

JAK I CO KOMUNIKOWAĆ W MEDIACH? SZTUKA PISANIA KLAROWNYCH INFORMACJI

Szkolenie będzie się dzieliło na blok teoretyczny i praktyczny, przy czym nacisk położony zostanie na praktykę.

W części teoretycznej zajmiemy się następującymi zagadnieniami:

- Jakie komunikaty kierować do mediów tradycyjnych (prasy, radio, tv), a jakie do mediów społecznościowych (FB, Tik Tok, Instagram). Czym się różnią te kanały? Kiedy ważniejszy jest podpis do zdjęcia albo nawet na zdjęciu niż tekst? Najczęstsze błędy;
- Jak wybrać kanał w zależności od tego do kogo i co chcemy zakomunikować?
- Na jaką formę wypowiedzi się zdecydować? Czym jest press release (komunikat), felieton, tekst publicystyczny, poradnik, reportaż?
- Jakie są aktualne realia rynku prasowego? Jak nie wpaść na minę?

W części praktycznej uczestnicy warsztatów przygotują krótką informację na stronę www urzędu/organizacji/instytucji, w której pracują. Podczas ćwiczenia praktycznie będą zdobywać następujące umiejętności:

- Tworzenie efektywnych komunikatów: jak zdefiniować cel i odbiorców komunikatu; jakie elementy powinny się w nim znaleźć? Jak wybrać słowa kluczowe, aby przyciągnąć uwagę i zainteresować odbiorcę? Jak pisać krótko i zwięźle, jednocześnie zachowując treść;
- Ćwiczenia pisania komunikatów na strony www: przygotowanie krótkiej informacji o wydarzeniu lub projekcie, draftu o organizacji; Omówienie ważności używania wyrazistych nagłówków, podtytułów i treści, aby przyciągnąć i zainteresować odbiorcę;
- Analiza i omówienie przygotowanych testów, wskazanie mocnych i słabych stron w pisaniu komunikatów (stosowanie kalek słownych, nadużywanie branżowego języka);
- Komunikacja przyszłości – na ile i w czym może nas wyręczyć sztuczna inteligencja? Ćwiczenia z użyciem ChatGPT.

Czas na pytania i uwagi uczestników oraz podsumowanie szkolenia.

DLA KOGO?

Szkolenie skierowane jest do:

- Pracowników urzędów;
- Organizacji pozarządowych i grup nieformalnych;
- Instytucji publicznych i prywatnych zajmujących się promocją i komunikacją, szczególnie tych odpowiadających za słowo.

KLUCZOWE TREŚCI:

- Rynek medialny w Polsce (lokalny i krajowy);
- Praktyczne pisanie komunikatów do mediów.

CO ZYSKAJĄ UCZESTNICY?

- Uczestnicy będą w stanie przygotować skuteczne komunikaty, które dotrą do szerszej publiczności;
- Użytkownicy nabędą umiejętności zwiększenia zasięgu komunikatów, poprzez dostosowanie treści do różnych platform i odbiorców;
- Uczestnicy będą mogli wykorzystać nowo nabyte umiejętności w praktyce, co zwiększy ich szanse na sukces w pracy zawodowej;
- Wiedza na temat różnych form przekazu informacji pozwoli uczestnikom na rozwijanie kreatywności i dostosowywanie się do nowych trendów w branży komunikacyjnej.

JAKIE CELE?

- Udoskonalenie umiejętności pisania przekonujących i skutecznych komunikatów dla różnych mediów i odbiorców;
- Zwiększenie wiedzy o oczekiwaniach i potrzebach odbiorców mediów społecznościowych, dzięki czemu można lepiej dopasować treści do ich potrzeb;
- Poznanie różnych form przekazu informacji, w tym sposobów prezentacji danych i grafik, które mogą wzmocnić przekaz;
- Zwiększenie świadomości o znaczeniu klarowności i prostoty przekazu, co umożliwia efektywne dotarcie do odbiorcy.

LICZEBNOŚĆ GRUPY:

Do 10 osób.

FORMA:

Preferowana forma stacjonarna

DLACZEGO OŚRODEK WSPIERANIA ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH?

Aktywnie wspieramy organizacje pozarządowe, grupy nieformalne i jednostki samorządu terytorialnego. Animujemy, doradzamy oraz szkolimy. Promujemy współpracę międzysektorową. Zaufało nam ponad 80 firm, organizacji i instytucji, realizując wspólnie z nami projekty oraz korzystając z naszych usług, m.in. Województwo Podlaskie – Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego, Województwo Świętokrzyskie – Urząd Marszałkowski Województwa Świętokrzyskiego oraz Miasto Białystok.

ZAPYTAJ O OFERTĘ

KRZYSZTOF LEOŃCZUK

Koordinator działań edukacyjnych
krzysztof.leonczuk@owop.org.pl
+ 85 733 36 41

STOSOWANE METODY:

- Analiza przypadków, omówienie przygotowanych komunikatów; ustalenie, co można poprawić;
- Ćwiczenia pisania komunikatów, które są najbardziej potrzebne w palcówce;
- Praca w grupie - uczestnicy będą mieli okazję wymieniać się pomysłami, doradzić sobie nawzajem;
- Prezentacje - uczestnicy będą mieli możliwość prezentowania swoich prac przed grupą, co pozwoli im na uzyskanie feedbacku od innych uczestników i doskonalenie umiejętności prezentacyjnych.

CZAS TRWANIA:

4 godziny zegarowe.