

A photograph of two metal bike racks on a yellow wall against a blue background. The bike racks are made of dark metal and are mounted on the wall. The wall is a bright yellow color, and the background is a solid blue color. The bike racks are positioned on the left side of the image, and their shadows are cast onto the yellow wall.

# **Информационная стратегия**

**мало у кого есть,  
но без нее нельзя**

# Информационная стратегия

это план или схема, чтобы правильно использовать и управлять информацией, для **достижения целей организации.**



**Вдохновляющие  
примеры  
инициатив**

# Феминистский календарь

[instagram.com](https://www.instagram.com)

Феминистский **календарь** **начинается с марта**, когда празднуется день солидарности женщин в борьбе за свои права.

Внутри календаря – **иллюстрации от 12 разных художниц**, посвящённые разным дням и событиям.

На календарной сетке – феминистские, **радужные, веганские, левые, антиксенофобные** и памятные **даты и праздники**.

Арт-проект, феминизм  
Россия



# Руками трогать!

[facebook.com](https://www.facebook.com)



**И**нфокампания  
Беларусь

**В 2015 году в Беларуси активисты «Некст Стоп Нью Лайф» и рекламное агентство Vondel/Непта поддержали международную программу «Месяц борьбы с раком молочной железы». Так появилась инициатива «Руками трогать!»**

В рамках инициативы были самые разные PR-кампании: **фотосессии ню звезд; создание пеньюаров**, которые помогают прощупать грудь; городские **памятники**.

Соцсети выполняли роль инфобокса: сколько стоит, где и как часто нужно проходит маммографию. Также лайфхаки и личные истории.

# Крик для Беларуси

[youtube.com](https://www.youtube.com)

**Яна Шостак** – художница из Гродно, которая живет в Варшаве.

**После событий августа 2020**, она каждый день приходила к Представительству Европейской комиссии в Варшаве и **кричала 1 минуту!**

Ее **цель** – **обратить внимание польских властей** на пытки и репрессии в Беларуси.

**После ее акций** осенью 2020 Польша **возобновила выдачу виз.**



**Акционизм**

Варшава – Беларусь





# SPRAVA

[spravafestival.by](http://spravafestival.by)

Международный **фестиваль**, где **устраивают художественные резиденции** для взаимодействия с историческим природным ландшафтом Беларуси посредством современного искусства и музыки.

После фестиваля **остаются арт-объекты, которыми пользуются жители.**

**Ф**естиваль  
Беларусь



# Dyslexia Community

[dsixcommunity.com](https://dsixcommunity.com)

Международная **инициатива, объединяющая людей с дислексией** и другими проблемами обучения в Беларуси и русскоязычном пространстве.

Команда инициативы создала **сайт**, где люди могут пройти **тест на наличие дислексии** у себя и своих детей. А также делала серию встреч с врачами и специалистами.

#DYSLEXIA  
BELARUS

Инклюзия  
Беларусь





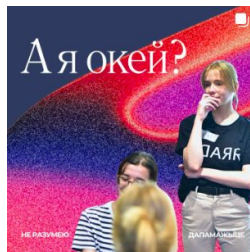
# Гэта Окей!



#гэтаокей

75  
публикаций

Подписаться



## Инфокампания Беларусь

**Информационная кампания** началась с исследования белорусского общества.

### Как беларус\_ки относятся к ЛГБТК+ ?

Было собрано **800 анкет**, и проведено **10 глубинных интервью**.

**ЦА:** сомневающиеся беларусы и беларуски, которые непротив ЛГБТК+. Но по факту они мало что знают о гендере, сексуальности и ЛГБТК+ в целом.

# Основа ИС (PR)

Миссия – смысл существования.

Цель – то, чего вы хотите достичь.

ЦА – четкий портрет вашей аудитории.

Оценка потребностей – проверка... то, что вы задумали нужно другим или только вам? И что же на самом деле нужно другим.

Индикаторы – то, к чему вы стремитесь.

# Цель

Их может быть несколько, но они четкие и понятные.

Чтобы мы хотим  
сделать / изменить/ достичь?

# ЦА (целевая аудитория)

Ваша аудитория. И ее нужно изучить:

- что им интересно
- какие у них боли
- где они ищут информацию
- пол/профессия/интересы и т.д.

# Стратегия организации

**МИССИЯ**

**Цель 1 (образовательная)**

ЦА: кто, где живут, сколько лет, чем занимаются, где получают информацию

**Продукты/ дела:**

- 1.
- 2.



# Что сделать:

- Опишите **идею своего проекта в 3 предложениях** (будто другу / подруге рассказываете).
- Запишите **Цели**.
- Запишите **ЦА** вашей инициативы, организации.

# Информационная стратегия

Информационная стратегия базируется на следующих **стратегических целях** организации:

1	2	3	4
Образовательная	Помощь и поддержка	Усиление себя	
<b>ЦЕЛЕВЫЕ ГРУППЫ</b>	<b>ЦЕЛЕВЫЕ ГРУППЫ</b>	<b>ЦЕЛЕВЫЕ ГРУППЫ</b>	<b>ЦЕЛЕВЫЕ ГРУППЫ</b>
1. 2. 3.	1. 2. 3.	1. 2. 3.	1. 2. 3.

## Стратегические цели

### Информационная стратегия

1	2	3	4	5
<b>ЦЕЛЕВЫЕ ГРУППЫ</b>	<b>ЦЕЛЕВЫЕ ГРУППЫ</b>	<b>ЦЕЛЕВЫЕ ГРУППЫ</b>	<b>ЦЕЛЕВЫЕ ГРУППЫ</b>	<b>ЦЕЛЕВЫЕ ГРУППЫ</b>
1. 2. 3.	1. 2. 3.	1. 2. 3.	1. 2. 3.	1. 2. 3.
<b>ИНСТРУМЕНТЫ</b>				
→ Рассылка → Коллаборация с организацией → Онлайн-курс	→ Карточки в Instagram → Статьи в медиа	→ Годовой отчет → Статья о нас → Наши ценности	→ → →	

# Что сделать:

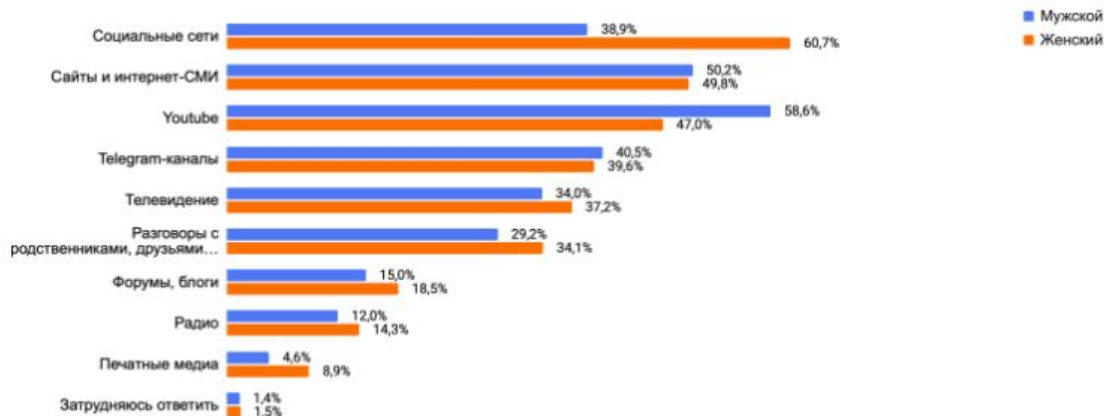
- Опишите **информационные цели**: как при помощи информации вы можете достичь цели организации.
- Запишите **Целевые группы**.
- Запишите **Инструменты**.

# Исследования

[oeec.ngo](http://oeec.ngo)

## Женщины ищут информацию в соцсетях, мужчины – на YouTube

Выяснилось, что информацию мужчины и женщины в Беларуси ищут в разных источниках. В полтора раза больше женщин, чем мужчин, предпочитают черпать ее в соцсетях (60,7% против 38,9%). При этом заметно больше мужчин, чем женщин (58,6% против 47,0%), узнают новости и берут информацию на YouTube.





# Лайфхаки:

Поэтапное масштабирование – свою аудиторию нужно найти.

Таблица со списком дружественных каналов и инфлюенсер\_ок.

Распространяйте свою идею – делитесь ей со всеми и не отказывайтесь от помощи.

Ваши ценности – как можно больше и прозрачнее рассказывайте о себе. Людям свойственно объединяться по ценностям, убеждениям.

# Что сделать:

- Подробнее опишите свои **ЦА**.
- Придумайте **5 каналов** для распространения информации.



**Этика**

**и безопасность**



**barwines.by** Вы же знаете, что мы всегда готовим открытки к важным для нас датам.

04.08 важная дата для всего  
[@buffetfamily.by](https://www.instagram.com/buffetfamily.by)

У нашего главного вдохновителя самых смелых идей сегодня ДЕНЬ РОЖДЕНИЯ.

У кого? У человека, благодаря которому Мы не отстаём от трендов этого времени.

ВВ, сегодня весь коллектив поднимет бокал за ваше здоровье.



girls.power.belarus

Подписки ▾

Отправить сообщение



515 публикаций

2 257 подписчиков

61 подписок

GIRLS POWER BELARUS 💙💛

Журнал

Медиа-проект про силу женщин Беларуси

Подписаны марына\_shttr, nasta\_bekarava, yana.joj + еще 23



Инициативы можно делать и анонимно.

Безопасность – это самое важное.

Главное – **понятный и прозрачный контент.**



A photograph of two metal bike racks on a yellow wall against a blue background. The bike racks are made of dark metal and are mounted on the wall. The wall is a bright yellow color, and the background is a solid blue color. The bike racks are positioned on the left side of the image, and their shadows are cast onto the yellow wall.

**Q&A**

**ЧТО ВАМ  
ИНТЕРЕСНО**