



АКЦИЯ!

**- эффективный инструмент
общественного воздействия**

Акции – это мероприятие,



обязательным компонентом которых является какое-либо действие, проявление активности.


- ☞ Акция (лат. Action) – действие, направленное на достижение цели.
- ☞ Акция – это вовлечение (движение, действие), умение создать событие для достижения поставленной цели.
- ☞ Акция – это должно быть ярко!
- ☞ Акция – это большое комплексное мероприятие, продолжительность которого зависит от поставленных задач.

Общие черты акций



- ❧ В них вовлечены группы, а не отдельные граждане
- ❧ Определен целевой объект и с ним ведется работа
- ❧ Персональное, физическое участие граждан в акциях

Чтобы акция была эффективна, для этого необходимо:

1. Понимание, каким должен быть результат (четкая цель – четкий результат); 
2. Четкий сценарий (программа) с задачей для каждого участника и кульминационным событием в ходе акции. Каждое крупное мероприятие программы акции должно иметь отдельный сценарий;
3. Яркий формат (удачное название, лозунг, необычная атрибутика, яркое действие и пр.);
4. Привлечение партнеров на взаимовыгодной основе;
5. Реклама мероприятий, информационная поддержка СМИ;
6. Состязательность (конкурсы, турниры);
7. Использование современных средств общения (Интернет, мобильная связь и т.п.);
8. Поощрение участников акции и демонстрация ее итогов.

Шаг № 1. Определение информационного повода



- ☞ значимая (юбилейная) календарная дата: (в масштабах страны, региона, города и т.п.);
ведущая тема года;
- ☞ проблема, волнующая всех (экология, лесные пожары и др.);
- ☞ проблема, волнующая отдельные категории населения;
- ☞ Иногда информационный повод находится на поверхности – освещается во всех СМИ, тревожит умы населения, активно обсуждается.

Шаг № 2. Определение целевой аудитории

Чем конкретнее выбраны участники акции, тем нагляднее и эффективнее может быть полученный результат акции.

- ❧ Молодежь (студенчество, работающая молодежь, старшеклассники);
- ❧ Дети (дошкольники, школьники различного возраста, дети с девиантным поведением, дети с ограниченными возможностями);
- ❧ Молодые родители;
- ❧ Читатели, условно поделенные на группы по профессиональным признакам:
 - ❧ предприниматели,
 - ❧ педагоги и воспитатели,
 - ❧ муниципальные служащие и др.;

Почему акции являются эффективными?



Потому, что интересы целевой группы
меняются!

Шаг № 3. Ключевые моменты акции

- ☞ Определение ключевых моментов планируемой акции: что есть, что планируется, какие есть ресурсы, кто участники, на кого рассчитана акция, какие ожидаются результаты и т.п. Все эти моменты очень важны и должны быть конкретны.

Шаг № 4. Составление плана действий

- ☞ определение темы акции;
- ☞ определение цели и задач акции;
- ☞ название, девиз;
- ☞ определение даты (место, время) проведения;
- ☞ разработка положения о проведении акции;
- ☞ распределение и закрепление ответственных за акцию;
- ☞ составление списков организаторов, участников, гостей;
- ☞ рассылка пресс-релизов, привлечение СМИ;
- ☞ подготовка атрибутов акции;
- ☞ подготовка и тиражирование печатной продукции (плакаты, закладки, буклеты и пр.);
- ☞ определение сметы акции.

Критерии формулировки цели

∞ Цели или ясны, конкретны,
измеримы..., или их нет

Шаг № 5. Написание сценария (программы) акции

- ☞ Ранее уже говорилось, что акция – это большое и яркое комплексное мероприятие событийного характера. А чтобы оно было таковым, в сценарии должно быть ключевое событие: театрализованное действие, красочное шествие, концерт, игра-шоу и т.п.
- ☞ Сценарий (программа) акции по насыщенности мероприятиями зависит от ее цели. От цели зависит и продолжительность акции.

Примерные формы мероприятий программы акции:

- ❧ праздники, презентации, экскурсии, шествия;
- ❧ встречи с писателями, известными людьми;
- ❧ дискуссии, конкурсы, фотоконкурсы, викторины;
- ❧ опросы, анкетирования, тестирования;
- ❧ игры, кукольные и др. театрализованные спектакли;
- ❧ книжные выставки-просмотры, громкие чтения.

Рекламная продукция



- Для успешного проведения акции разрабатывается **рекламная продукция**, например:
- флаеры с девизом акции;
- открытки-приглашения с программой акции;
- листовки с высказываниями о чтении известных людей (если акция посвящена чтению)

Шаг № 6. Проведение акции



- ❧ В акции необходим один координатор (модератор, ведущий, организатор – тот, кто знает ответы на все вопросы и ведет всю акцию). Организатор должен знать все варианты проведения акции при непредвиденных обстоятельствах:
- ❧ А что делать, если будет плохая погода?
- ❧ А что делать, если участников будет меньше, чем планируется?
- ❧ А что делать, если не хватит средств, призов?
- ❧ А что делать, если не приедут СМИ?

Почему мы проводим акции?

- ❧ Чтобы продемонстрировать силу
- ❧ Удовлетворить наши требования
- ❧ Мотивировать людей
- ❧ Дать людям понять, что нам не безразлично
и мы здесь

Шаг № 7. Анализ акции



- ☞ ход мероприятия в целом;
 - ☞ наиболее удачные моменты и недостатки, а также трудности;
 - ☞ общую эффективность мероприятия;
 - ☞ отклики в СМИ на проведенную акцию;
 - ☞ отзывы участников акции.
- ☞ Умение создавать акции заключается в умении сочетать форму и содержание. В этом заключается основной алгоритм акции: СОДЕРЖАНИЕ – ЧТО?; ФОРМА – КАК?

Могут ли эти действия быть акциями



- ❧ Письмо редактору газеты
- ❧ Телефонный звонок депутату
- ❧ Оклеивание листовками
- ❧ Посещение плохого домовладельца
- ❧ Рассылка сообщений по электронной почте
- ❧ Лоббирование депутатов
- ❧ Митинг
- ❧ Сбор подписей под петицией
- ❧ Сидячая забастовка у здания администрации

Цикл акции



План => Действие => Оценка =>
План => Действие => Оценка
спустя некоторое время после
реакции и т.д.

Искусство создавать акцию



– это искусство создавать событие,
используя имеющиеся ресурсы,
опыт и внутреннее чутье,
четко осознавая ответственность
за тот результат,
который будет получен

Краевая акция «Сохраним лес живым!»

Цель - включение школьников и молодежи в природоохранную деятельность по сохранению лесов и предупреждению лесных пожаров, возникающих по вине человека

Участники - члены школьных лесничеств и других объединений эколого-биологической направленности образовательных учреждений, педагогические работники, специалисты лесной отрасли, природоохранных организаций и местное население территорий края

Этапы проведения акции

1 этап – подготовительный

- ✓ разработка организационных планов и сценариев
- ✓ эколого-просветительских мероприятий
- ✓ разработка и изготовление средств наглядной агитации
- ✓ поиск партнеров, привлечение СМИ

2 этап – агитационный

проведение эколого-просветительских мероприятий
и заключительного массового мероприятия с участием населения

3 этап – подведение итогов:

- ✓ на муниципальном уровне
- ✓ на краевом уровне

Практическая работа:



1. *Определение темы акции:*

« _____ »

2. *Описание проблемы*

3. *Определение целевых групп*

4. *Составление целей и задач акции*

5. *Название. Девиз команды*

6. *Выбор участка (место проведения), дата проведения*

7. *План мероприятий (программа акции)*



Спасибо за внимание!