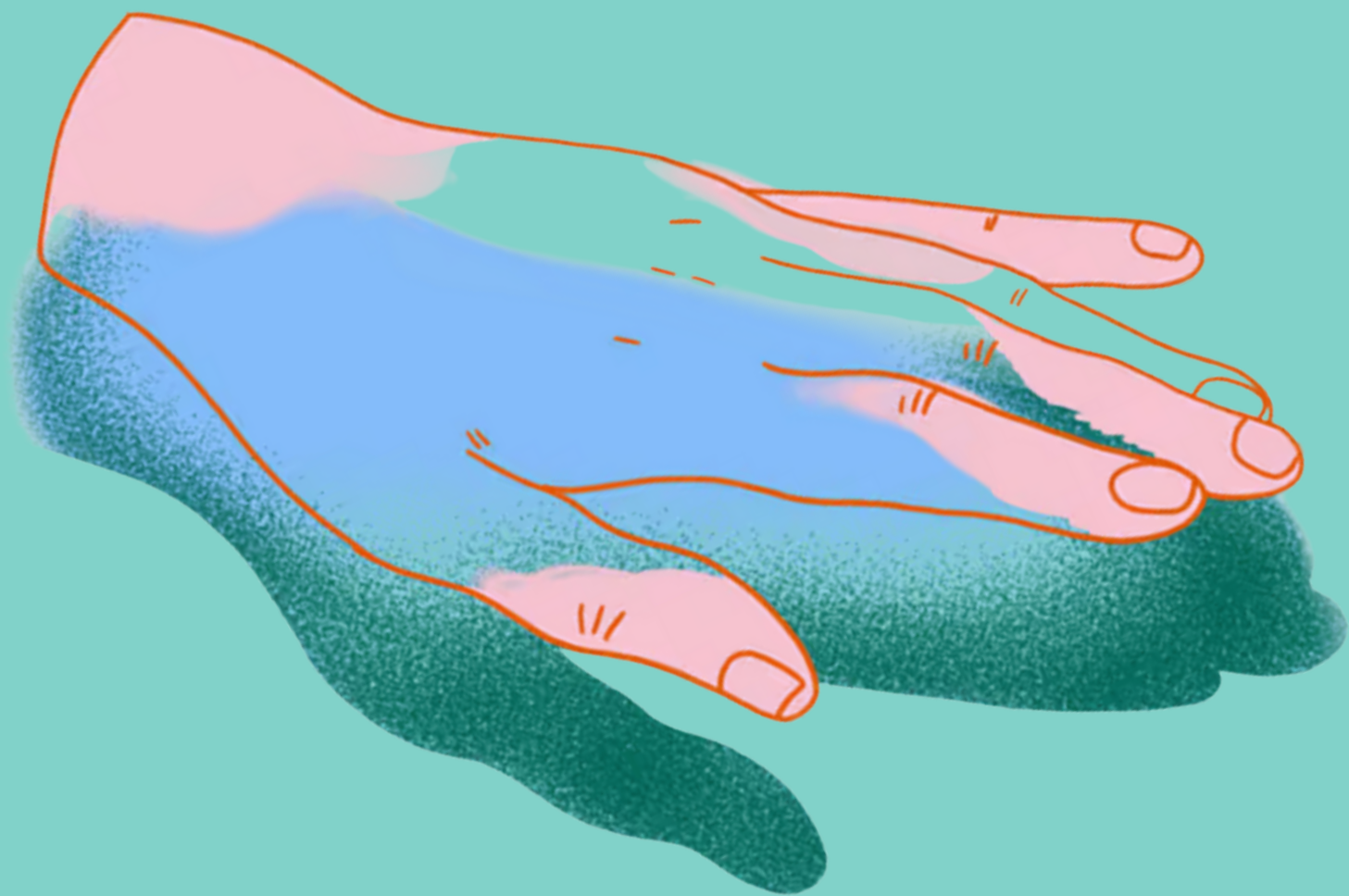


The *Tellers* Agency

Розробка комунікаційної стратегії



Етапи



Аудит

Мета: проаналізувати наявну комунікаційну модель організації, визначити зони розвитку та ключові вузькі місця, розробити рекомендації для покращення.

Результат: документ з оцінкою поточного стану комунікацій компанії, який містить огляд та рекомендації щодо внутрішніх процесів, платформ проявлення бренду, позиціювання та сприйняття аудиторією продуктів, а також займаного місця на ринку.



Стратегування

Мета: визначити ключові цілі комунікацій в організації та найефективніші шляхи їх досягнення.

Результат: розроблений стратегічний документ, який визначає ключову цінність, цілі та способи комунікацій організації. Розроблений робочий план з каскадованими стратегічними цілями, що визначає напрямки роботи команди та зони відповідальності.



Менторська підтримка

Мета: системний супровід команди під час впровадження комунікаційної стратегії.

Результат: внутрішня команда покращує навички управління комунікаціями та системно виконує стратегічний план, регулярно аналізуючи результати та адаптуючи підходи. Менторство допомагає зосереджуватись на ключових цілях і цінностях, досягаючи вимірюваних результатів.

Процес аудиту



Етап аудиту

Опис робіт

Очікуваний результат

Аналіз внутрішніх процесів

- Аналіз внутрішніх документів організації (політики, бренд-бук, контент-плани, комунікаційні стратегії, органограма тощо);
- Проведення глибинних інтерв'ю з членами команди для визначення ключових прогалин у координації команди, її навичках та методах ухвалення рішень та їх імплементації.

- Розроблені ключові спостереження та рекомендації щодо ефективної внутрішньої взаємодії комунікаційної команди (та/або людей долучених до комунікацій).
- За потреби – запропоновані нові підходи в процесах підпорядкування співробітників, ухвалення рішень та реалізації проєктів, де при збереженні часового ресурсу накопичується цінність.

Аналіз ніші, ринку та конкурентів

- Open-desk research для аналізу трендів у ніші, в якій працює організація.
- Аналіз доступного об'єму потенційної аудиторії за методом TAM-SAM-SOM.
- Аналіз показників конкурентів та SWOT-аналіз на його основі.

- Розроблені ключові спостереження та рекомендації щодо зростання в рамках поточного (та/або потенційного ринку) на основі ключових трендів, визначеного кола доступної аудиторії, яку можливо охопити, а також головних факторів/драйверів росту у конкурентів.

Технічний аналіз медіа-платформ

- Аналіз головних показників на основних платформах бренду (сайт, соцмережі, розсилки, чати): охоплення, взаємодія, динаміка підписників, ефективність використовуваних форматів, найефективніші теми.

- Розроблені спостереження та рекомендації щодо покращення діджитал-присутності бренду з урахуванням наявних ресурсів та поточного стану платформ.

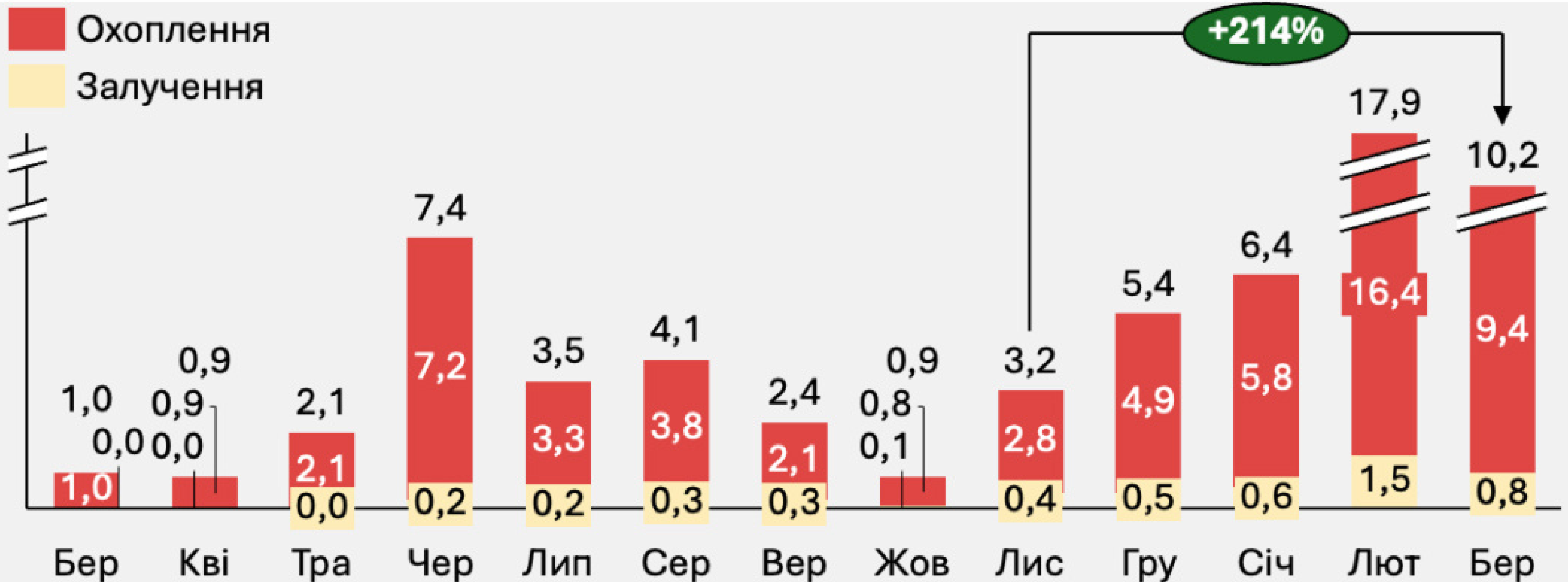
Аналіз зовнішніх комунікацій

- Аналіз офлайн-взаємодій елементів/облич бренду та їхній вплив.
- Аналіз окремих піар-кампаній та їх результативності в якісному та кількісному вимірах.
- Аналіз цільових аудиторій та їх реакцій на бренд.

- Розроблені спостереження та рекомендації щодо покращення проявів та впливу бренду поза межами регулярних діджитал-комунікацій

Приклади аудиту

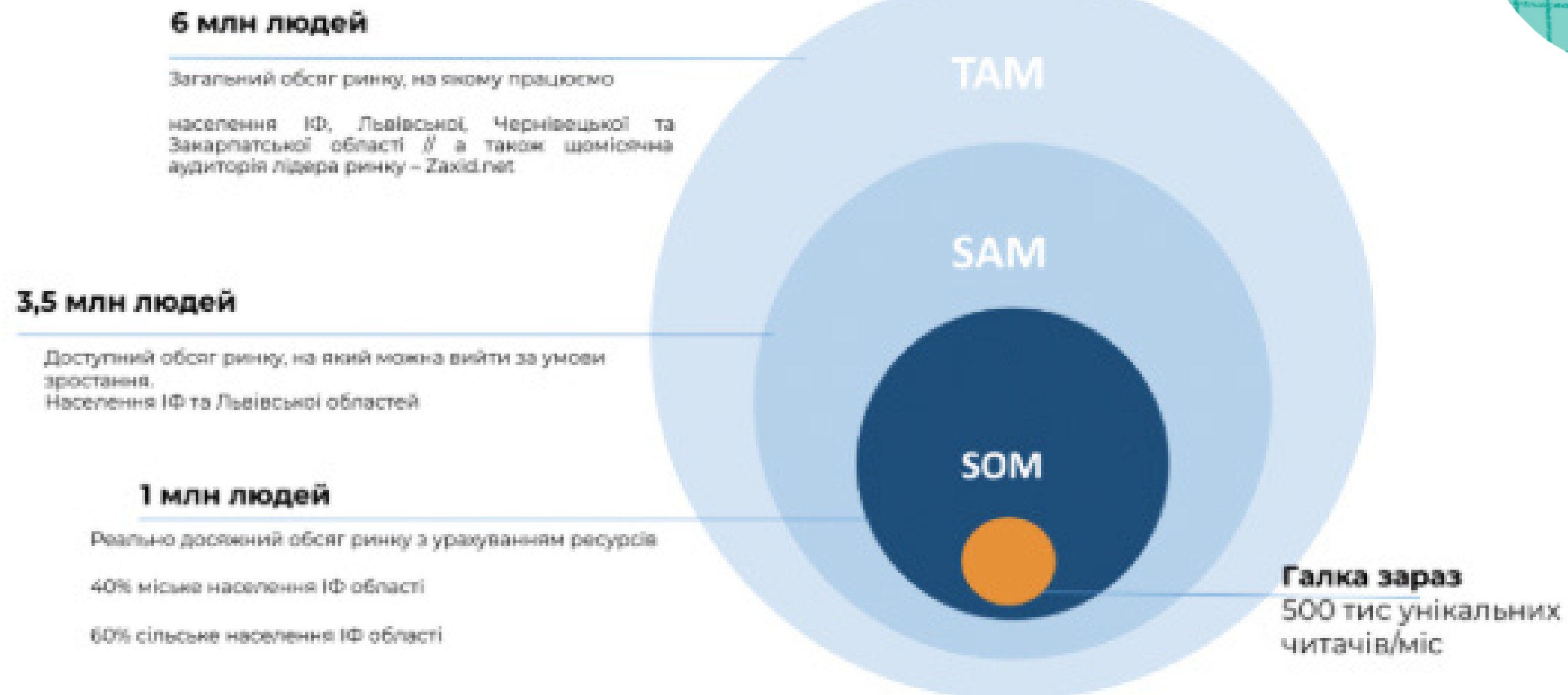
Охоплення та залученість в Instagram, тис



Технічний аналіз динаміки Інстаграм

Приклади аудиту

Ємність потенційних ринків

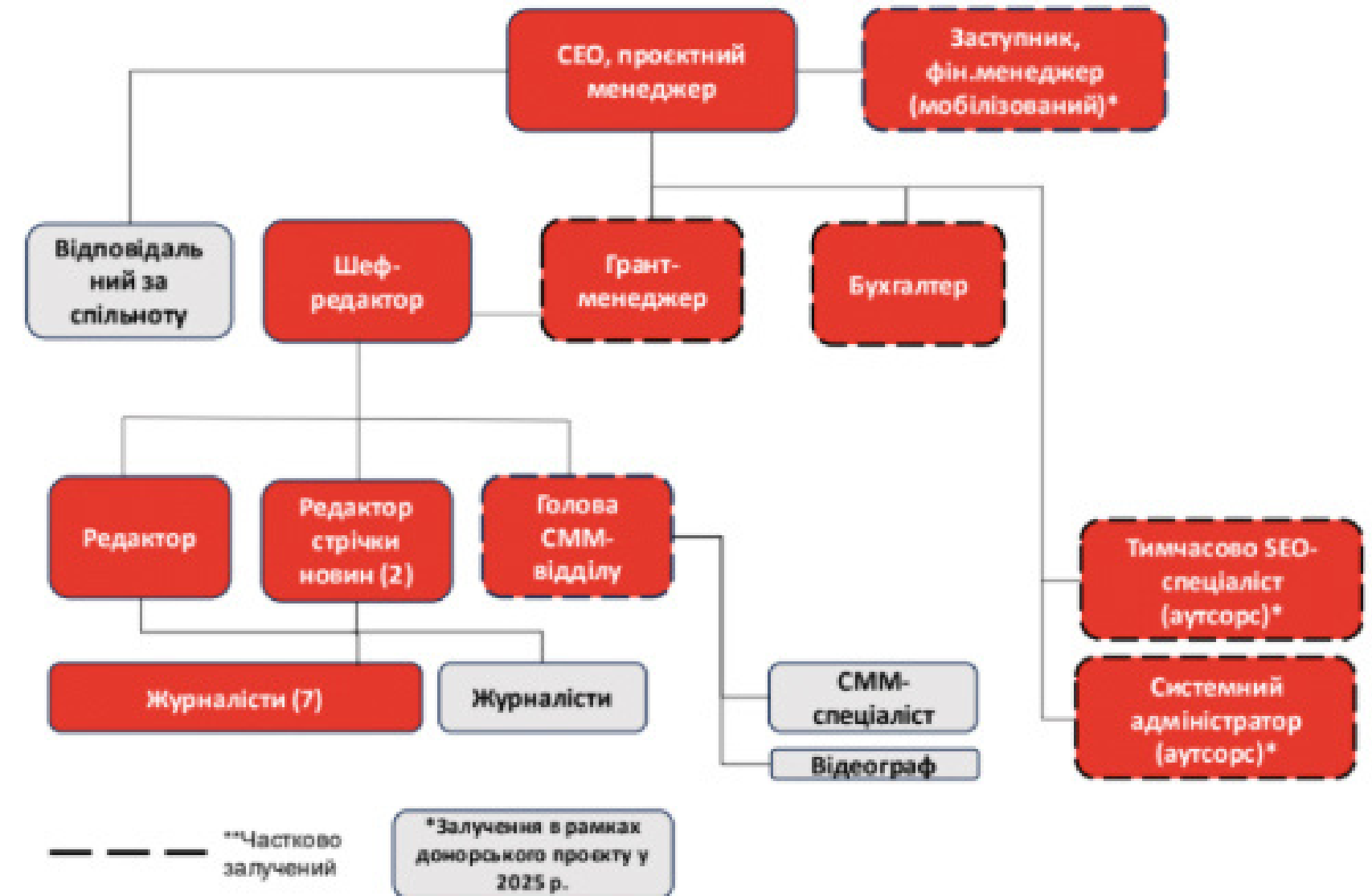


Аналіз ємності цільової аудиторії

Приклади аудиту

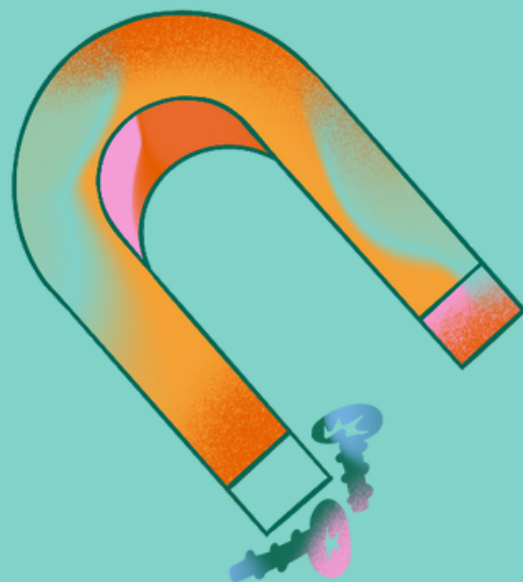


Підсумок ключових цінностей організації



Аналіз організаційної структури та неофіційних командних підпорядкувань

Стратегування



Мотивація

Визначення місії організації та її вимірюваної середньо- та довгострокової візії за методами 3W circle. Встановлення вимірюваних ключових показників в 3-5 важливих для організації сегментах



Стратегування



Визначення ключових стейкхолдерів проєкту

Донори	Волонтери та активісти	Отримувачі допомоги	Партнери	Широка громадськість (B2C)
•Потреба: історії змін, фізичний вплив •Спосіб комунікації: письмові звіти, щоквартальні зустрічі, конференції, розсилка	•Потреба: Чітке розуміння власного внеску та значущості •Спосіб комунікації: Історії успіху, оперативна інформація про можливості допомоги	•Потреба: доступна та своєчасна інформація про підтримку •Спосіб комунікації: Особисті консультації, прості гіді	•Потреба: Спільні цінності, репутаційна вигода •Спосіб комунікації: Спільні кампанії, публічні звіти, виступи на подіях	•Потреба: Надихаючі історії, відчуття причетності •Спосіб комунікації: Віральний контент, UGC

Визначення базової лінії

- Обговорення ключової цінності організації за методом value chain analysis;
- Використання результатів аудиту для напрацювання бажаних змін;
- Пріоритизація наявних форматів і методів комунікації за принципом “Матриці пріоритетів” для визначення найефективніших підходів, які потрібно зберегти на майбутнє.

Стратегування



Планування

- Обговорення ключової цінності організації за методом value chain analysis;
- Використання результатів аудиту для напрацювання бажаних змін;
- Пріоритизація наявних форматів і методів комунікації за принципом “Матриці пріоритетів” для визначення найефективніших підходів, які потрібно зберегти на майбутнє.

Product board				
	Ниша платформы	Мотивация людей	Наша визия	Рабочие форматы
 Instagram	Платформа для распространения эмоциональных историй, от которых плачут или улыбаются	Потреблять новостной контент через призму опыта людей. Отвлекаться. Найти что-то хорошее. Почувствовать себя и свои эмоции.	За год набрать +10 тыс подписчиков. Охват страницы +500%. Мы входим в ТОП-10 медийных Инстаграмов, которые больше всего распространяют	1. Карусель с фото и историей в тексте 2. Reels
 Facebook	Мы даем людям площадку для выражения мыслей, позиции и эмоций	Узнать мнение других, высказать позицию	Поддерживать трафик страницы (охват от 1 млн) и приносить просмотры на сайт (не менее 20%)	1. Инфографика с подводкой 2. Ссылка + подводка 3. текст + фото 4. видео
 Telegram	Мы информируем о том, что полезно людям для осознанной жизни	Узнавать новости/фишки/советы/лайфхаки/предупреждения, которые облегчают жизнь или выбор	Достичь 20 тыс подписчиков за год, процент mute не более 15%	1. новости 2. полезные подборки
 Tik Tok & YS	Иронизируем об информационной повестке дня (референс - Вашингтон пост)	Отдохнуть от новостей. Улучшить настроение. Сформировать позицию	Стать юмористическим новостным <u>ТикТок</u> №1 в стране.	Видео-скетчи с ведущим в кадре

Приклад розкладу стратегічної сесії



День 1

09:00-09:30 – Знайомство та ice-breaker

09:30-10:30 – Створення місії та візії

10:30-10:45 – кава-брейк

10:45-12:00 – Встановлення вимірюваних показників на 1-3-5 роки

12:00-13:00 – Визначення цінностей організації

13:00-14:00 – Обід

15:00-16:00 – Обговорення аудиту та створення мапи бажаних змін

16:00-17:00 – Пріоритизація форматів

17:00-17:30 – Підсумки дня, визначення завдань на наступний день

День 2

09:00-09:30 – Розбір підсумків першого дня

09:30-10:30 – Побудова мапи аудиторних потреб

10:30-10:45 – кава-брейк

10:45-12:00 – Розробка ключового позиціювання

12:00-13:00 – Визначення основних платформ комунікації

13:00-14:00 – Обід

14:00-16:30 – Робота в групах: Побудова моделей message House та складання референсів для проявлення бренду

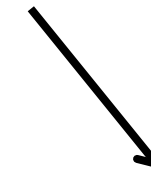
16:30-18:00 – Визначення KPI та розподіл ролей на рік

Менторська підтримка

Регулярні зустрічі з членами команди для ефективного впровадження змін, напрацьованих в аудиті та стратегії



Щотижневі з лінійними співробітниками для обговорення змін і їх прогресу та викликів



Щомісячні з керівництвом для огляду динаміки команди та впливу на діяльність організації

Біографія тренерки



Марія Леонова

**Тренерка з комунікаційних стратегій |
Медіаменеджерка**

- 10 років досвіду в медіаменеджменті на ринках Східної Європи
- Партнерка в Jnomics Media – 30+ стратегічних трансформаційних проєктів для медіа та громадських організацій.
- Засновниця The Tellers Agency – 120+ клієнтів (ООН, ЄС, GIZ, WWF).
- Викладачка у FOJO, SSE Riga, Internews.
- Освіта: Stanford Business School, КНУ ім. Т. Шевченка, KMBS, KAMA.
- Спікерка на MediaLab Brussels, Donbas Media Forum, Journalism Festival Perugia.