



FarmDemo

**WYTYCZNE DOTYCZĄCE
KOMUNIKACJI
PRZED, W TRAKCIE
I PO WYDARZENIU
DEMONSTRACYJNYM**

Autorzy: Vanev Dimitar, Triste Laure



1 Komunikacja przed wydarzeniem demo

- 1 Wymień potencjalnych uczestników i interesariuszy związanych z wydarzeniem demonstracyjnym
- 2 Opracuj zaproszenie ([LINK do szablonu](#)) i agendę wydarzenia.
- 3 Roześlij zaproszenie i agendę wśród potencjalnych uczestników i interesariuszy co najmniej 2-3 tygodnie przed wydarzeniem.
- 4 Przygotuj i wydrukuj materiały upowszechniające do dystrybucji podczas wydarzenia demonstracyjnego (np. informacje o organizacji, ulotki, broszury itp.)
- 5 Przygotuj gadżety reklamowe swojej organizacji do dystrybucji podczas pokazu (np. czapki, ponczo, długopisy, zeszyty itp.)



MINIMUM REQUIRED ELEMENTS FOR A FARM DEMO PROGRAMME

- Welcome/introduction
- Demonstration
- Facilitated discussion
- Participant evaluation of the demo
- Clear conclusion/key messages
- Time for social interaction (food and drinks)

- 6 Opracuj komunikat prasowy na nadchodzące wydarzenie (**Szablon komunikatu prasowego**)

PRESS RELEASE

Include information to attract the attention of your target group (specific industry, specific age, specific familiarity with the demo topic, ...).

Use an active writing style.

Include all details regarding the location and date of the event.

- 7 Ogłoś nadchodzące wydarzenie demonstracyjne na platformie NEFERTITI 2-3 tygodnie przed wydarzeniem (**Wskazówki dotyczące ogłaszania wydarzenia na platformie NEFERTITI**)
- 8 Wyślij zaproszenie i informację prasową do mediów lokalnych, regionalnych i ogólnopolskich (radio, telewizja, gazety, magazyny, strony internetowe itp.) na 2-3 tygodnie przed wydarzeniem. Jeśli to możliwe, udzielając im wywiadu z informacjami na temat gospodarstwa, gospodarzy, demonstratora i/lub tematu demonstracji.
Wyślij ponownie odpowiednie informacje do mediów na 3 dni przed wydarzeniem.

- 9 Publikuj w mediach społecznościowych, takich jak Facebook, Twitter itp., korzystając ze swoich instytucjonalnych kont w mediach społecznościowych. Po raz pierwszy publikujesz 2-3 tygodnie przed wydarzeniem i ponownie jako przypomnienie 3 dni przed wydarzeniem. Aby poszerzyć swój zasięg, możesz również publikować na koncie mediów społecznościowych NEFERTITI:

FACEBOOK

www.facebook.com/NEFERTITI.EU

(NEFERTITI – tworzenie sieci europejskich gospodarstw demonstracyjnych – @NEFERTITI.EU)

TWITTER

twitter.com/NEFERTITI_EU?lang=en

(NEFERTITI@NEFERTITI_EU). W przypadku Twittera użyj hashtagu: #NEFERTITIEU.

LINKEDIN:

www.linkedin.com/company/nefertiti-h2020

(NEFERTITI H2020)

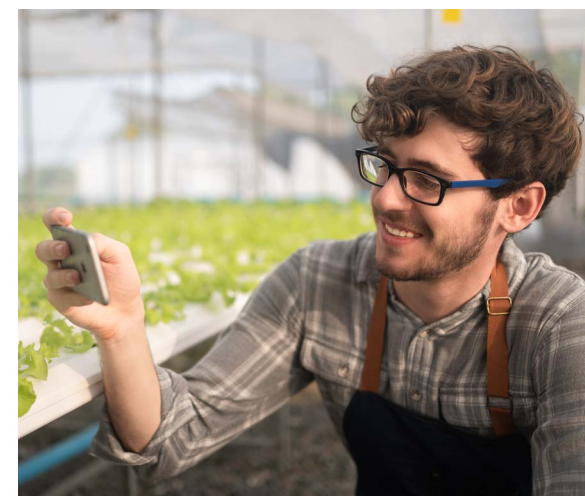


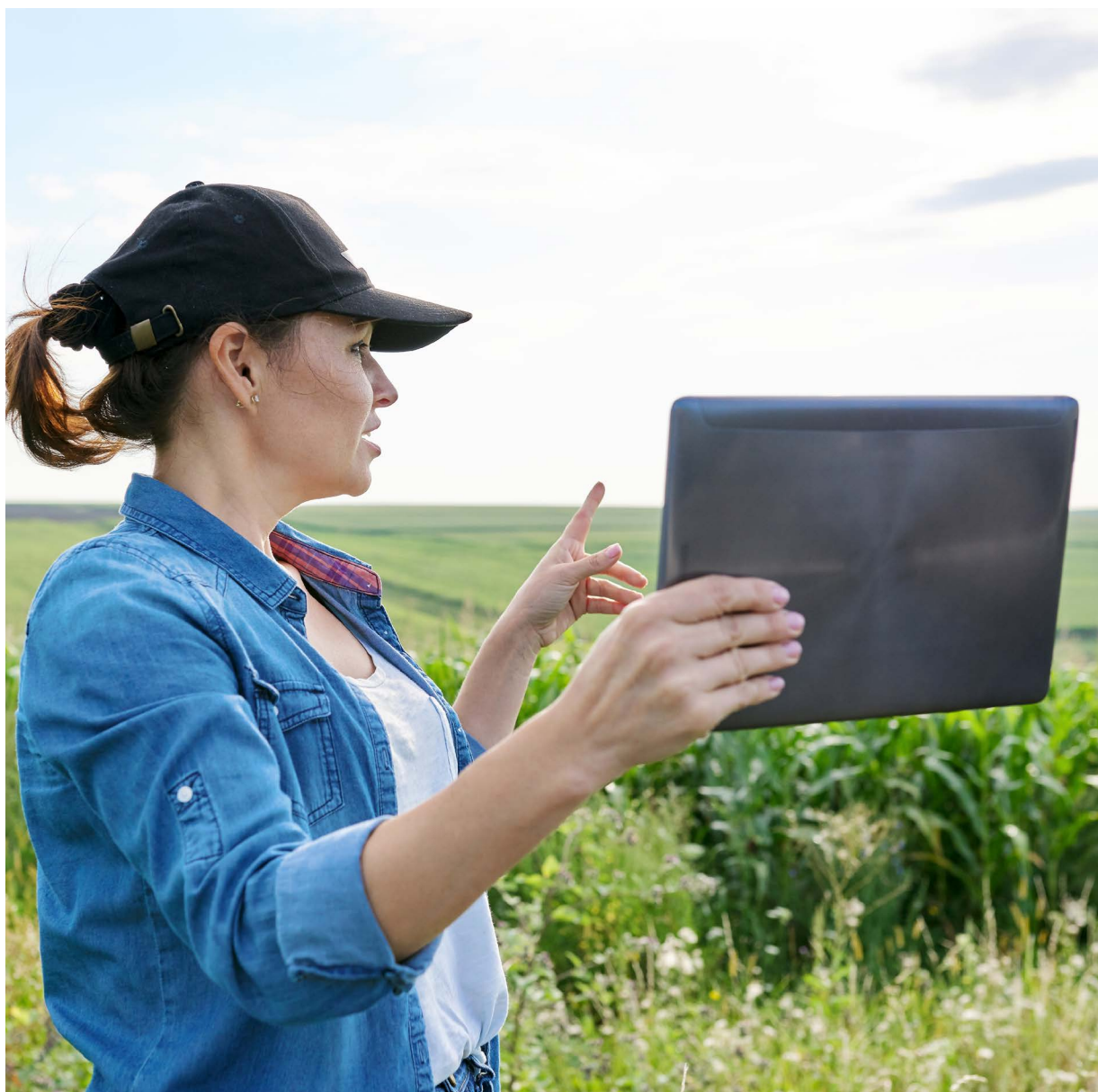
- 10 Przygotuj banery, flagi, roll upy do zaprezentowania podczas wydarzenia demonstracyjnego

- 11 Przygotuj listę **obecności/świadomą zgodę na filmowanie** i fotografowanie dla uczestników do podpisania przy wejściu na wydarzenie. Sformułowanie świadomej zgody możesz dodać do listy obecności.

- 12 Przygotuj **formularz oceny uczestników** (w wersji papierowej lub online), który zostanie rozesłany wśród uczestników w formie papierowej w trakcie/po wydarzeniu lub przesyłany pocztą elektroniczną po zakończeniu imprezy. Dołącz pytania dotyczące strategii komunikacji.

- 13 Przydziel zadanie tworzenia zdjęć, filmów i postów w mediach społecznościowych podczas wydarzenia komuś z zespołu organizacyjnego. Pomyśl o filmach, które chcesz nagrać, abyś był przygotowany na wykonanie odpowiednich ujęć podczas wydarzenia.





2 Środki komunikacji podczas imprezy demonstracyjnej

- 1 Umieść flagę, roll-up, baner itp. swojej organizacji w lokalizacji hosta
- 2 Poproś uczestników o wpisanie się na listę obecności i świadomą zgodę na filmowanie i fotografowanie.
- 3 Przygotuj rozpowszechniające materiały informacyjne i gadżety do rozdania uczestnikom.
- 4 Jeśli dziennikarze zostaną zaproszeni, przydziel im specjalny przedział czasowy przed rozpoczęciem wydarzenia, aby nie przeszkadzali w organizacji demonstracji po rozpoczęciu programu. Wyjaśnij im cel i oczekiwane rezultaty wydarzenia. Jeśli Twoje wydarzenie jest powiązane z szerszym projektem, nie zapomnij wspomnieć o jego celu i głównych działaniach.
- 5 Udostępniaj posty na żywo podczas wydarzenia demonstracyjnego na różnych kanałach mediów społecznościowych.
- 6 Rób zdjęcia i nagrywaj filmy podczas wydarzenia.
- 7 Poproś uczestników o wypełnienie formularza oceny uczestnika.



3 Środki komunikacji po wydarzeniu demonstracyjnym

- 1 Opracuj komunikat prasowy ze zdjęciami i/lub linkami do filmów o wynikach wydarzenia demonstracyjnego ([Szablon komunikatu prasowego](#)).
- 2 Udostępniaj krótkie posty na temat wyników wydarzenia demonstracyjnego w różnych kanałach mediów społecznościowych – Facebook, Twitter itp., w tym na swoich instytucjonalnych kontach w mediach społecznościowych oraz, w stosownych przypadkach (i dostępne w języku angielskim), na kontach mediów społecznościowych NEFERTITI (patrz poprzedni).
- 3 Nagraj krótki film o wydarzeniu i udostępnij go w mediach społecznościowych i YouTube.
- 4 Przeanalizuj formularz oceny uczestnika (w tym pytania dotyczące strategii komunikacji), zastanów się nad strategią komunikacji (dotarłeś do kogo chciałeś dotrzeć?, Czy Twoja promocja została odebrana przez wiele kanałów medialnych?) i wyciągnij wnioski dla następnego wydarzenia demonstracyjnego.
- 5 Review available follow-up comments posted on social media after the event.



PARTNERZY Z SIECI NEFERTITI



Ten projekt jest finansowany ze środków programu badawczo-innowacyjnego Unii Europejskiej Horyzont 2020 na podstawie umowy nr 772705.

WIĘCEJ NARZĘDZI:

trainingkit.farmdemo.eu