

КОМИСИЯ

Връзки с обществеността

РЪКОВОДСТВО

Част от комплекта ръководства за клубните офицери



Това е издание от 2009 на *Ръководството за Комисията за връзки с обществеността* (226С-EN-(709). Предназначено е за използване от клубните комисии през 2010-11, 2011-12 и 2012-13 г. Информацията в публикацията се базира на Стандартната конституция на Ротари клуб, Препоръчителния правилник на Ротари клуб, Конституцията и Правилника на Ротари Интернешънъл и Кодекса на ротарианските практики. Молим да направите справка в тези документи за точната практика на РИ. Промените в гореизброените документи, направени от Законодателния съвет или Борда на директорите на РИ, отменят практиките, както са формулирани в настоящото издание.

Издател **Списание “Ротари в България”**

E-mail: abn@rotary.bg

Превод от английски **Десислава Златкова, Петя Манова**

Редактор **Наско Начев**

Предпечат **Димитрина Вакрилова**

www.rotary.bg/библиотека

2011 г.

Съдържание

Въведение	1
1. Роля и отговорности на комисията	3
Популяризиране на клуба	3
Компоненти на връзките с обществеността	4
Членство и обществен имидж	5
Ключови послания на Ротари	6
2. Председател на Комисията за връзки с обществеността	8
Вашата комисия	9
Подкомисии	9
Определяне на цели	10
Бюджет	11
Комуникация	11
3. Източници	13
4. Приложения	
<i>Ръководство за планиране за ефективни Ротари клубове.</i>	16
Връзки с обществеността	
Въпроси за обсъждане на асамблеята на Дистрикта	17
Работни листове	
Обобщение	18
Цели	19
План за действие	20
Примерна ситуация	21

Въведение

Ръководството на Комисията за връзки с обществеността съдържа информация, която ще помогне на комисиите да определят своите цели и да разберат отговорностите си за повишаване ефективността на клуба. Тъй като отговорностите на Комисията варират в зависимост от местните закони, културните практики и процедурите на всеки клуб, се препоръчва да адаптирате предложенията в настоящата публикация към нуждите на клуба.

В ръководството културните различия в Ротари клубовете и общите съвети са дадени под линия и в курсив.

Публикацията съдържа три глави. Първата описва основните отговорности на комисията. Втората е посветена на специфичните отговорности на председателя на комисията. Третата съдържа ресурси, които могат да бъдат полезни за председателя и останалите членове на комисията. След третата глава са приложенията, в това число разделът за връзките с обществеността от *Ръководството за планиране за ефективни Ротари клубове*, списък с въпроси за обсъждане и работни листове, които ще бъдат използвани на асамблеята на дистрикта.

Използвайте ръководството, за да се подготвите за ролята си на председател на Комисията за връзки с обществеността. Носете го със себе си на асамблеята на дистрикта и прегледайте съдържанието му преди това. Обърнете особено внимание на въпросите в Приложение 2, което ще ви помогне да извлечете максимума и ще улесни дискусиите по време на срещата. След като сте завършили обучението, изданието ще послужи като полезен справочник при работата ви с клубните офицери и членовете.

Планът за ръководство на клуба препоръчва административната структура на Ротари клубовете да има следните пет постоянни комисии:

- Администрация на клуба
- Членство
- Връзки с обществеността
- Проекти за служба
- Фондация Ротари

Председателите на комисии трябва да копират Глава 1 и да раздадат копията на членовете на комисията, за да се запознаят с нейните отговорности.

Всяка комисия има ръководство, което съдържа общо описание на комисията и нейните отговорности, както и ресурси в подкрепа на работата ѝ. Копирайте съответните раздели от Ръководството на комисията за връзки с обществеността и ги раздайте на членовете на комисията. Можете да изтеглите изданието безплатно от www.rotary.org. То е част от *Комплекта за клубните офицери* (255-EN), но всяко ръководство може да бъде закупено отделно чрез каталога на РИ.

Подготвяйки се да помогнете в ръководството на клуба, не забравяйте, че той е член на Ротари Интернешънъл. Чрез това членство той е свързан с повече от 33 000 Ротари клуба в целия свят и му е даден достъп до услугите и ресурсите на организацията, включително до публикациите на девет езика, информацията на www.rotary.org, субсидиите от Фондация Ротари и помощта на персонала от световната централа на Ротари и седемте международни офиса.

Въпроси?

Ако имате въпроси или бележки по това ръководство или някой друг източник на РИ за обучение, моля, насочете ги към:

Leadership Education and Training Division
Rotary International
One Rotary Center
1560 Sherman Avenue
Evanston, IL 60201-3698 USA

e-mail: leadership.training@rotary.org

тел. 847-866-3000
факс 847-866-0974

Глава 1.

Роля и отговорности на комисията

Ролята на Комисията за връзки с обществеността е да информира обществото за Ротари и да популяризира обществеността и работата на клуба. Добрата програма за връзки с обществеността е гаранция, че хората от всички краища на света знаят, че Ротари е организация, на която може да се има доверие и работи, за да отговори на реалните нужди на хората. Положителният имидж на клуба мотивира неговите членове за работа и улеснява привличането на нови членове.

Комисията за връзки с обществеността има следните отговорности:

- да определи цели на клуба относно връзките с обществеността за настоящата година
- да популяризира Ротари и клуба в общността
- да работи с членовете за оптимизиране на усилията относно връзките с обществеността
- да определи елементите на връзките с обществеността, които ще помогнат на клуба да популяризира Ротари
- да познава основните послания на Ротари и да може да ги използва

След като се запознаете по-подробно с тези отговорности, помислете за целта на комисията, какъв ще бъде планът ви за действие и какви ресурси ще са ви необходими през годината.

Напомняме ви

Работата на Комисията за връзки с обществеността е насочена към Направлението за клубна служба.

Можете да създадете подкомисии, свързани с различните отговорности на комисията, особено ако клубът ви е голям.

Популяризиране на клуба

Напомняме ви

В случай че Ротари или вашият клуб стане обект на антиреклама в медиите, Комисията обсъжда план за действие за справяне с кризата. Отговорете с добре обмислена PR кампания, за да защитите доброто име на клуба или Ротари. Научете повече от „Работа с медиите в случай на криза“ (515-EN).

Основната отговорност на Комисията за връзки с обществеността е да повишава обществената осведоменост за проектите и дейността на клуба и по този начин да популяризира ценностите и усилията на организацията. Обществото научава за Ротари от медиите или чрез други хора, така че информирането на клубните членове и медиите е изключително важно за изграждането на добри връзки с обществеността.

Има много начини за популяризиране на клуба и Ротари, в това число:

- Спонсорство на специални събития: маратони, рециклиране или набиране на средства за проект или програма
- Изложби на различни места
- Реклама на клубни проекти във вестници и списания, билбордове, автобуси, в центрове за въздушен и ЖП транспорт

- Насърчаване на ротарианците да носят значките си
- Публикуване на информация за Ротари в онлайн форуми, обществени календари, уебстраници на други организации.

Преди началото на годината комисията трябва да обмисли и други идеи и да разработи план за реализирането им. За ефективното популяризиране на Ротари имате нужда от съдействието на други ротарианци, необходимо е да разбирате компонентите на връзките с обществеността, да знаете и да умеете да използвате ключовите послания на Ротари.

Компоненти на връзките с обществеността

Ефективната PR кампания изисква време, работа и добро планиране. Планът за действие, който Комисията за връзки с обществеността разработва преди началото на ротарианската година, трябва да дава яснота за целевата аудитория, стратегиите и ресурсите, проектите и дейностите, които ще се рекламират.

По света

Стикери с реклама на мирните програми на Ротари са залепени на задните стъкла на 1000 таксита в Япония.

Социалните реклами на Ротари "Хуманност в действие" са поставени на билбордовете край най-натоварените булеварди в градове в Нова Зеландия и ЖП и автогари в Аржентина. Рекламните площи са платени със субсидии за PR от РИ и с дарения.

Целева аудитория. Усилията за изграждане на положителен образ на Ротари в обществото трябва да са насочени към различни групи и да бъдат съобразени с:

- Хора, пряко засегнати от общественополезните проекти на Ротари
- Учещи и преподаватели
- Местни власти
- Други неправителствени и благотворителни организации
- Бизнес общество
- Граждански лидери
- Обществени организации
- Медии (вестници, радио, телевизия, Интернет)
- Специализирани издания (образование, здравеопазване и др.).

В зависимост от проектите и дейностите на клуба насочете усилията си към целевите групи, които имат решаващо значение за успеха на проектите.

Медии. Информацията може да бъде поднесена чрез:

- Телевизия
- Вестници
- Интернет, включително блогове и сайтове на социални мрежи
- Международни осведомителни агенции
- Публикации на организации и институции
- Онлайн публикации
- Търговски публикации
- Обществени кабелни станции
- Радиопредавания
- Бизнес бюлетини
- Билбордове

Конкуренцията за медийно време и място е огромна, затова клубът трябва да избере медиите, чрез които най-ефективно ще популяризира Ротари сред целевата аудитория.

Прессъобщения. Най-лесният и най-често използван начин за изпращане на информация до медиите е прессъобщението. То може да провокира вниманието на медиата към събитието и да служи като основа на по-обширен материал. Прессъобщението трябва да бъде обективно и кратко (не повече от една страница) и да отговаря на въпросите: кой, какво, къде, кога, защо и как.

Списък с факти. Предоставят основната информация за Ротари, неговата история, цели и акценти на проекти. Във вътрешен план се използват за обучение на новите и потенциалните членове; извън Ротари - осигуряват информация на медиите, привличат общественото внимание и информират обществото за дейностите на Ротари. Списъци с факти ще намерите на www.rotary.org

Напомняме ви

Примерни прессъобщения и писма до редакторите ще намерите на www.rotary.org.

Членство и обществен имидж

По света

Ротари клубовете Рочестър (САЩ) и Торонто (Канада) спонсорират съвместно поредица от прояви за набиране на средства, за да отбележат първото пътуване на кораба „Духът на Онтарио“. Проявите са рекламирани над 30 пъти в местен вестник, след което в РИ са получени множество молби от потенциални членове от двата града.

Общественият имидж и увеличаването на членския състав са неразривно свързани. Ефективната и последователна PR кампания ще насърчи потенциалните членове да приемат поканата ви за присъединяване към клуба. Комисията за връзките с обществеността трябва да има предвид този факт в усилията си да популяризира Ротари.

В една успешна кампания се използват всички възможни ресурси. Клубните членове могат да допринесат значително за информиране на обществото за Ротари и клуба. Работете с тях за изграждане на положителен имидж на Ротари.

Насърчаване изграждането на положителен имидж. Обмислете с Комисията по членството какво привлича новите членове в Ротари. След това изберете най-подходящите медии, за да достигнете до тях. Обсъдете как ще работите заедно, за да привлечете ефективно нови членове чрез PR.

За да допринесе за привличането на нови членове Комисията за връзки с обществеността трябва да:

- Рекламира работата на Ротари със и за младите хора
- Акцентира върху службата, контактите и възможностите за приятелство
- Отразява дейността на клуба в бизнес и търговски периодични издания
- Поддържа рубрика за неротарианци на уебсайта на клуба и да насърчава обществените организации да публикуват линкове към нея.

Ефективните връзки с обществеността не само помагат за привличане на нови членове, но и за задържане на настоящите. Комисията трябва да

- Търси възможности за ротарианците да говорят на обществени и училищни мероприятия
- Гарантира, че членовете знаят кога работата на клуба се отразяват в медиите.

По света

РК в Уганда привлича 9 нови членове за една година благодарение на PR субсидия от РИ. Със субсидията са финансирани радио- и телевизионни реклами, насочващи зрителите и слушателите към уебсайта на клуба. С подобен проект дистрикт в САЩ привлича 30 нови членове.

В Мангалоре, Индия, 20 млн. души виждат рекламата за унищожаването на полиомиелита, показвана на билбордове на пет от входните артерии на града в продължение на 6 месеца. Рекламата съдържа информация за контакти с клуба.

Тримесечната кампания за 50-годишнината на шведски Ротари клуб включва изложба в местната библиотека за историята на клуба и хуманитарната му дейност, реклами във вестниците, поставяне на плакати на Ротари в банки, туристически агенции и обществени сгради.

Клубни дейности и събития, които правят новини. Помислете какви дейности и прояви ще привлекат вниманието на общността. Работете с Комисията по администрацията, за да направите седмичните срещи по-привлекателни, и с Комисията за обществено-полезни проекти, за да обмислите проекти, които могат да предизвикат интереса на медиите и обществото. Например:

- Проекти, които отговарят на нуждите на общността или са свързани с по-широка тенденция, представляваща интерес за медиите
- Международни проекти, спонсорирани от клуба или негов член
- Проекти с участието на млади хора или известен член на общността
- Участие на известни личности в седмичната среща
- Презентации на участници в програмите на Ротари Интернешънъл и Фондация Ротари, които разказват за преживяванията си в различна културна среда
- Дейности на Ротаракт и Интеракт клубовете
- Годишнини на местни клубове и програми
- Истории със силен визуален компонент.

Сътрудничество с ротарианците. Членовете на клуба могат да допринесат за успешната работа на комисията, като разказват за работата и проектите на клуба и РИ. Затова клубните членове трябва да са добре информирани за целите, работата и програмите на Ротари. Насърчавайте ги да популяризират дейността и ценностите на Ротари чрез своите лични и професионални контакти.

Ключовите послания на Ротари

Един от най-добрите начини да популяризирате Ротари е да говорите за клуба и организацията. Можете да се обръщате към неротарианска публика при реализирането на проекти или по други поводи. За тази цел е полезно да подготвите поредица от кратки обяснения за Ротари и клуба.

Бъдете готови да отговорите на следните въпроси за не повече от минута:

- Какво е Ротари?
- Кой са ротарианците?
- Какво прави Ротари?

Ефективните отговори на тези въпроси трябва да са позитивни, точни и кратки. Те трябва да включват следните основни послания:

Ротари е една от най-големите и престижни международни хуманитарни организации.

- В света има 1.2 милиона ротарианци, обединени в 33 000 клуба в над 200 страни и географски региони
- От 1905 г. ротарианците служат доброволно на общностите в целия свят.

Ротари е глобална мрежа от бизнес, професионални и обществени лидери.

- Служейки доброволно, жените и мъжете на Ротари изграждат приятелства и разширяват своя кръг от бизнес и професионални познанства.
- Участието в международни проекти дава възможност членовете на Ротари да се свързват с хора от целия свят и да насърчават межкултурното разбирателство.

Ротари допринася за укрепването на мира и международното разбирателство чрез своите образователни и хуманитарни програми.

- Ротари спонсорира най-голямата частно финансирана международна стипендиантска програма. От 1947 г. досега организацията е отпуснала около 500 млн. щ.дол. за финансиране обучението на около 38 000 студенти от 100 страни. Тези културни посланици на Ротари използват придобитите знания и умения в полза на своите общности.
- Ротари клубовете целия свят насърчават мира, като всяка година инициират хиляди международни хуманитарни проекти, насочени към премахване на причините за социалната нестабилност и конфликтите: глада, бедността, болестите и неграмотността.

Висшата филантропска цел на Ротари е глобалното унищожаване на полиомиелита.

- От 1985 г. членовете на Ротари отделят от времето и средствата си, за да помогнат за имунизирването на над два милиарда деца в 122 страни.
- До момента организацията е вложила над 800 милиона щ.д. и безброй часове доброволен труд за борба срещу болестта.

Ротари и неговите партньори намалиха случаите на полиомиелит в света с 99%.

- През 2008 г. са докладвани 2000 случая на заразяване с полиомиелит, докато през 1988 г. - 350 000.
- Полиомиелитът остава ендемичен само в четири страни: Афганистан, Индия, Нигерия и Пакистан.

Повече ключови послания на Ротари ще намерите на www.rotary.org

Глава 2. Председател на Комисията за връзки с обществеността

Напомняме ви

Отговорете на дискуссионните въпроси от Приложение 2 и ги обсъдете с колегите си от другите клубове по време на асамблеята на дистрикта.

За да се подготвите за мандата си, научете какво очакват вас и вашата комисия Бордът и членовете на клуба, дистриктът и Ротари Интернешънъл. За да разберете по-добре ролята си, преди да встъпите в длъжност, помагайте на настоящия председател на Комисията за връзки с обществеността. Задавайте въпроси като:

- Каква е ролята на председателя на комисията?
- Как можете да помогнете на останалите членове на комисията да вършат работата си?
- Какви са дългосрочните и годишните планове на комисията?
- На какви дейности трябва да наблегне клубът, за да подобри обществения си имидж и да привлича достойни членове?
- Какво можете да направите, за да информирате обществеността за Ротари и вашия клуб?

Като председател на Комисията вие отговаряте за добрата ѝ работа. Преди да поемете поста, трябва да се подготвите за ролята си, като освен участието в тренировъчните сесии на дистрикт асамблеята:

- Прочетете Ръководството на комисията
- Прегледате Правилника на клуба, за да се запознаете с процедурите и правилата
- Заедно с елект президента изберете членовете на комисията
- Подгответе членовете на комисията за предстоящата година
- Назначете подкомисии, ако е необходимо
- Определете целите на комисията за постигане на целите на клуба относно връзките с обществеността
- Изгответе план за комуникация през годината
- Заедно с елект президента прегледате и определете дългосрочни и годишни цели на клуба.

Добрата подготовка гарантира продуктивна година. След като поемете поста на председател на комисията, имате следните отговорности:

- Да управлявате бюджета на комисията
- Да работите с другите клубни комисии и с Комитета на дистрикта за дейности или инициативи на повече клубове
- Да планирате и провеждате редовни сбирки и дейности на комисията
- Да следите развитието на целите на комисията и докладвате за работата ѝ на президента, борда на директорите и на целия клуб.

Консултирайте се с настоящия председател на комисията за отговорности, които може да са специфични за вашия клуб. Направете списък със задълженията, които ще ви помогне да бъдете организирани.

Вашата комисия

Работете с елект президента за избор на членове на комисията и проведете срещи за планиране на дейността преди началото на годината. Когато е възможно, членове на комисията трябва да се назначават за срок от три години, за да има приемственост. Членовете на комисията трябва да имат отлична артикулация и знания за Ротари Интернешънъл и клуба. При избор на членове на комисията имайте предвид ротарианците с:

- професионален опит в медиите или връзките с обществеността
- добри умения в говоренето, писането или фотографията
- опит в разработването на уебсайтове
- познаване сайтовете на социалните мрежи
- активна общественополезна дейност.

След съставянето на комисията ваша отговорност е да я подготвите за предстоящата година като:

- Информирате новите членове на комисията за текущите дейности и планове, свързани със Стратегическия план на клуба
- Сформирате двойки от нови и по-опитни членове на комисията
- Насърчавате контактите с колегите от други клубове (използвайте указателя на дистрикта)
- Споделете ресурсите за вашата комисия с членовете ѝ
- Предоставите на членовете списък с дейностите и срещите на дистрикта.

Напомняме ви

По силата на заемания пост президентът на клуба е член на всички клубни комисии.

Подкомисии

В зависимост от големината на клуба и целите на комисията, тя може да има долуизброените или други подкомисии:

- Връзки с медиите
- Реклама/маркетинг
- Специални събития

Преценете как най-добре да използвате уменията и интересите на своите членове, за да им възлагате подходящи задачи. Изисквайте от членовете на комисията да изпълняват поетите отговорности и изразявайте признанието си за добре свършената работа.

По света

Комисиите на клуба могат да бъдат структурирани в съответствие с големината му.

Определяне на цели

Като председател на комисията вие отговаряте за поставяне и постигане на нейните цели. Те трябва да се базират на годишните и дългосрочните цели на клуба. Мислете за стратегическия план на клуба и по какъв начин комисията ще помогне за реализирането му.

Ръководството за планиране за ефективни Ротари клубове е ръководство за определяне на целите, което помага на елект президента на клуба да работи с комисиите за оценяване текущото състояние на клуба и поставянето на годишни цели, които са в подкрепа на дългосрочните цели на клуба за годината. Всяка препоръчана комисия на клуб има свой раздел в *Ръководството за планиране*. Ще имате възможност да работите по *Ръководството за планиране* с елект президента и другите бъдещи лидери на клубове по време на асамблеята на дистрикта. *Ръководството за планиране за ефективни Ротари клубове* може да се използва през цялата година за преценяване напредъка по поставените цели. Трябва да се преглежда редовно и да се обновява при необходимост.

Напомняме ви

Има различни ръководства за планиране, сред които: План за ръководство на клуба, Ръководство за стратегическо планиране и Ръководството за планиране за ефективни Ротари клубове.

Ефективни цели. За да се гарантира, че поставените цели са ефективни и отразяват точно възможностите на комисията и интересите на клуба, целите на комисията трябва да бъдат:

- **Споделени.** Тези, които участват в определянето на цел и разработването на стратегии за постигането на тази цел, отговарят за осъществяването ѝ. Консултирайте се с лидерите и членовете на клуба и лидерите на дистрикта при определянето на цели.
- **Измерими.** Всяка цел трябва да бъде практически осъществима.
- **Предизвикателни.** Целта трябва да е достатъчно амбициозна и да надхвърля миналите постижения на клуба.
- **Постижими.** Ротарианците трябва да са в състояние да постигнат целта с наличните ресурси. Направете сравнение с предишни цели, постигнати от комисията и клуба.
- **Определени във времето.** Целта трябва да има определен краен срок или времеви период.

Работен план. Работете с клубните лидери и членовете на комисията за изготвяне на работен план, който да очертава стъпките, необходими за постигане на целта. За съставянето на работен план следвайте стъпките:

- Определяне на времева рамка за всяка стъпка.
- Определяне на отговорници за осъществяването на всяка стъпка.
- Установяване на критерии за преценка на напредъка и успеха на всяка стъпка.
- Разглеждане на ресурсите и инструментите на клуба, дистрикта и РИ за постигане на целта.
- Осигуряване на човешки, информационни и финансови ресурси преди предприемането на действия.
- Оценка на успеха на предишни цели и настоящия план, като се правят корекции, ако е необходимо.

Редовно оценявайте целите, за да сте сигурни в напредъка по постигането им. Ако е необходимо, коригирайте ги.

Мотивиране. Помнете, че ротарианците са доброволци и тяхната ангажираност до голяма степен зависи от мотивацията. Една от отговорностите на председателя на комисията е да се погрижи за мотивацията на нейните членове. Мотивиращи фактори са:

- Убеденост, че целта е в полза на обществото, клуба, дистрикта и Ротари
- Възможности за приятелство
- Възможности за контакти
- Убеденост, че целта е постижима и проектът или дейността ще бъдат успешни
- Задачи, които са предизвикателство за членовете или ще използват техния опит и знания
- Признание за работата и отделеното време за постигане на целите на комисията.

Като използвате тези мотивиращи фактори, ще насърчите всеотдайността на членовете към Ротари и продължителното участие в клубни дейности.

Бюджет

Преди 1 юли работете с комисията си и новоизбрания касиер на клуба за определяне на финансовите средства, от които вашата комисия ще се нуждае за постигане на целите си. Планирайте дейности за набиране на средства. Не пропускайте да включите финансовите нужди на вашата комисия в бюджета на клуба.

Проверявайте финансите, движението на средствата и докладите на комисията и редовно се осведомявайте за състоянието на бюджета на комисията. Редовните срещи с касиера на клуба ще ви позволят отрано да вземете мерки при възникване на проблеми.

Комуникация

Преди началото на годината съставете план за контакти с други лидери на клубове, който да очертава с кого, кога и как ще взаимодействате, включително със:

- **Членовете на комисията.** Комисиите трябва да се срещат често за преглед и определяне на наличните ресурси, обсъждане на текущи проекти и нови инициативи и разработване на стратегии за постигане на целите на комисията и клуба.
- **Вашия клуб.** Докладвайте на президента на клуба, борда и целия клуб за работата на комисията, включително плановете за действие и напредъка по целите.
- **Другите комисии.** Често някои от задачите на клубните комисии се припокриват. Ефективната комуникация спомага за координиране на проекти и инициативи, по които работят различните комисии. За постигане целите на клуба по отношение на връзките с обществеността комисията работи със следните клубни комисии:

- Комисията за общественополезни проекти (за да се информирате за предстоящи проекти, които биха представлявали интерес за медиите)
 - Комисията по членството (за планиране на усилията за привличане на потенциални членове и да подхранвате гордостта на членовете на клуба)
 - Комисията за Фондация Ротари (за да се информирате за предстоящи хуманитарни проекти, финансирани със субсидии от Фондацията, или за посещение на нейни стипендианти)
 - Комисията за клубната администрация (за да информирате предварително медиите за интересен гост-лектор на седмична сбирка или за публикация в клубния сайт)
- **Вашия дистрикт.** Ако комисията ви има нужда от насоки или информация, свържете се със съответното лице от дистрикта или с асистент дистрикт гувърнъора.

Глава 3. Източници

Съществуват много източници, които ще помогнат на комисията да изпълни ролята си. Ползвайте материалите на Ротари Интернешънъл, сайта на РИ, приятелите ротарианци и персонала на РИ, които могат да отговорят на вашите въпроси.

Напомняме ви

Можете да изтеглите публикации от www.rotary.org, или да ги поръчате чрез shop.rotary.org или международния офис на Ротари за вашия регион.

Информационни източници

„Ефективни връзки с обществеността – Ръководство за Ротари клубовете” (257-EN) – Практическо ръководство за популяризиране дейността на клуба и привличане на потенциални членове.

- *Указател на дистрикта* – информация за лидерите, организационната структура и членовете на Ротари клубовете в дистрикта
- *Хуманност в действие V (607-EN)* - комплект от четири диска със социални реклами за телевизията, радиото, печатните медии, Интернет, билбордове. Чудесно средство за популяризиране на Ротари и кампанията „Да сложим край на полиомиелита сега“.
- *Хуманност в действие IV (612-EN)* – Комплект социални реклами, подготвени за различни медии (радио-, телевизионни, печатни и външна реклама), насочени към развитието на членството. Заедно с други материали (плакати, пощенски картички, и притурки за вестниците) комплектът е средство за ефективно и професионално популяризиране на Ротари в общността.
- *Хуманност в действие III: "Най-доброто" (608-EN)* – Компиляция от социални реклами за телевизията, радиото, печатните медии, на открито и в Интернет, свързани с унищожаването на полиомиелита, грамотността, младите хора, глада, стипендиите на Ротари и мира.
- *Връзки с медиите в кризисни ситуации (515-EN)* – В помощ на клубовете и дистриктите да работят ефективно с медиите в случай на антиреклама.
- *Ръководство за планиране за ефективни Ротари клубове* – практическо ръководство за оценка и определяне на цели (вж. Приложение 1).
- *The Rotarian и регионалните списания* – Официалното списание на РИ публикува информация за проектите на клубовете и дистриктите, решенията на Борда на директорите на РИ. Освен него излизат 31 регионални списания на 25 езика.
- *Това е Ротари (001-EN)* – Цветна брошура с кратко описание на Ротари, предназначена за потенциалните членове и широката общественост.
- *Ръководство за визуалната идентичност на РИ (547-EN)* – ръководство с насоки за публикациите на всички нива на Ротари и правилното използване знаците на Ротари.
- *Какво е Ротари (419-EN)* – дигитална, джобен формат с отговори на често задавани въпроси за организацията и предмета на Ротари.

- *Комплект с материали за ПолиоПлюс* – съдържа предложения за отразяване на кампанията в местните вестници, списания, специализирани издания.
- *PR съвети от Ротари* – електронен бюлетин с идеи за популяризиране на Ротари в общността. Излиза два пъти месечно. Абонирайте се, като изпратите имейл на: pr@rotary.org.
- *Факти за Ротари* – данни, които ще ви помогнат да подготвите прессъобщения, промоционални материали и да разкажете за добрата работа на Ротари
- *Ефективни Връзки с обществеността* (в рубриката Member/Running a club) – съдържа примерни съобщения за пресата, съвети за работа с медиите и социални реклами.

Уебсайтът на РИ предлага актуална информация по всички аспекти на Ротари. Сваляйте безплатни публикации, пазарувайте онлайн или се информирайте за времето и мястото на срещите на Ротари клубовете.

Човешки ресурси

Информация за контакти ще намерите в Официалния указател на Ротари, на www.rotary.org или от вашия дистрикт гуверньор.

- Асистент дистрикт гуверньор – ротарианец, назначен да работи с гуверньора за администрацията на определени клубове. Асистент-гуверньорът ще посещава клуба веднъж на тримесечие (или по-често), ще отговаря на въпросите ви или ще ви дава съвети.
- Дистрикт гуверньор – офицер на РИ, отговорен за информирането на клубовете за стратегиите за повишаване ефективността им.
- Комитет на дистрикта за връзките с обществеността – ротарианци, назначени да подкрепят усилията на клубовете за изграждане на ефективни връзки с обществеността.
- Други председатели на клубни комисии в дистрикта – лидерите на клубове, които могат да подкрепят инициативи и проекти на клуба.
- Бивши лидери и председатели на клубни комисии – компетентни ротарианци, които могат да ви помогнат при планирането на предстоящата година и могат да бъдат назначени да ръководят определени дейности на комисията.
- Членовете на Ресурсната група за обществения имидж на Ротари – ротарианци, назначени от президента на РИ за да предоставят информация и съдействат на клубовете и дистриктите да популяризират проектите си, да споделят успехите си и да обясняват какво е Ротари чрез медиите.
- Представители на РИ за подкрепа на клубовете и дистриктите – членовете на екипите на РИ в Световната централа и международните офиси ще отговарят на въпроси, свързани с администрацията, или ще ви насочват към компетентни лица в РИ или Фондация Ротари.
- Отделът на РИ за връзки с обществеността – персоналът на отдела помага на клубовете, дистриктите и РИ да осъществяват ефективни връзки с обществеността.

Финансови източници

- Набиране на средства
- Финансиране от индивидуални дарители или местни фирми
- Субсидии от други фондации
- Субсидии от РИ за връзки с обществеността (отпускат се на дистриктите и се одобряват на годишна база от Борда на директорите на РИ)
- Субсидии от Фондация Ротари за хуманитарни проекти на клубовете и дистриктите.

Приложение 1: Ръководство за планиране за ефективни Ротари клубове. Връзки с обществеността

Ръководството за планиране за ефективни Ротари клубове е средство, което помага на клуба да оцени текущото си състояние и да определи целите си за следващата година. Основава се на Плана за ръководство на клуба. Стратегиите, изброени във всеки раздел, са популярни методи, с които клубовете могат да следват целите си. Клубовете се насърчават да разработват други стратегии за постигане на целите си, ако е целесъобразно. Елект президентите трябва да попълнят този формуляр заедно с клуба и да изпратят копие на асистент-гуверньора до 1 юли.

Изтеглете версия на Microsoft Word от www.rotary.org.

Връзки с обществеността

Актуално състояние

Избройте дейностите на клуба, отразени в медиите, и вида на съответните медии (радио, вестник, телевизия, Интернет и т.н.)

Бъдещо състояние

За предстоящата ротарианска година клубът ни си постави следните цели относно връзките с обществеността:

Как клубът планира да постигне своите цели относно връзките с обществеността? (отбележете всичко необходимо)

- Обучава Комисията за връзки с обществеността как да провежда кампания в медиите
- Планира връзките с обществеността за всички общественополезни проекти
- Провежда програма за осведомяване на обществото за същността и работата на Ротари, насочена към деловите и професионалните кръгове
- Осигурява излъчването на социални реклами в местен телевизионен канал/радиостанция или публикуването им в местен вестник или списание
- Друго (моля, опишете):

Действия:

Приложение 2: Въпроси за обсъждане на Дистрикт асамблеята

Прегледайте ръководството преди асамблеята на дистрикта, за да се подготвите за обучението, което включва дискуссионни сесии по изброените по-долу въпроси. Когато обмисляте тези въпроси, направете справка в предходните раздели на ръководството и разговаряйте с настоящите и бъдещите клубни лидери, за да сравните идеите си.

Какви са отговорностите на Комисията за връзки с обществеността и на нейния председател?

Как можете да рекламирате Ротари пред потенциалните членове и с кого в общността можете да работите, за да популяризирате клуба?

Как Комисията за връзки с обществеността може да поощрява изграждането на положителен обществен имидж?

Как можете да помогнете на членовете на комисията да вършат работата си?

Какви са дългосрочните и годишните цели на вашата комисия?

Работен лист 1. Обобщение

Бележки

Роля и отговорности

Научих

Контакти

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Аз ще

Работен лист 2: Цели

Използвайте този работен лист, за да очертаете една дългосрочна цел и годишните цели за три години напред за постигането на дългосрочната цел. Убедете се, че вашите цели са:

- **Споделени.** Тези, които участват в определянето на цел и разработването на стратегии за постигането ѝ, отговарят и за нейното осъществяване.
- **Измерими.** Всяка цел трябва да бъде практически осъществима.
- **Предизвикателни.** Целта трябва да е достатъчно амбициозна и да надхвърля миналите постижения на клуба.
- **Постижими.** Ротарианците трябва да са в състояние да постигнат целта с наличните ресурси.
- **Определени във времето.** Целта трябва да има определен краен срок или времеви период.

Ще продължите да работите по тези предварителни цели с екипите от клуба, като използвате *Ръководството за планиране за ефективни Ротари клубове* в сесия 4.

▪ Дългосрочна цел (цел на вашия клуб за три години напред)
▪ Първа година - цел
▪ Втора година - цел
▪ Трета година - цел

Работен лист 3: План за действие

Запишете една от годишните цели в таблицата. След това определете стъпките, които ще предприемете за реализирането ѝ, като определяте отговорник за всяка стъпка, времеви график, признаците за напредък и необходимите ресурси

Годишна цел:

Стъпка	Отговорник	Продължителност	Как ще се измерва напредъкът?	Какви са наличните ресурси?
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

Необходими ресурси:

Работен лист 4: Примерна ситуация

Прочетете информацията и съставете поетапен план за връзки с обществеността на Ротари клуб Роял Гардънс. Използвайте въпросите и таблицата на следващите страници.

Ротари клуб Роял Гардънс работи в проспериращ град с 35 000 жители. Неговите 40 членове са отражение на професионалния живот на общността.

Клубът осъществява редица проекти в подкрепа на местната общност. Най-успешният и най-старият проект на клуба е да подпомага увеличаващото се възрастно население в общността с храна, техническо обслужване по домовете, посещения в болницата.

Клубът си партнира с местните училища за избор на кандидат за Посланическа стипендия от Фондация Ротари. Стипендиантът изучава последиците от глобалното затопляне върху нивото на океаните и редовно информира клуба за обучението си.

Гости на седмичните сбирки на клуба обикновено са видни местни лектори, които говорят по различните проблеми на общността. Посещаемостта е добра, а членовете – ентузиазирани.

Според неофициално проучване на клуба малко хора в общността са запознати с работата на му. Част от анкетираните казват, че Ротари е социален клуб за възрастни мъже. Някои от ротарианците се оплакват от трудности при привличане на нови членове и недооценяване на общественополезната дейност на клуба от общността. Медиите не са отразявали работата на клуба през последните пет години.

В града има две радиостанции: музикална и новинарска с предавания на живо. Имат ежедневник с тираж 15 000 бр. и седмичник с тираж 9000. И двата могат да отпечатват притурки във всеки брой. Роял Гардънс разполага и с местна кабелна телевизия, която редовно излъчва социални реклами. В новия кинотеатър също се излъчват реклами преди началото на филма.

1. Как клубът може да предостави основна информация за Ротари и за своята работа на медиите и общността?

2. Кои аспекти от текущата дейност на клуба ще бъдат от интерес за медиите и общността?

3. Как клубните програми могат да привлекат вниманието на местните медии?

4. Какви стъпки трябва да предприеме клубът, за да информира медиите и обществото за своята дейност?

Примерна ситуация. План за действие

Стъпка	Отговорник	Продължителност	Как ще се измерва напредъкът?	Какви са наличните ресурси?
1.				
2.				
3.				
4.				
5.				

Какво от наученото можете да приложите в своя клуб?