

CRJM – Centrul de Resurse Juridice din Moldova (old)

Trusa de vizibilitate și comunicare a unui ONG sau instrumentarul pe care organizațiile non-profit trebuie să-l aibă mereu la îndemână

Natalia Țeremet · Tuesday, March 26th, 2019

Organizațiile non-guvernamentale contribuie în mod diferit la dezvoltarea societății: fie prin susținerea persoanelor în etate, fie prin protejarea mediului înconjurător sau prin promovarea drepturilor omului etc. De multe ori, însă, societatea cunoaște prea puțin despre activitatea ONG-urilor: cine sunt ele, cu ce se ocupă sau pentru ce cauze militează și acest fapt este caracteristic, în special, organizațiilor mici și mijlocii, care activează la nivel local și regional.

Situația este similară și pentru sectorul necomercial din Republica Moldova. ONG-urile nu comunică suficient despre ceea ce fac, despre succesele și provocările pe care le înregistrează. De cele mai multe ori, ele preferă ca realizările lor să rămână în umbra reflectoarelor, iar eforturile și reușitele campaniilor desfășurate de ONG-uri ajung să fie cunoscute doar de către beneficiarii și direcții.

Investiția în comunicare nu trebuie trecută cu vederea. Vizibilitatea și procesele constante de comunicare cu publicul aduc cu sine multiple avantaje pentru orice ONG. Organizația devine cunoscută în regiune, ea interacționează mai bine cu publicul său, în timp ce oamenii află despre munca pe care o face organizația etc.

În scopul amplificării vizibilității ONG-urilor și îmbunătățirii proceselor de comunicare, CRJM a elaborat un îndrumar care se adresează organizațiilor non-profit din Moldova, în special celor locale și regionale, care nu au în echipă o persoană responsabilă de componenta de comunicare, însă doresc să sporească vizibilitatea organizației și să comunice mai eficient cu publicul său.

Ghidul descrie instrumentarul pe care ar trebui să-l conțină „trusa de vizibilitate și comunicare” a fiecărui ONG: logo, pagină web, raport anual, buletin informativ etc. și prezintă sfaturi practice despre cum pot organizațiile să-și amplifice vizibilitatea și să-și eficientizeze procesele externe de comunicare.

Totodată îndrumarul adună la un loc mai multe resurse ale gigantilor digitali precum Google, Facebook, YouTube care au fost concepute anume pentru a ajuta ONG-urile să-și transmită mesajele sociale unui public larg.

Ce-ar trebui să conțină trusa de vizibilitate și comunicare al unui ONG? Cu siguranță, fiecare organizație va decide pentru sine ce unelte sunt mai propice pentru atingerea propriilor obiective,

Îns? setul primar de ustensile ar putea începe cu elementele enumerate în acest ghid:

Descarc? ghidul aici: Trusa de vizibilitate ?i comunicare pentru ONG-uri.

?????? ?????: ????? ??? ?????????????? ?????????????? ? ?????????????? ???

Publica?ia a fost elaborat? în cadrul proiectului „Promovarea suprema?iei legii prin monitorizare de c?tre societatea civil?” implementat de Centrul de Resurse Juridice din Moldova, cu suportul financiar al Agen?iei SUA pentru Dezvoltare Interna?ional? (USAID).

This entry was posted on Tuesday, March 26th, 2019 at 10:35 am and is filed under [Nout??i](#).
You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. Both comments and pings are currently closed.