



COMUNICAREA în cluburile GreenIMPACT

De ce este importantă o bună comunicare?

Pentru că astfel:

- Veți fi vizibili în comunitate și chiar mai departe: în județ, în țară, în străinătate.
- Veți crea legături pe termen lung cu partenerii, sponsorii, clienții.
- Veți învăța să vă prezentați în public, să vă promovați, să argumentați, să negociați, să vindeți.

1. MOMENTELE COMUNICĂRII

1. Recrutarea

Cum ajungeți la publicul-țintă? Cu ce mesaj? Ce experiențe le oferiți astfel încât să aibă un sentiment pozitiv în legătură cu ce urmează să se întâmple la club ?

Ex. **Organizați prezentări – ateliere – evenimente în școală/comunitate.**

Inspirație: Un club IMPACT din Râmnicu Vâlcea organizează un eveniment de recrutare la fiecare început de an, în sala de evenimente. Toți elevii sunt invitați. Ei participă la activități specifice clubului (jocuri, etc).

2. Coagularea grupului

Cum creați sentimentul de apartenență la grup?

- Definiți **BRAND**-ului clubului. **Creați o identitate vizuală** și utilizați-o pe tricouri, șepci, insigne, etc.

- **Folosiți povești și legende** (povestea clubului, o legendă din comunitate, o poveste scrisă de membri).

Inspirație: Clubul GreenIMPACT „Cavalerii Turnului Înclinat” din Ruși folosesc o poveste și simboluri pentru a întări apartenența la grup. Rolurile din grup sunt inspirate de numele clubului. Există jupâni-cavaleri (liderii), cavaleri pielari, cavalerii sforii, cavalerii lemnului (în funcție de materialele cu care lucrează la confecționarea suvenirurilor) și cavaleri-scutieri (membri noi, care trebuie să dovedească că sunt implicați înainte să devină cavaleri).

- **Culegeți impresii și sugestii** din partea clienților.

Inspirație: Clubul GreenIMPACT din Breb folosește o carte de impresii și sugestii după fiecare eveniment. Impresiile pozitive cresc sentimentul de apartenență la grup, iar sugestiile lor vă ajută să vă îmbunătățiți proiectul.



3. Ieșirea în comunitate

Care sunt ocaziile cu care puteți ieși în public și unde puteți face cunoscut clubul, misiunea lui și proiectele realizate?

- **Analiza comunității** (ocazie de a sta de vorbă cu oamenii din sat).
- **Festivaluri locale** (ziua comunei, evenimente de tip „Festivalul Verzei”, târguri de Craciun, Mărțișor, Paște, etc.).
Inspirație: Clubul GreenIMPACT din Rășinari a avut un stand la Festivalul Brânzei și al Țuicii din comună.
- **Festivaluri județene sau naționale**
Inspirație: Clubul GreenIMPACT din Răucești a participat la Festivalul de datini și obiceiuri de iarnă de la Târgu Neamț.
- **Concursuri** la care să vă înscrieți cu proiectele voastre
Inspirație: Cluburile din Baia Mare (CT Nenițescu) și Baia Sprie au obținut Diploma pentru dezvoltarea voluntariatului în sectorul de tineret din județul Maramureș la Gala Voluntarilor Maramureșeni - Baia Mare.
- **Alte evenimente pentru turiști** (ex. Brunch-urile organizate de Asociația My Transilvania)
Inspirație: Cluburile GreenIMPACT din Chirpăr și Alțina au contribuit la evenimentele gastronomice organizate de asociația My Transylvania (vânzare de suveniruri, organizarea unui tur ghidat.)
- **Evenimente organizate de pensiuni pentru turiști**
Inspirație: cu ocazia Crăciunului, mai multe cluburi au organizat șezători pentru turiștii veniți să-și petreacă sărbătorile de iarnă în pensiuni din zonă.
- **Organizarea unor evenimente care să vă ajute să fiți vizibili în comunitate.**
Inspirație: un club IMPACT din Cluj-Napoca organizează anual un festival de muzică în curtea liceului („Ghibstock” – de la numele liceului – Onsifor Ghibu). Clubul din Brad, jud. Hunedoara, organizează anual “Noaptea Fantomelor” – o vânătoare de comori care are loc noaptea, în școală și unde toată lumea este deghizată.

4. Implementarea proiectului

- Înainte de implementare (atragera partenerilor - întâlniri face to face, e-mail, discuții telefonice, anunțarea parteneriatelor pe propriile canale de comunicare - facebook, afișe, flyere);
- În timpul implementării (comunicare cu presa; postări pe facebook cu pregătirea pentru suveniruri/evenimente, comunicare cu partenerii);
- După implementare (comunicat de presa post – eveniment – imediat după ce acesta a avut loc; postare pe pagina de facebook, comunicarea rezultatelor către parteneri).

2. CE FACE O ȘTIRE SĂ FIE ȘTIRE ?

Sau cum să vă asigurați că atrageți atenția presei și a publicului ?

<https://www.youtube.com/watch?v=ONLfjIP5Fxc>