszu weszli przedstawiciele największych firm i organizacji pozarządowych w Polsce (...)

Więcej informacji na stronie www.podwojnewyzwanie.com

Kontakt:

Weronika Chrapońska-Chmielewska
Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce,
Tel: 999 999 999 w.chraponska@filantropia.org.pl

Terminy ultramaratonów:

Sahara – 26.04 – 05.05.2018

Gobi – lipiec 2018

Atakama – październik 2018

Antarktyka – listopad 2018

Informacja prasowa powinna zawierać maksymalnie 2700 znaków. Warto dodać linki do wybranych stron internetowych, galerii na Facebooku, filmu na Youtube itp. w treści informacji.

Do maila do dziennikarza trzeba dołączyć 1-3 fotografie osobno w załączniku (ok 50 KB każda).

Resztę zdjęć można umieścić np. w chmurze do pobrania i wkleić do maila jedynie linka.

**Pamiętaj, aby Twój mail nie przekroczył 1 MB – powyżej tego trafia do spamu. Informację wysyłamy w formacie doc. i pdf.
– nie w każdej redakcji pracują w systemie Windows.**



Real time marketing

Liczy się czas reakcji, natychmiastowa odpowiedź.
Warto wiedzieć, co i gdzie o nas lub o ważnych dla nas tematach
mówią ludzie. Pomoże Ci w tym monitoring mediów.



Przygoda z mediami społecznościowymi



Facebook

- Hashtag #DziałajLokalnie,
#EfektyDziałajLokalnie
- Oznaczenie profilu: @dzialajlokalnie

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

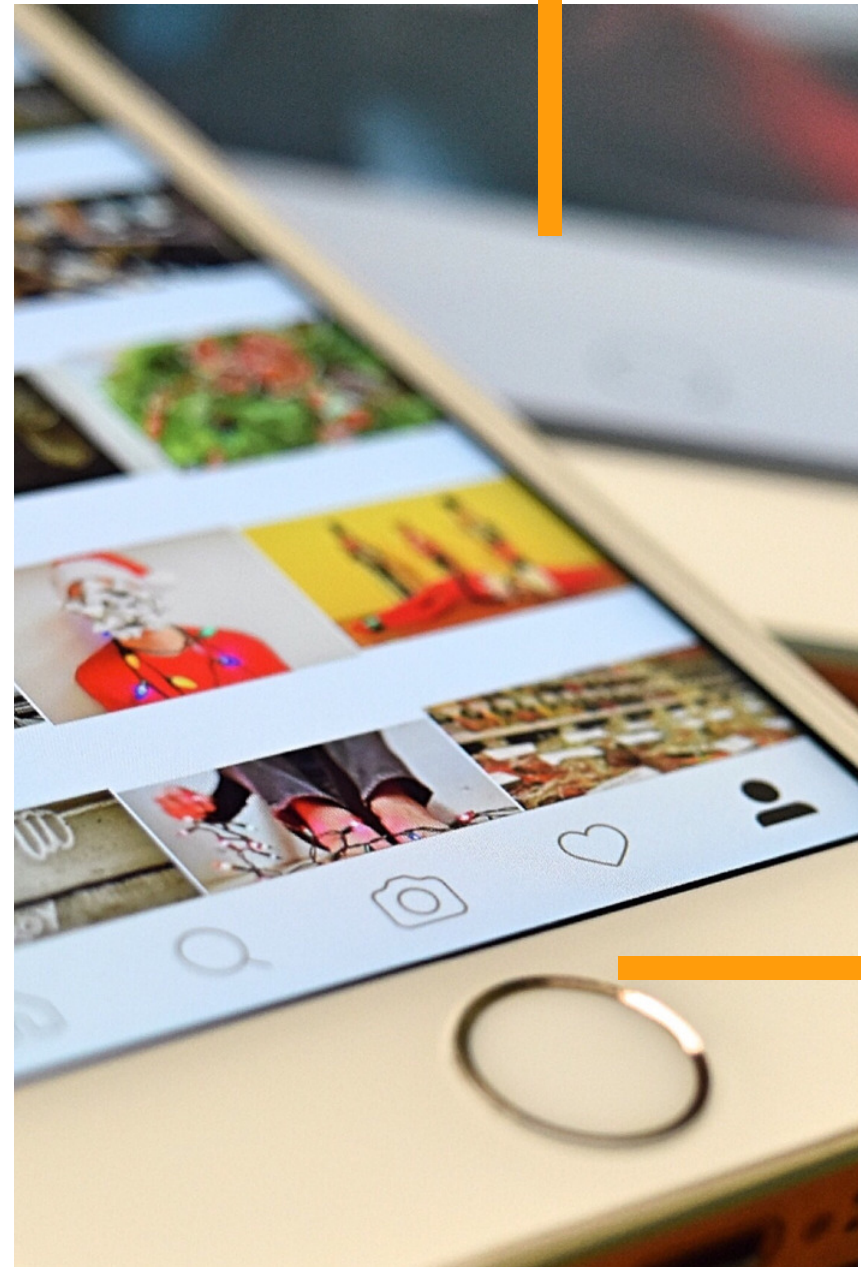


Instagram

- Hashtag #Działaj Lokalnie, #EfektyDziałajLokalnie
- Inne popularne:
 - #pafw #arfp #ngo #społeczeństwo
 - #dobrowspolne #dobro #polska
 - #poland #pl #fundacja #foundation
 - #socialactivity #friends #event
 - #charity #nonprofit
 - #nonprofitorganization #nonprofitpl
 - #ngopl #wolontariat #wolontariusze

Aplikacje:

- repost
- instasize
- hashme
- layout





Dbaj o zdjęcia



Daj nam znać
o wydarzeniach
wartych uchwycenia

W erze powszechnych telefonów komórkowych z aparatami,
nie przywiązujemy wagi do profesjonalnej fotografii.
A później, zostajemy bez materiałów.

Przydatne narzędzia

- www.canva.com
- www.synonimy.pl
- www.convertacolor.com
- www.pixabay.com/pl
- www.bensound.com
- www.imagecolorpicker.com/pl
- imovie
- www.magisto.com
-

Aplikacje

- adobe photoshop ekpress
- adobe sparl post
- plotagraph
- videoshop
- quik
- boomerang
- legend
- ripl
- piclab



Kontakt

Weronika Chrapońska-Chmielewska
Specjalistka ds. promocji i komunikacji

Akademia Rozwoju Filantropii w Polsce
ul. Marszałkowska 6/6
00-590 Warszawa

tel: 22 622 01 22





**TRZYMAM ZA
WAS KCIUKI!**

The background image shows a group of five young adults (three women and two men) posing playfully in front of a food truck. One man is lying on the ground in the foreground, while the others are standing behind him, some giving thumbs up. The food truck has text on its side, including 'WEST FOOD' and 'IDERE'. The entire image is overlaid with a semi-transparent grey filter, and the text 'TRZYMAM ZA WAS KCIUKI!' is prominently displayed in the center in a bold, black, sans-serif font. There are also three orange decorative lines: a vertical line on the left, a horizontal line on the right, and a vertical line at the bottom right.