

PODSUMOWANIE

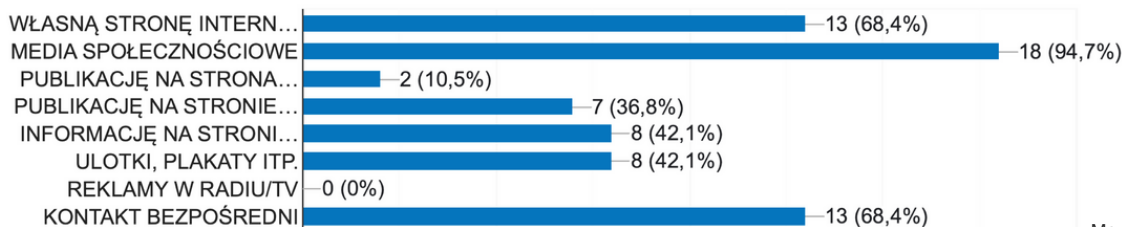
PoMOCna KAWA #3



WYMIANA INFORMACJI WZAJEMNA PROMOCJA

27 ORGANIZACJI WZIĘŁO UDZIAŁ W SPOTKANIU (Centrum Wielokulturowe / Koper Pomaga, Ukraiński Dom w Warszawie, Fundacja Alivia, Caritas Archidiecezji Poznańskiej, Migrant Info Point, Tratwa, Grupa VIBER, Fundacja Folkowisko, NGO Forum, WDPF dla Ukrainy, Stowarzyszenie Interwencji Prawnej, Stowarzyszenie MUDITA, LUW PKP LUBLIN, Pogotowie Społeczne z Poznania i inne).

Jak docieramy do uchodźców?



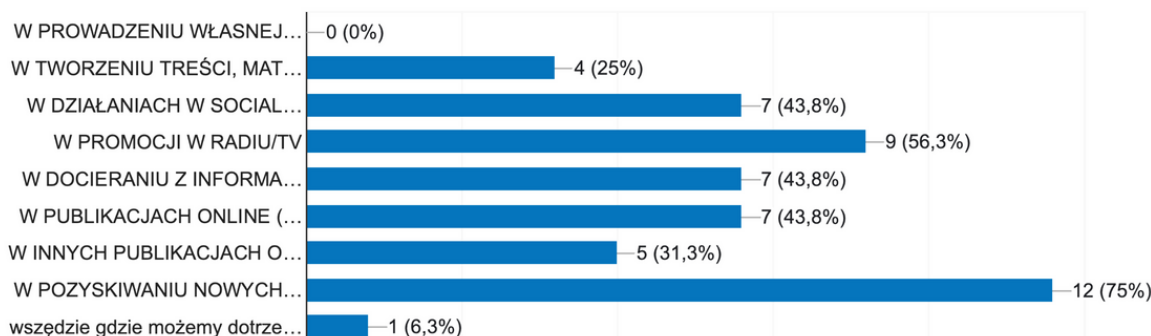
Mapuj Pomoc

badanie jakościowe z 27.09.2022 przeprowadzone na grupie 20 organizacji pozarządowych prowadzących działania informacyjne i promocyjne

Najpopularniejsze sposoby komunikacji

Organizacje informują o swojej działalności w pierwszej kolejności poprzez media społecznościowe oraz własną stronę internetową, kontakt bezpośredni z uchodźcami lub rozprowadzanie ulotek i plakatów.

Jakiego rodzaju pomoc jest potrzebna?



Mapuj Pomoc

badanie jakościowe z 27.09.2022 przeprowadzone na grupie 20 organizacji pozarządowych prowadzących działania informacyjne i promocyjne

PODSUMOWANIE

PoMOCna KAWA #3

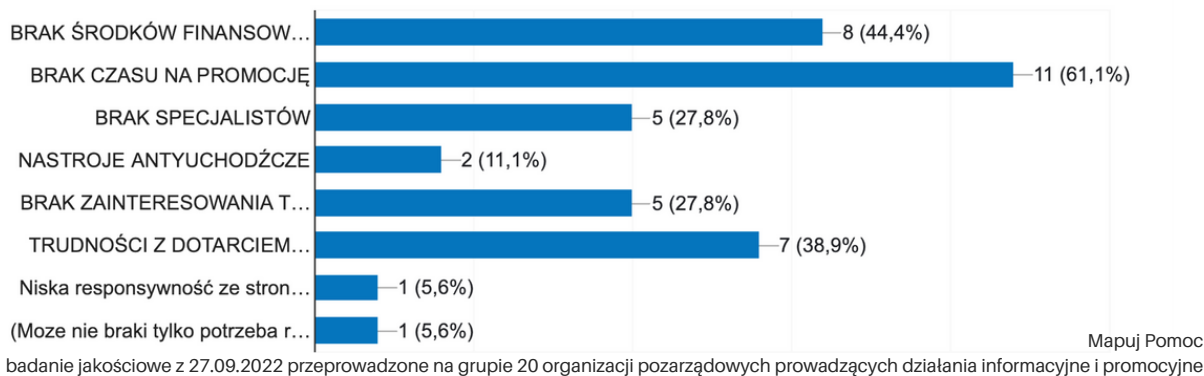


WYMIANA INFORMACJI WZAJEMNA PROMOCJA

Ważne działania w promocji i informacji

Wiele stowarzyszeń potrzebuje pomocy w pozyskiwaniu nowych partnerów mogących przekazywać szerzej informacje o ich działaniach. Chodzi o duże organizacje lub nawet firmy o dobrej rozpoznawalności. Gdyby stacje radiowe i telewizyjne, nawet te lokalne, umożliwiały fundacjom reklamę działań pomocowych, byłoby to również wielkim ułatwieniem.

Źródła problemów związanych z promocją



Największe wyzwania

Brak środków finansowych na pokrycie kosztów promocji to podstawowy problem, ale nie jedyny. Organizacje zmagają się również z brakiem czasu. Pierwszoplanowe jest przecież niesienie bezpośredniej pomocy uchodźcom, a nie prowadzenie kampanii reklamowych. Jedna z fundacji nie zdołała wysłać zgłoszenia do grantodawcy właśnie dlatego, że działa na przejściu granicznym i odpowiada na naglące potrzeby przybywających tam ludzi.

Potrzeby

Działacze mniejszych NGO chcieliby nauczyć się jak docierać do większych partnerów mogących sponsorować ich nowe projekty. Potrzebują też wsparcia ekspertów od działań w mediach społecznościowych, redagowania strony internetowej, projektowania plakatów i ulotek. Pomoc w zakresie prowadzenia wydarzeń edukacyjnych i kulturalnych, zachęcających do zainteresowania się problemami uchodźców, także się przyda.

PODSUMOWANIE

PoMOCna KAWA #3



WYMIANA INFORMACJI WZAJEMNA PROMOCJA

Praktyczne pomysły

1

Współpraca z blogerami ukraińskimi

Dwie z 27 organizacji poinformowały, że współpracują z blogerami ukraińskimi, którzy docierają do dużej liczby odbiorców. Nie mają nawiązanej stałej współpracy z żadnym z influencerów. Każdorazowo piszą do kilku z nich, zaś 1 do 2 odpowiada pozytywnie, promując konkretne wydarzenie.

2

Dotarcie do małych grup ukraińskich

W Polsce zdomowało się wielu obywateli Ukrainy, którzy przyjechali tu z wyboru wiele lat temu. Są oni najbardziej zaufanym źródłem informacji dla uchodźców. Żeby nawiązać z nimi kontakt można udać się np. do parafii prawosławnych lub grekokatolickich. To właśnie oni mogą poradzić wielu nowo przybyłym osobom, gdzie uzyskać pomoc

3

Kontakt z centrami ukraińskimi

Jednym z lepszych pomysłów jest również nawiązanie współpracy z centrami ukraińskimi, które działają zarówno w Polsce jak i na Ukrainie. Można rozprowadzać tam ulotki, plakaty oraz przekazywać informacje na ich stronie internetowej.

4

Portale i media ukraińskie

Na spotkaniu padło kilka nazw portali informacyjnych prowadzonych w języku ukraińskim i polskim. To z nich korzystają obywatele Ukrainy mieszkający w Polsce. Ukraiński Dom w Warszawie, którego przedstawicielka uczestniczyła w naszym spotkaniu, prowadzi również portal zatytułowany "Nasz Wybir". Oświadczyła, że chętnie zamieści na jego łamach ogłoszenia polskich organizacji.

5

Zaprzyjaźnione organizacje

Łatwiej jest działać w grupie niż samodzielnie. Lokalne fundacje udzielają sobie nawzajem pomocy. Zamieszczają na swoich stronach internetowych i w mediach społecznościowych informacje o swoich działaniach. Rozprowadzają wspólnie ulotki i plakaty. Jest kilka organizacji, które wspierają się w organizacji wydarzeń kulturalnych, które to mogą także przyczynić się do zwiększenia ich rozpoznawalności.