

Ambasadorzy w działaniach organizacji pozarządowej



Kim jest ambasador?





Ambasador to osoba, której wypowiedzi, zachowanie i działania wpływają na pozytywny wizerunek marki, akcji lub wydarzenia.



Ambasador poprzez swój autorytet i rozpoznawalność pomaga w zwiększaniu świadomości danej organizacji, kampanii społecznej lub wydarzenia.



Ambasadorem może być gwiazda, sportowiec, influencer, lokalny aktywista, a także np. lekarz czy osoba, która może podzielić się z odbiorcami swoją historią i doświadczeniem życia z chorobą.



Ambasador powinien być
darzony zaufaniem
i sympatią odbiorców
naszej kampanii.

O sukcesie pracy
z ambasadorem decydują
jego autentyczność i wiarygodność



**Czy moja organizacja
potrzebuje ambasadora?**



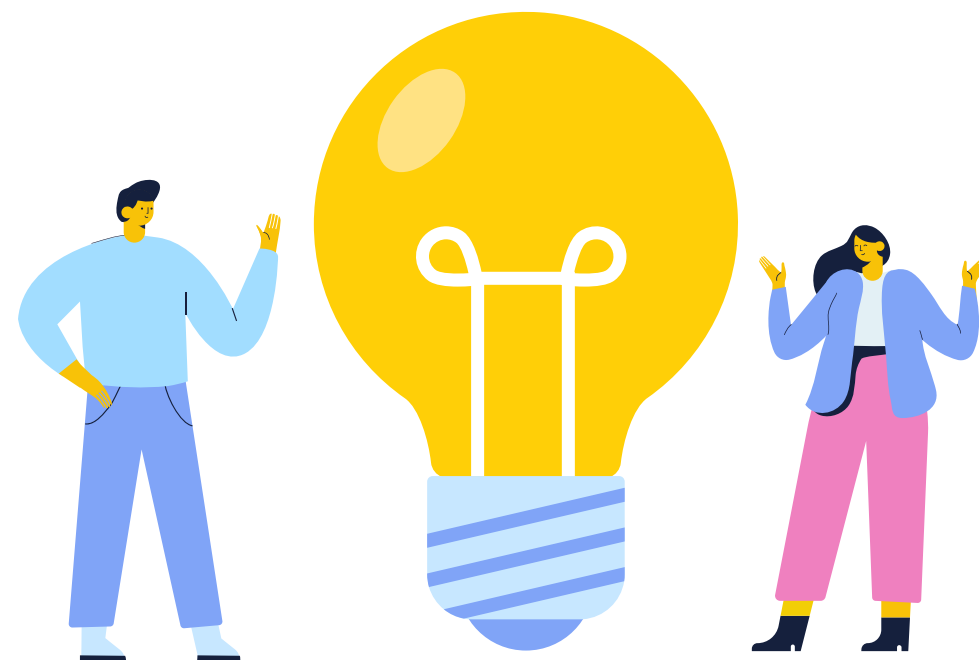


TAK – jeśli zależy Ci
na zdobyciu rozgłosu
i dotarciu z informacją do
jak największego grona
odbiorców



TAK – jeśli zależy Ci
na zachęceniu do działania.

**Twoja kampania musi
mieć jasno zdefiniowany cel.
Wówczas łatwiej podjąć decyzję
o zaangażowaniu ambasadora.**



Jak znaleźć ambasadora?



Zanim rozpoczniesz poszukiwania ambasadora, odpowiedz sobie na pytania:



1.

Kto jest odbiorcą mojej kampanii?
– np. młodzież czy osoby starsze.

Zanim rozpoczniesz poszukiwania
ambasadora, odpowiedz sobie na pytania:



2.

Kogo chcę zainteresować
poruszonym przeze mnie
tematem/problemem?

Zanim rozpoczniesz poszukiwania
ambasadora, odpowiedz sobie na pytania:



3.

Na czym mi zależy w mojej
kampanii – chcę edukować,
zachęcić do działania?

Zanim rozpoczniesz poszukiwania ambasadora, odpowiedz sobie na pytania:



4.

Gdzie odbiorcy mojej kampanii szukają informacji – w internecie, kanałach społecznościowych czy też czytają określone gazety, słuchają radia itd.?

Kolejnym krokiem będzie decyzja:



Czy chcę dotrzeć z informacją do bardzo szerokiego grona odbiorców? – wówczas zapewne poszukujesz celebryty, gwiazdy.

Kolejnym krokiem będzie decyzja:



Czy zależy nam, by o kampanii dowiedziało się konkretne grono / konkretna grupa? – wówczas zapewne poszukujemy lokalnego aktywisty lub influencera z zaangażowaną społecznością.

Gdy wiesz, jaki jest cel kampanii i do kogo mówisz, stwórz listę osób:



- które mogą być „naturalnymi ambasadorami” – przeżyły chorobę, pomagają najbliższym, przyjaciołom

Gdy wiesz, jaki jest cel kampanii i do kogo mówisz, stwórz listę osób:



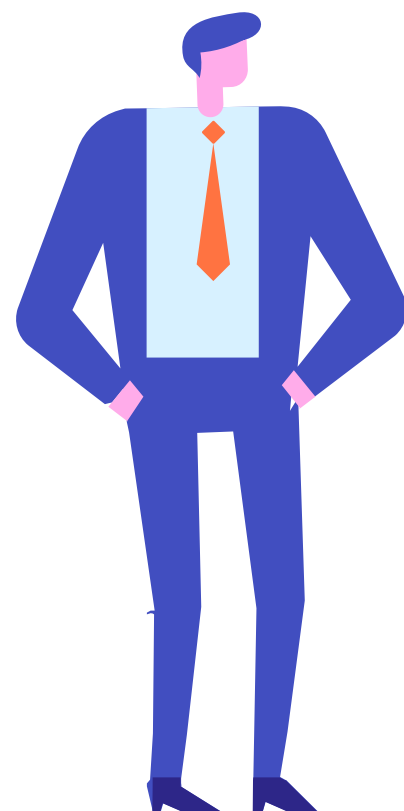
- które mogą być „naturalnymi ambasadorami” – przeżyły chorobę, pomagają najbliższym, przyjaciołom
- które wypowiedziały się na temat poruszany przez moją organizację



Ostatnim krokiem jest tzw. research – trzeba sprawdzić, czy dana osoba interesuje się tematem, co mówi na kluczowy dla kampanii temat.

**Twoja kampania może mieć
kilku ambasadorów.**

Wszystko zależy od tego, jaki jest jej cel.



Zakres wspólnych działań





Angażując ambasadora (niezależnie czy jest to celebryta, czy lokalny aktywista) dobrze jest ustalić zakres wspólnych działań i podpisać umowę.

Jak możemy zaangażować ambasadora?



Udział w reklamie – należy określić jakiej: telewizyjnej, prasowej, radiowej czy online

Jak możemy zaangażować ambasadora?



Udział w konferencji prasowej lub innych wydarzeniach promujących naszą kampanię

Jak możemy zaangażować ambasadora?



Udzielenie wywiadów –
ilu i jakim mediom

Jak możemy zaangażować ambasadora?



Opublikowanie informacji
o udziale w kampanii na kanałach
społecznościowych ambasadora



Podpisana umowa i ustalony zakres zaangażowania ambasadora minimalizują potencjalne sytuacje kryzysowe związane np. z małą dostępnością ambasadora lub jego niechęcią do obecności na konkretnym wydarzeniu lub udzieleniu wywiadu danemu medium.