

IZOBRAŽEVALNE BROŠURE ZA SLOVENSKE MLADINSKE CENTRE

POSTANI VIDEN

GET VISIBLE

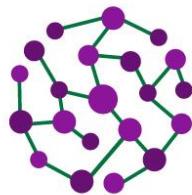
EDUCATIONAL BOOKLETS FOR SLOVENIAN YOUTH CENTRES

SPLET / WEB PT.1

DRUŽBENI MEDIJI / SOCIAL MEDIA PT.2

MULTIMEDIJA / MULTIMEDIA PT.3





MREŽANVO

ZA VKLJUČUJOČO
INFORMACIJSKO DRUŽBO

[*Prevod slike: NGO NETWORK - For an inclusive information society*]

DIGITALNE TEHNOLOGIJE V SLUŽBI ČLOVEKA

www.informacijska-druzba.org

Nevladne organizacije za digitalno enakost, zasebnost na svetovnem spletu, prosto programje, internetno nevtralnost, odprto vlogo in demokratično e-participacijo.

DIGITAL TECHNOLOGY AT THE SERVICE OF PEOPLE

www.informacijska-druzba.org

Non-governmental organizations for digital equality, privacy on the net, free software, internet neutrality, open government and democratic e-participation.

KAKŠEN JE NAMEN?

NVO imajo običajno dobro izdelane komunikacijske dejavnosti, a ne dosežejo ustrezne ciljne skupine, torej mladih.

ZAKAJ SMO SE TEGA LOTILI?

Študije kažejo, da mladi od 16. do 24. letstarosti tedensko preživijo več kot 27 ur na spletu. NVO na tej zasičeni platformi za svojo promocijo konkurirajo privatnim družbam, vendar ne dosegajo publicitete, ki bi si je želeli. Ker imajo na voljo nižji proračun od privatnih družb, si ne morejo privoščiti zakupa večjega prostora za oglaševanje, zato morajo za uspeh posluževati kreativnih rešitev in dobro poznati področje PR-ovstva.

KAKO LAJKO PRI TEM POMAGA TALE BROŠURA?

V zadnjih dvajsetih letih je internet postal sestavni del našega življenja. Gre za odličen način komunikacije, izobraževanja in lastne promocije pred širšim občinstvom. Če želite doseči širše občinstvo, morate poznati pravila uspešne spletne komunikacije. Naše izobraževalne vsebine smo razdelili v tri kategorije: SPLET, DRUŽBENI MEDIJI in MULTIMEDIJA. Vsako kategorijo sestavlja kratek izobraževalni video in brošura.

WHAT IS THE CHALLENGE?

NGOs have mostly good communication work but they don't reach the appropriate target, young people.

WHY IS THAT A CHALLENGE?

Studies say that young people aged between 16 and 24 spend more than 27 hours a week online. NGOs compete with private companies for publicity on this already saturated platform, which often ends with NGOs not getting the publicity they'd like. Since NGOs have a smaller budget than private companies, they can't afford to buy a lot of ad space, so they have to get creative and know the field of PR very well in order to succeed.

HOW CAN THIS BOOKLET HELP?

The internet has become such a big part of our lives in past 20 years. It's a great way to communicate, educate and promote yourself to a wider audience. If you want to reach a wider audience, you have to know the "rules" of successful internet communication. We've divided our educational material into 3 categories: WEB, SOCIAL MEDIA and MULTIMEDIA. Each category consists of a short educational video and a booklet.



DRUŽBENI MEDIJI

Spletna stran nikakor ni dovolj za obstoj na tem hitro spremenjajočem se mediju. Bodite prisotni povsod. Ustvarite stran na omrežjih kot so Facebook, YouTube, Google +, Tumblr, SoundCloud... Seznam je neskončen, skupno pa jim je, da dnevno dosegajo milijon klikov. Bolj kot ste na njih aktivni, večje možnosti imate za povečanje svojega občinstva. Ostanite torej kul in ažurni.

Oglejte si izobraževalni video o Facebooku z osnovnimi nasveti, ki vam lahko pomagajo pri izdelavi in vzdrževanju FB profila.

Na voljo je tukaj:

<https://www.youtube.com/watch?v=QInqQ2KJl4o>

O Facebooku:

Gre za najbrž najpopularnejše družbeno omrežje na svetu. Je enostaven za uporabo, njegov pretok vsebin pa neskončen. Naučite se promocije lastnih vsebin in dosegli boste ogromno število ljudi. Statistike kažejo, da si uporabniki raje ogledujejo FB novice, kot pa spletnne strani. Zato vsako objavo na svoji spletni strani dodajte tudi na FB. S skrbnim preverjanjem statistike spoznajte svoje obiskovalce. Za natančnejše iskanje uporabite algoritme.

Kaj objavljam – FB vsebina:

Objavljajte kratke opise: v enem ali dveh stavekih. Če je besedilo daljše, pripravite krajsi opis in ga povežite s spletno stranko, blogom ali dogodkom. Uporabniki neradi delijo vsebine, ki niso viralne in ki se jih osebno ne dotaknejo: imejte to v mislih in skušajte z objavo doseči čim širše občinstvo, vendar vedite, da se najraje delijo vsebine, v katere smo sami vključeni (npr. donacije).

Če nimate dovolj dogodkov ali vsebin za objavo, poskušajte redno objavljam vsebine tretjih oseb, ki bi lahko bile zanimive za vaše občinstvo: všeč jim bo, če bodo zahvaljujoč vam spoznali nekaj novega. Na svojem zidu objavljajte tudi zanimive dogodke ostalih in jih označite (npr. "Jutri zvečer vabljeni na čudovit filmski večer, ki ga organizira @XYdruštvo!") ali pa preprostodelite njihovo objavo. Dobre fotografije dobijo več všečkov, za izdelavo kolažev si lahko pomagate s spletnimi aplikacijami kot je Pixlr (pixlr.com).

SOCIAL MEDIA

A website isn't enough to stay relevant on this everchanging media. Be active on every social network. Get a Facebook page, a Youtube, Google +, tumblr, SoundCloud... The list is endless, and these sites get millions of clicks every day. The more active you are on these sites, the bigger the chance you'll reach a bigger audience. Stay hip and up to date.

Take a look at the educational video about the Facebook, with basic tips and hints that can help you when building or maintaining your FB profile.

It is available here:

<https://www.youtube.com/watch?v=QInqQ2KJl4o>

About the Facebook:

It is arguably the most popular social network on the planet. It's easy to use and the content flow is endless. Learn to master promoting your content and you'll reach a big number of people. Statistics show that users are more likely to follow FB feeds than to visit the website. That is why you should include your future links of your web presence on your FB page. And, keep a thorough eye on statistics to know your audience. Use the algorithms for a more precise search.

What to post – FB content:

Post short descriptions: one or two sentences, no more. For longer texts, publish a short description and paste a link to a website, blog or event. Users are not likely to share non-viral content where he/she is not involved: keep that in mind and try to directly reach as many as possible; but, they tend to share when they feel involved (e.g. donations).

If you don't have enough events going on or contents to publish, try to keep regular publications with third parties' contents that may interest your audience: they will be happy if they make a nice discovery thanks to you. Also, post interesting events of others on your wall and tag them (for example "Great film evening tomorrow by @XYorganization!") or simply share post of others. Good photo-designs get more likes; you can use collages with online apps, like Pixlr (pixlr.com).



Kam gremo – FB dogodki:

- FB dogodki so izredno praktični.
- Redno delite svoje dogodke z občinstvom (npr. še tri tedne do...! še en teden do...!, itd.).
- Na zidu strani, ki je namenjena dogodku, objavljajte opomnike in morebitne spremembe.
- Za promocijo dogodka uporabljajte dobre fotografije. Obiskovalce pritegne tudi kratek (do 30 sekundni) video. Videi, neposredno naloženi na FB (ne prek YouTube-a) dosežejo več uporabnikov.

Kdaj objavljati – FB pravila:

- Izogibajte se vikendom (če že, takrat objavljajte samo opomnike).
- Izogibajte se nočem – odvisno od navad ciljne skupine.
- Izogibajte se uram največjega obiska: sicer je odvisno od občinstva, a to običajno pomeni od 9h do 15h; teoretično je najboljši čas okrog poldneva (od 12h do 15h).
- Objavljajte redno, a ne prepogosto: uporabniki ne bodo pozabili na vas, a če boste objavljali prepogosto, jih lahko s tem odvrnete. Ko uporabniki opazijo FB obvestilo, smatrajo, da gre za objavo njihovih priateljev, zato jih ne obremenjujte z obvestili! Nekaj objav na dan je dovolj, seveda odvisno od vaše dejavnosti.
- Skrajšajte URL naslove: Bitlyvam omogoča prilagoditev URL naslova in ogled statistike.

Pravila obnašanja – FB interakcija:

- Vedno odgovorite na vsa vprašanja na vašem zidu.
- Všeckajte in komentirajte na partnerskih straneh/dogodkih, da bi s tem privabilinove obiskovalce; označite jih, ko je možno (=večja izpostavljenost).
- Vključite funkcijo "predlog za ogled podobnih strani" za povečanje števila všečkov.
- Združite z drugimi načini komunikacije, kot je pošiljanje e-pošte.

In za konec – možnosti FB promocije:

- Promoviraj objavo: cenovno dostopnejše, priomore k večjemu ogledu dogodkov ipd.
- Promoviraj svojo stran: omogoča dobro prepoznavnost organizacije.
- Kupi všečke: pomaga do več všečkov in s tem do večjega števila ogledov.

Where are we going – FB events:

- FB events are very practical.
- Share your events regularly to remind your audience (ex. 3 weeks to go! 1 week to go!...)
- Use the event wall to publish regular reminders and changes that may occur
- Always use good photos-designs to promote events. A short video (up to 30s) can also be a very good hook. - videos that are uploaded directly on FB (no via YouTube) have better reach.

When to publish – FB rules:

- Avoid weekends (or use them for reminders)
- Avoid nights - depends on characteristic of the target group
- Avoid peak hours: depends on the audience, but peaks are usually between 9am and 3pm; theoretically, around midday is the best (12 to 3)
- Publish regularly, but not too much: users will not forget that you exist, but if you publish too much you risk of being overwhelming. When users see notifications, they expect them to be from their friends, so don't be too heavy! A couple of publications a day are enough, always depending on the activities you carry on.
- Shorten URLs: Bitly allows you to customize the link and to see statistics

How to act – FB interaction:

- Always answer any questions posted on your wall
- Like and comment on partner's pages/events to try to attract potential visitors; also tag them when possible (=more exposure)
- Turn on "Similar Page Suggestions" to increase your Likes.
- Combine it with other techniques like mailing

Are we there yet – FB promotion:

- Boost post: not very expensive, gets you good visibility for events etc.
- Promote page: get you good organizational visibility.
- Buy likes: helps your page get more likes, therefore better reach.



NOSILCI VSEBINSKE MREŽE NEVLADNIH ORGANIZACIJ ZA VKLJUČUJOČO INFORMACIJSKO DRUŽBO:



STIK

e-poštni naslov: info@informacijska-druzba.org
spletna stran: www.informacijska-druzba.org
facebook: <https://www.facebook.com/NVO.VID>
twitter: https://twitter.com/NVO_VID

Projekt Vsebinska mreža nevladnih organizacij za vključujočo informacijsko družbo (NVO-VID) delno financira Evropska unija, in sicer iz Evropskega socialnega sklada. Projekt se izvaja v okviru Operativnega programa razvoja človeških virov; razvojne prioritete "Institutionalna in administrativna usposobljenost"; prednostne usmeritve "Spodbujanje razvoja nevladnih organizacij, civilnega in socialnega dialoga".

OPERATORS OF CONTENT NETWORK OF NON-GOVERNMENTAL ORGANIZATIONS FOR AN INCLUSIVE INFORMATION SOCIETY:



CONTACT

E-mail: info@informacijska-druzba.org
Website: www.informacijska-druzba.org
facebook: <https://www.facebook.com/NVO.VID>
twitter: https://twitter.com/NVO_VID

The project Content network of non-governmental organizations for an inclusive information society (NVO-VID) is partially financed by the European Union's European Social Fund. It is implemented under the Operational Programme Human Resources Development, developmental priorities "Institutional and administrative capacity", policy priorities "Promoting the development of non-governmental organizations, civil and social dialogue".