

NON-PROFIT  
ALL-INCLUSIVE 

# 3. Tēma

# JAUDĪGĀS ZIŅAS

# VEIDOŠANA

---



**MĪROMIDA**

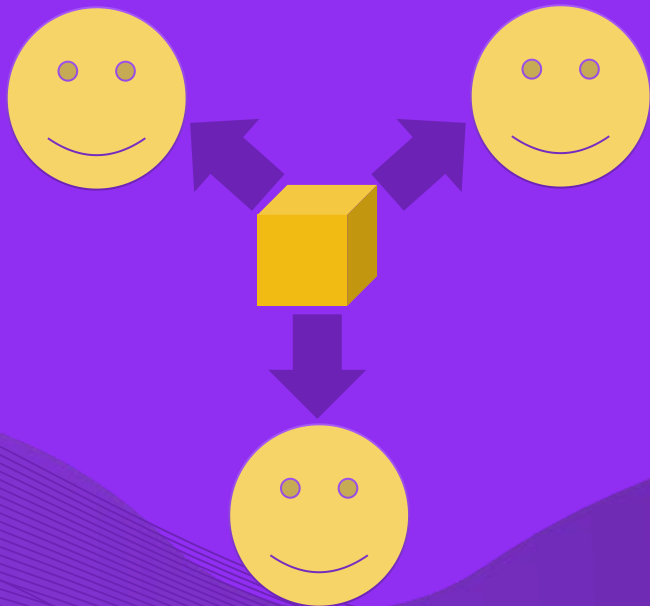


Co-funded by  
the European Union

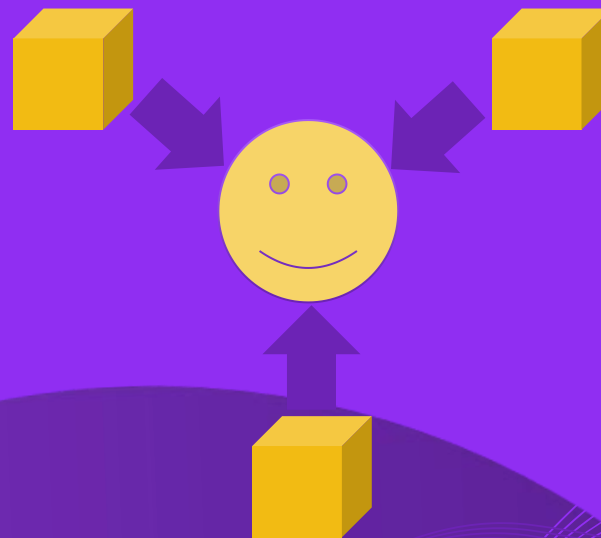
# Mārketings vs Komunikācija

---

Stratēģiskā komunikācija  
Fokuss uz organizāciju (kustību)



Mārketings  
Fokuss uz mērķa grupu

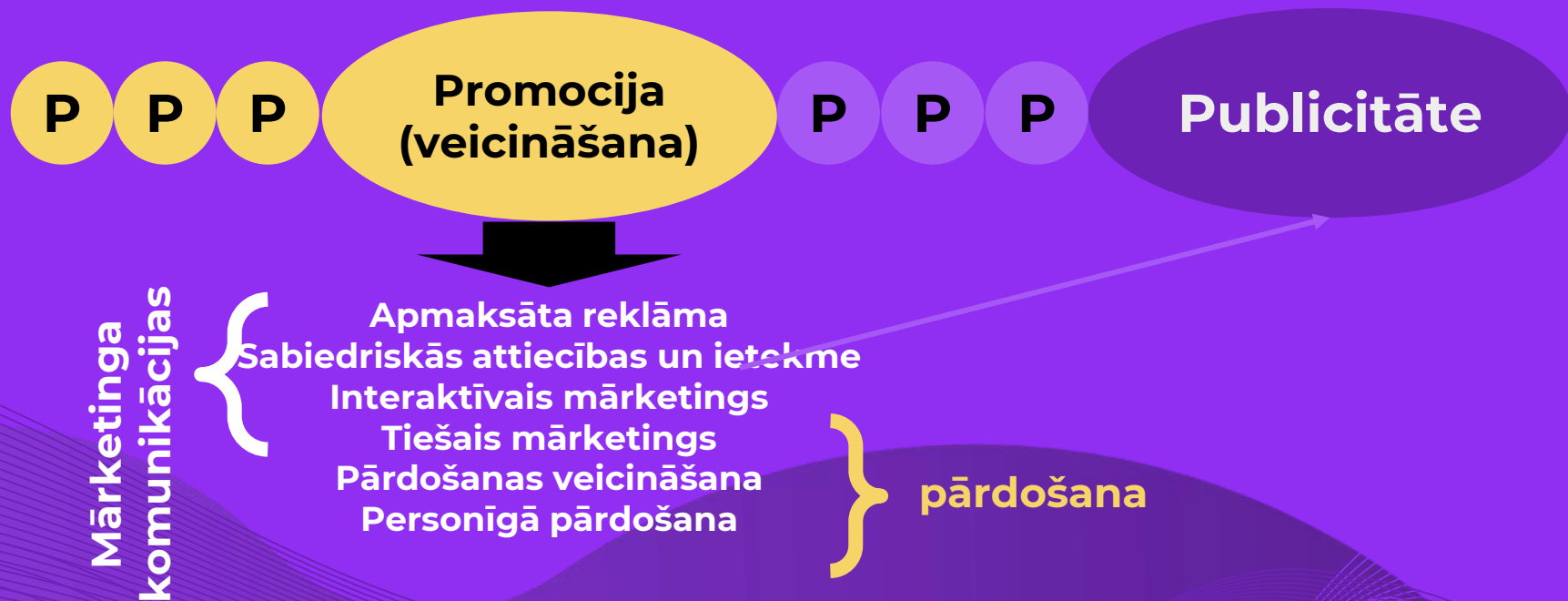


# Komunikācija ir nozīmes radīšana

---



# MĀRKETINGA KOMUNIKĀCIJAS



# Uzvedību ietekmējošie faktori

<b>Benefits</b>	<b>Ieguvumi</b>
<b>Costs</b>	<b>Izmaksas</b>
<b>Others</b>	<b>Citi, vide</b>
<b>Self-assurance</b>	<b>Pašpārliecinātība</b>

<b>Motivācija</b>	<b>Ir vērts darīt</b>
<b>Iespēja</b>	<b>Ir infrastruktūra un instrukcijas</b>
<b>Spēja</b>	<b>Es ticu, ka varu to izdarīt</b>

# Stratēģiskās pieejas

---

Veidojiet ziņojumus, pamatojoties uz šādām stratēģijām, lai ietekmētu mērķa grupu:

- Informējiet, kā esat mainījuši savu pieeju, lai piedāvātie ieguvumi labāk atbilstu mērķa auditorijas vajadzībām.
- Uzsvērt ieguvumus, kurus mērķa grupa iepriekš nezināja.
- Ietekmējiet viedokļus, izmantojot informatīvās kampaņas, piemēram, lai mazinātu aizspriedumus.
- Virziet pūles uz cilvēkiem vai grupām, kas ietekmē mērķa grupu ("Citi").
- Stipriniet mērķa grupas pārliecību, izmantojot iedrošinājumu, izglītību un atbalstu.

# VAJADZĪBAS

**Latentas (slēptās)**

**Acīmredzamas**

**Neformētās**

Radiet izpratni  
Parādiet ieguvumus

Pieprasījumā balstītās

**Formētās**

Piedāvājiēt konkrētus  
risinājumus

**Ilgspējīgās**

Padariet risinājumus  
efektīvākus

Mērķa grupas, pamatojoties uz  
vajadzībām



# Produkti (preces)

---

**Produkts (prece)** ir kaut kas konkrēts un taustāms, kas tiek piedāvāts, lai radītu vērtību.

Produkti (preces) parasti ir sekundāri un galvenokārt kalpo kā atbalsts bezpeļņas organizācijas (kustības) misijai un mērķiem.



# ZIŅAS VEIDOŠANA

## Produktam (precei)

1

### Saikne ar misiju

Produktam skaidri jāparāda, kā tas atbalsta organizācijas/kustības misiju, un jāveido emocionāls savienojums ar bezpeļņas mērķi

2

### Ziņas skaidrība

Komunicējiet, kā ieņēmumi no produkta veicina organizācijas (kustības) darbību, lai pircējs justos, ka veicina pārmaiņas

3

### Uzticības celšana

Caurspīdīgums ir būtisks. Parādiet, kā resursi tiek izmantoti, un stipriniet uzticamību, izmantojot stāstus, atsauksmes un konkrētus piemērus

4

### Ilgtermiņa iesaiste

Uzskatiet produktu par veidu, kā izveidot dziļākas attiecības ar mērķa grupu, kur pirkums var kļūt par vērtiem uz citiem veidiem, kā atbalstīt organizāciju vai kustību

## **Pakalpojumi bezpeļņas organizācijās (kustībās)**

---

- Ir nemateriāli un nenodalāmi no izpildītāja
- Atšķiras atkarībā no laika un izpildītāja
- Pazūd pēc izpildes
- Ietver saņēmēju un ir atkarīgi no viņa pūlēm

# PADARI PAKALPOJUMUS REDZAMUS

## bezpeļņas organizācijā (kustībā)

1

### Simboli

Izveidojiet taustāmus simbolus, kas attēlo pakalpojumu

2

### Izglītošana

Informējiet un izglītojiet mērķa auditorijas par to, kā izmantot pakalpojumus, lai maksimāli palielinātu to vērtību

3

### Pielāgošanās

Nepārtraukti pielāgojiet pakalpojumus, lai tie atbilstu pašreizējām mērķa grupu vajadzībām, un informējiet par izmaiņām

4

### Gaidas

Samaziniet pārlieku augstas cerības, izmantojot skaidrus un reālistiskus ziņojumus

# Padariet īsto uzvedību redzamu

---

Atbalstiet ziņojumu, kas izstrādāts atbilstoši zemāk redzamajai shēmai, izmantojot produktus (piemēram, informatīvus bukletus) vai pakalpojumus (piemēram, konsultācijas un darbnīcas):

- Veiciet uzvedību X (vai atturieties no Y), lai sasniegtu **šādus** ieguvumus
- Ievērojiet mūsu ieteikumus, lai **šādā veidā** samazinātu jebkādas personīgās izmaksas.
- Ja citi jūs attur, jūs varat ar to tikt galā **šādi**.
- Ir pieejams atbalsts arī no šiem dalībniekiem (**šeit ir piemērs**) – uzklausiet viņus.
- Ja jums ir šaubas par rezultāta sasniegšanu, **šeit ir padomi**, kā to atvieglot.

# ZIŅAS KARTE

---

## Pamatziņa

### Atslēgpunkti

#### Atbalsta punkti

---

---

---

#### Atbalsta punkti

---

---

---

#### Piemēri, fakti, ieteikumi

---

---

---

### Atslēgpunkti

#### Atbalsta punkti

---

---

---

# KANĀLI

## MAKSAS

Apmaksātas reklāmas  
Bezsaistes reklāma  
Drukātie materiāli un suvenīri

Apmaksāta sadarbība  
Mobilās lietotnes

Vietnes un saturs  
Vebināri un kursi  
Pašu pasākumi  
Grāmatas un rokasgrāmatas

## PAŠU

Sponsorēšana

Google Ads Grants  
Sertifikācija, SEO  
Citu konferences un  
publiski pasākumi

Pašu konti sociālajos  
medijos

## NOPELNĪTIE

Atspoguļojums presē  
Ieteikumi  
Reputācija

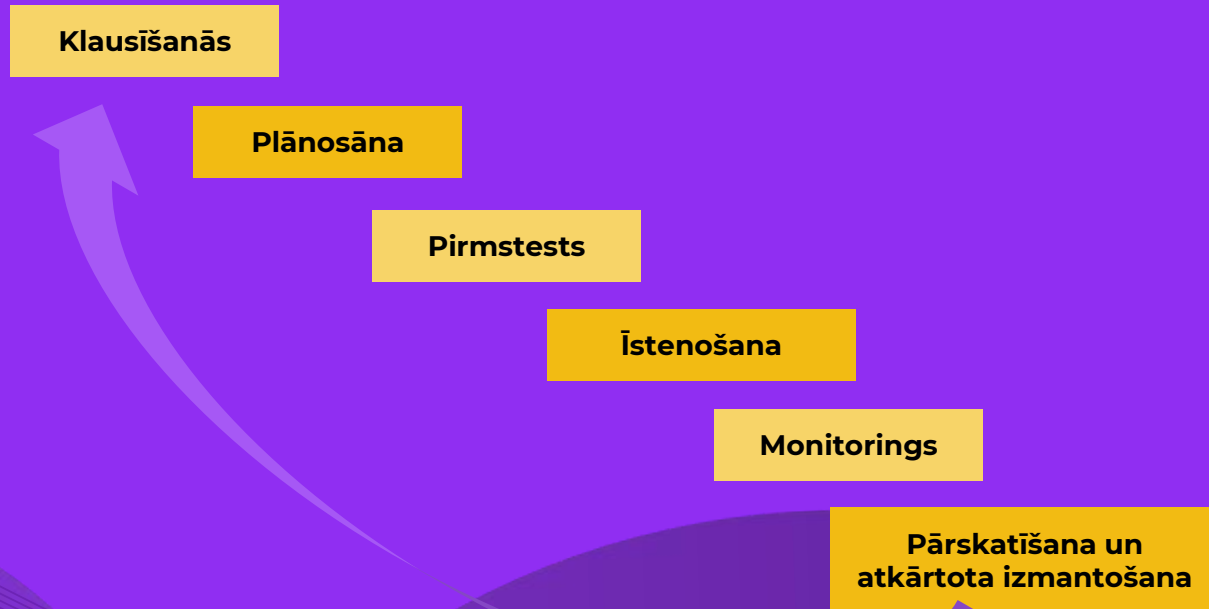
Influenceri  
Kopienas iesaistīšanās  
Bezpeļņas sadarbība ar citiem

Mijiedarbība ar dabiskajām ziņām  
Kopīgošana sociālajos medijos

## DALĪTIE

# KAMPAŅAS PLĀNOŠANA

---



NON-PROFIT  
ALL-INCLUSIVE 

# PALDIES!

[www.ideellmarknadsforing.se/en](http://www.ideellmarknadsforing.se/en)



[nopai@ideellmarknadsforing.se](mailto:nopai@ideellmarknadsforing.se)



+46(0)76-5620938



**MÍROMIDA**



Co-funded by  
the European Union