

KOMUNIKAČNÍ ZÁSADY

Cílová skupina

- definovat ji dostatečně specificky, mít o ní jasnou představu

Rámování

- zvolit vhodné (pozitivní) rámování
- využívat analogií a vzorů

Nositel sdělení

- cílová skupina se s ním musí identifikovat
- sdělení musí být autentické
- využívat inovativní komunikační kanály a metody

Příběh

- sdělení by mělo vyprávět nějaký příběh, nebo být jeho součástí

Příklady dobré praxe

- ukazovat, že to jde, že změna je možná
- nesoustředit se na problém, ale na řešení

Co máme společného

- ukazovat cílové skupině, jaké výhody jí přináší řešení problému

Jazyk

- pozor na negativní konotace (neziskovka vs. nevládka)
- musí být přístupný a srozumitelný cílové skupině

Sebevědomí

- nestavit se do pozice obětí
- vzbuzovat přirozený respekt

VZBUZOVAT POZITIVNÍ EMOCE!