

Karta pracy. Jak promować inicjatywę obywatelską?

Na karcie pracy „Checklista inicjatywy obywatelskiej” zapisałeś/zapisałaś pomysł na inicjatywę, którą chcesz zrealizować w swoim otoczeniu. W komunikowaniu się z adresatami ważne jest używanie odpowiednio dopasowanego języka czy środków przekazu. Metoda targetingu pozwala na przyjrzenie się interesującej nas grupie odbiorców i zwrócenie uwagi na cechy kluczowe. Wypełnij zamieszczoną poniżej tabelę, w której wskażesz cechy grupy odbiorców, dla której planujesz swoje działania.

Nazwa inicjatywy	
Grupa odbiorców	
Cechy odbiorców (np. wiek, płeć, wykształcenie, miejsce zamieszkania, możliwości wykorzystania internetu)	
Zainteresowania (w tym poziom wiedzy/zainteresowania inicjatywą)	
Słowa kluczowe , na które reagują odbiorcy	
Obrazy , które kojarzą się Tobie ze wskazaną grupą odbiorców	
Środki przekazu (np. plakat, ulotka, mailing)	

Po wypełnieniu tabeli cech odbiorców zapewne wiesz, w jaki sposób wskazane informacje mają kluczowy wpływ na komunikację z interesującą Cię grupą odbiorców. Wykorzystaj je w planowanej do realizacji inicjatywie. Zapoznaj się z pomysłami zamieszczonymi na stronie Towarzystwa Inicjatyw Twórczych [e](http://www.pomysly.e.org.pl) - www.pomysly.e.org.pl a następnie wybierz ten, który Twoim zdaniem warto wykorzystać w promocji Twojej inicjatywy.

Wybieram pomysł:.....
.....

Ponieważ:.....
.....