



**Stratégia marketingovej komunikácie
OZ Verejnô na roky 2022 - 2027**

Zhrnutie aktuálneho stavu

OZ Verejnô bolo založené 15. 2. 2019 v Liptovskom Mikuláši. Predsedníčkou OZ Verejnô je Alexandra Matiszová, podpredsedovia sú Michal Ulman a Alžbeta Matiszová. Členovia pôsobia v občianskom združení ako dobrovoľníci a svoju činnosť sústreďujú najmä v kultúrno-komunitnom priestore Hory Doly v Liptovskom Mikuláši. Realizujú sa tu rôzne kultúrne podujatia – výstavy, koncerty, čítania kníh; komunitné – swapy, bazáre, prednášky, cestovateľské večery, workshopy a vzdelávacie aktivity – neformálne vzdelávanie. Cieľovou skupinou sú najmä deti a mladí ľudia, čomu prispôsobujeme aj marketingovú komunikáciu.

OZ Verejnô svoju činnosť propaguje na viacerých platformách: Facebook, Instagram, TikTok, Youtube. Facebook slúži najmä ako informačná platforma, kde uverejňujeme informácie o nadchádzajúcich udalostiach a Instagram využívame viac na komunikáciu s našimi sledovateľmi a návštevníkmi kultúrno-komunitného priestoru Hory Doly.

V súčasnosti sa venujeme najmä propagácii na facebooku – účet *Hory Doly*, na Instagrame - účet *@horydolyim*, menej využívame sociálnu sieť TikTok - *@horydolyim*. Prevádzkujeme aj Youtube účet, no v súčasnosti je tam zverejnené 1 video z predchádzajúcej kampane. Facebook má v súčasnosti 756 Páči sa mi to a 921 sledovateľov. Instagram sleduje 520 sledovateľov. TikTok 12 sledovateľov a Youtube je pre nás úplne nová platforma.

Okrem príspevkov a príbehov na sociálnych sieťach uverejňujeme príležitostne ankety, kvízy a interaktívne príbehy, v ktorých môžu naši členovia prejaviť svoj názor. V roku 2022 sa chceme viac orientovať na krátke videá, tzv. reels.

Swot analýza

Silné stránky <ul style="list-style-type: none">- aktuálne a kreatívne príspevky na Instagrame- silná marketingová komunikácia na Facebooku (pravidelné príspevky)- sloboda prejavu- voľné a flexibilné dobrovoľnícke príležitosti pre komunikáciu s verejnosťou- rôznorodosť príspevkov z ponúkaných akcií	Slabé stránky <ul style="list-style-type: none">- slabá komunikácia na Instagrame- organizácia nemá zabezpečeného pracovníka na marketingovú komunikáciu- chýba webová stránka a newsletter- slabý dosah TikToku- nedostatok videí na Youtube- neorganizovanosť- nejednotný dizajn- logo bez výpovednej hodnoty
Príležitosti <ul style="list-style-type: none">- platená propagácia- príležitosť pre nové kampane- budovanie komunity mladých, ktorí sa môžu realizovať v správe sociálnych sietí- záujem mladých učiť sa niečo nové a tráviť čas na sociálnych sieťach aktívne- zdieľanie príspevkov s potenciálnymi partnermi- nové sociálne siete a ich potenciál	Hrozby <ul style="list-style-type: none">- pokles počtu sledovateľov- nemožnosť nájsť správcu sociálnych sietí- zmeny spojené s legislatívou a administratívou- často sa meniace potreby a návyky sledovateľov (nemožnosť prispôbiť sa zmenám)

Na základe SWOT analýzy chceme neustále prinášať aktuálne informácie a poskytovať cieľovej skupine rôzne ponuky, dobrovoľnícke príležitosti, voľnočasové a vzdelávacie aktivity. Zamerať sa chceme najmä na propagáciu cez platformu Instagram, TikTok a redizajn loga a vizuálu príspevkov na sociálnych sieťach. Obsah by mala vytvárať jedna osoba, najlepšie mladý človek, ktorý je priamo z cieľovej skupiny a rozumie správe sociálnych sietí. Príležitosťou je investovať do platenej reklamy a podporovať nové kampane, ktoré môžu zvýšiť záujem mladých o aktivity kultúrno-komunitného priestoru Hory Doly. Najväčším rizikom je pre nás často sa meniace potreby a návyky sledovateľov.

Poslanie, vízia a ciele

Poslanie

Hlavným poslaním je podporovať mladých a zlepšovať ich kvalitu života a postavenie v spoločnosti. Cieľom je tiež poskytovať im kvalitné informácie a poradenstvo, s dôrazom na podporu kľúčových zručností pri vyhodnocovaní informácií.

Vízia

Jednou z vízií OZ Verejnô je autentickými a prítlačivými príspevkami a príbehmi upútať pozornosť mladých ľudí a robiť kampane, ktoré prilákajú sledovateľov a návštevníkov. Chceme vybudovať komunitu, rozširovať, sieťovať a tiež spájať mladých ľudí z rôzneho prostredia. Cez marketingový plán organizácie sa chceme dostať do povedomia nielen cieľovej skupiny v okolí, ale vytvoriť si aj sieť spolupracujúcich organizácií.

Hlavný cieľ

Hlavným cieľom je zvýšenie povedomia o kultúrno-komunitnom priestore Hory Doly prostredníctvom rôznych marketingových kanálov. Chceme tak osloviť naše cieľové skupiny – sledovateľov a návštevníkov a získať tiež podporu na našu činnosť a aktivity.

Čiastkové ciele

- zvýšenie interakcie na sociálnych sieťach
- zvýšenie sledovanosti na sociálnych sieťach
- šírenie povedomia o aktivitách cez sociálne siete
- špecifikovať zacielenie obsahu na konkrétnu cieľovú skupinu (iná je na Instagrame, iná na Facebooku, iná na TikToku)
- zamerať sa na význam dobrovoľníctva pre rozvoj a zvyšovanie kvality života
- vytvoriť zaujímavý a pútavý newsletter
- vytváranie pravidelných príspevkov na Youtube (aspoň jeden za polrok)
- zlepšenie obsahu na sociálnych sieťach – zjednotenie dizajnu
- redizajn loga
- pridávanie krátkych videí (reels)
- vytvorenie funkčnej webovej stránky
- zamerať sa na kvalitný obsah a fotografie

Analýza sociálnych sietí

Facebook – facebook.com/horydolylm

Počet sledovateľov: 756 Páči sa mi to/921 sledovateľov

Dosah príspevkov: 3 214

Interakcia s príspevkom: 680

Nové „Páči sa mi to“ pre stránku: 5

Noví sledovatelia stránky: 7

Reakcie: 83

Komentáre: 1

Zdieľania: 0

Pozretia fotiek: 98

Kliknutia na odkaz: 36

Instagram – instagram.com/horydolylm

Počet sledovateľov: 520

Oslovené účty: 1125

Interakcie s obsahom: 26

TikTok – tiktok.com/@horydolylm

Počet sledovateľov: 12

Zobrazenia: 2

Páči sa mi to: 3

Komentáre: 0

Zdieľania: 0

Cieľová skupina

Mládež

Je to skupina vo veku od 15 do 22 rokov, ktorá využíva sociálne siete vo svojom voľnom čase na zábavu a interaktívne vzdelávanie. Ich záujmy sú hudba, umenie, maľovanie, cestovanie, čítanie, móda, ekológia. Informácie chcú mať rýchlo a jednoducho, príspevky a príbehy si prezerajú denne. Najviac sledujú krátke videá do jednej minúty a fotografie. Primárnou sociálnou sieťou je pre nich Instagram.

Mladí ľudia

Je to skupina vo veku 23 až 30 rokov, ktorá svoj voľný čas využíva aktívne a sociálne siete používa na odreagovanie od každodenných starostí. Mladých ľudí na webe zaujímajú najmä podcasty, online diskusie a fotografie priateľov, rodiny a známych.

Spolupracujúce organizácie

Sú to nadácie, firmy, samospráva a dôležití partneri, ktorých oslovujeme cez zaujímavosti z prostredia organizácie.

Výber marketingových kanálov a nástrojov

Reklama – Reklamu využívame pri propagácii našich príspevkov na Facebooku a Instagrame na zvýšenie dosahu a na zvýšenie návštevnosti realizovaných aktivít. Pri určovaní cieľovej skupiny sa zameriavame na jej špecifikáciu:

Facebook – cieľová skupina dospelí (rodičia detí a mladých), lokalita Lipt. Mikuláš

Instagram – cieľová skupina mladí ľudia, lokalita Žilinský kraj, záujmy: umenie, kultúra, zábava, dobrovoľníctvo, neformálne vzdelávanie

Vzťahy s verejnosťou – Oslovujeme lokálne a regionálne médiá s návrhom na uverejnenie článku, tlačovej správy, realizáciu rozhovoru alebo ich odkazujeme na aktuálne kampane.



FACEBOOK



INSTAGRAM



WEB



TIKTOK



YOUTUBE

Šírenie tohto materiálu je povolené len s podmienkou uvedenia autora a zdroja.