

РОТАРИ ДИСТРИКТ 2482 БЪЛГАРИЯ

ПРАКТИЧЕСКО РЪКОВОДСТВО „ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА”

БОРЯНА ХИНОВА

ПРЕДСЕДАТЕЛ 2012/2013 г. и 2013/2014 г. НА
„КОМИТЕТ ЗА КООРДИНАЦИЯ НА СПОНСОРСТВОТО” И
„КОМИТЕТ ЗА ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА”
ДИСТРИКТ 2482 БЪЛГАРИЯ

Версия 01.01.02.2013

СЪДЪРЖАНИЕ

1. Цели.....	3
2. Какво популяризираме.....	3
3. Целеви групи.....	4
4. Начини за популяризиране на работата на клуба и на Ротари пред целевата аудитория.....	4
5. Конкретни действия и правила.....	4
5.1. Информация за медиите.....	4
5.2. Социални мрежи.....	5
5.3. Създаване на кръг от журналисти и медии.....	5
5.3.1. Създаване на кръг от журналисти.....	5
5.3.2. Приобщаване на журналисти към Ротари идеята.....	5
5.4. Правила за публикации.....	5
5.4.1. Терминология.....	5
5.4.2. Знаци.....	6
5.4.3. Ключови послания на Ротари.....	6
5.4.4. Избягване на конфликти.....	7
5.5. Финансиране.....	7
6. Отчетност.....	7
7. Управление на кризи.....	7
8. Лица, отговорящи за връзки с обществеността.....	7
9. Ползи.....	8
10. Добри практики	8
10.1. Примери за добри практики по света.....	8
10.2. Добри примери за прес съобщения в България.....	9
11. Примерни проекти, които можете да разработите и реализирате.....	11
11.1. Лепенки или брошури.....	11
11.2. Чаши за кафе.....	12
11.3. Светлинна реклама „End Polio”	12
11.4. Табели на входовете на градовете.....	13
11.5. e-Card.....	14
11.6. Реклама върху превозни средства.....	15
11.7. Тема на месеца.....	15
11.8. Билбордове и рекламни табели.....	15
11.9. Създаване на постоянна рубрика.....	16
11.10. Популяризиране на проекта ПОЛИО ПЛЮС.....	16
12. Ресурси с информация и материали.....	16

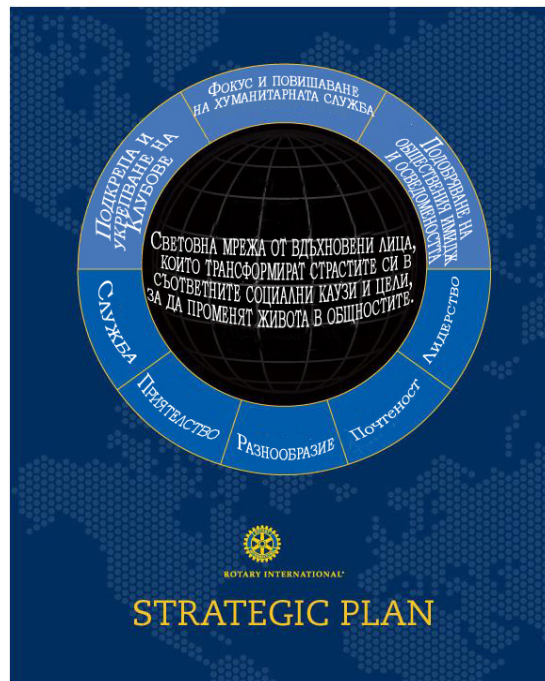
ПРАКТИЧЕСКО РЪКОВОДСТВО „ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА“

ПРЕДНАЗНАЧЕНО ЗА КОМИСИЯТА ЗА „ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА“ НА КЛУБА И
КОМИТЕТА ЗА „ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА“ НА ДИСТРИКТА

Настоящото практическо ръководство е създадено с цел да улесни и даде практически съвети и насоки на ротарианците, които отговарят за комисиите за връзки с обществеността в клубовете и комитета за връзки с обществеността към дистрикта.

Една от поставените цели в новия Стратегически план на РИ е Подобряване обществения имидж на организацията и осведомеността за организацията.

Добрата програма за връзки с обществеността - гаранция, че по света Ротари е позната организация, на която може да се има доверие, работеща за да отговори на реалните нужди на хората.



1. Цели:

- Издигане имиджа на Ротари в обществото.
- Ротари да стане разпознаваема организация.
- Развиване на връзките с обществеността с цел популяризиране на Ротари и ротарианските проекти.
- Издигане имиджа на Ротари като организация и популяризиране на работата на нашите клубове.

2. Какво популяризираме:

- Ротари – същност и история
- Проектите на Ротари клубовете

- Основни цели на РИ
- Проектите на Фондация Ротари
- Проектите на дистрикта

3. Целеви групи:

- Общностите, в които живеем
- Хора, пряко засегнати от общественополезните проекти на Ротари
- Новите поколения
- Държавни и местни власти
- Други неправителствени и благотворителни организации
- Бизнес обществата
- Граждански лидери

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

4. Начини за популяризиране на работата на клуба и на Ротари пред целевата аудитория:

- медии
- онлайн форуми
- социални мрежи
- уебстраници
- билбордове, трансперанти
- брошури, стикери, плакати, значки и всякакви други рекламни материали
- пресконференции, срещи, чествания и други събития.

Медиите биха могли да бъдат: национални и регионални.

В това число:

- вестници и списания
- телевизии
- радиа
- електронни медии

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

Не бива да подценяваме електронните медии. Те са широкодостъпни и масово разпространени сред хората на средна възраст и младите.

5. Конкретни действия и правила.

5.1. Информация за медиите.

Подаване на „интересна“ информация за реализирани проекти и мероприятия на така създадения кръг. За да имаме успех, трябва да помним няколко важни стъпки:

- Подаване на актуална информация за събития, мероприятия и проекти.
- Какво ще се публикува?
- Къде ще се публикува?

• Оформяне на „интересна“ информация, която да предизвиква любопитство, удивление и да не се отклонява от истината.

Защо използвам думата „интересна“? Какво продава най-тиражираната преса? Ключката, интригата, жълтата новина, криминалната хроника... Ние не предлагаме нищо от това. Но, за да предизвикаме интереса на медиите, трябва да им предоставим информацията по такъв начин, че тя да бъде интересна за читателите.

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 (най-много една страница) и да отговаря на въпросите: кой, какво, къде, кога, защо и как. Да бъде написано на добър и разбираем език. Да е „леко“ четимо и разбираемо.

Подавайте информация до Комитета за връзки с обществеността за всичко случващо се в клуба – събития, мероприятия, проекти. Ако е много интересна ние ще се постараете да се отрази в национална медия. Ако е само от регионален интерес ще обсъдим с вас дали да я отразите в местна медия и по какъв начин.

5.2. Социални мрежи.

Като започнем представянето на нашето пето авеню на работа – Новите поколения – трябва да потърсим нови начини да ангажираме младите хора с Ротари. Facebook, Twitter, и LinkedIn са само някои от начините, които ни дават възможност да разпространим посланието си бързо, ефективно и безплатно. Социалните мрежи са идеално място за представяне на информация. За целта създайте профили на своите клубове в социалните мрежи. Назначете отговорник, който постоянно да следи създадените профили. Тук можете да ангажирате ротаракторите. Качвайте ежедневно информация, създавайте дискусии, не допускайте недобронамерени коментари.

Тук до голяма степен отново важат правилата за „интересната“ новина.

5.3. Създаване на кръг от журналисти и медии.

Подробно описано в документите на Ротари е създаването на база данни от журналисти. Бази данни от журналисти следва да бъдат създадени на ниво клуб и на ниво дистрикт. Контакти с журналисти практически бихте могли да направите навсякъде.

5.3.1. Създаване на кръг от журналисти.

Съхранявайте информацията за контакти с журналисти. Поддържайте контактите си активни. Канете журналисти на вашите сбирки, проекти и събития. Ухажвайте ги. Всяка година предавайте базата данни от журналисти на следващите приятели поели поста от вас. Не оставайте контактите ви да прекъснат.

Моля всички, които имат контакти с медии и журналисти да ги изпратят до Комитета за връзки с обществеността към Дистрикта, разбира се, след като разговарят с тях, че са съгласни. Разпитвайте своите познати за такива контакти. Изпращайте информация за нови контакти до Комитета към Дистрикта.

5.3.2. Приобщаване на журналисти към Ротари идеята.

Организирайте срещи с тях в подходящ формат. Запознайте ги с Ротари - какво е Ротари?, какви цели има?, какви са реализираните и бъдещите проекти в България и по света, особено ролята на Ротари за премахването на детския паралич в цял свят и т.н. Можете да използвате ключовите послания на Ротари.

5.4. Правила за публикации.

Има специални изисквания към знаците и терминологията. Тук са изброени само част от тях.

5.4.1. Терминология.

Изискванията към терминологията са следните:

Правилно изписване на термините в Ротари:

Ротари

Ротари Интернешънъл

Член на Ротари клуб

Ротарианец

Ротарактор

Интерактор

Останалите изисквания и правила на ползване можете да намерите на сайта на Дистрикта, сайта на РИ и в Кодекса на ротарианските практики.

5.4.2. Знаци.

Изискванията и правилата на ползване към знаците можете да намерите в Кодекса на ротарианските практики.

Когато комбинирате знак на Ротари с други знаци, знака на Ротари не трябва да бъде по-малък от другия знак.

5.4.3. Ключови послания на Ротари.

Какво е Ротари?

Кои са ротарианците?

Какво прави Ротари?

Ротари е една от най-големите и престижни международни хуманитарни организации, асоцииран член на ООН.

В света има 1.2 милиона ротарианци, обединени в 33 000 клуба в около 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 посланици на Ротари използват придобитите знания и умения в полза на своите общности.

Ротари клубовете в 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.

Приоритетен проект на Ротари в последните 25 години е глобалното унищожаване на полиомиелита (детския паралич).

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 1 милиард и 600 милиона щ.д. и безброй часове доброволен труд в борбата срещу болестта. Само през миналата година Фондация Бил и Мелинда Гейтс дариха 550 милиона щ.д., а ние, ротарианците, дарихме 202 милиона щ.д. в подкрепа на този проект.

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. са били 350 000.

Полиомиелитът остава ендемичен само в три страни: Афганистан, Пакистан и Нигерия.

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

5.4.4. Избягване на конфликти.

Офицерите на РИ, Ротари клубовете и ротарианците следва да спазват установените от РИ практики и да избягват обществени прояви, изказвания, кореспонденция или публикации на становища, които може да предизвикат недоразумение, да създадат злонамереност или да се отразят по негативен начин върху Ротари.

5.5. Финансиране.

За всеки проект - помислете за начина на представяне пред целевата аудитория. Възможни варианти изброихме до тук.

По препоръка на РИ, при планирането на всеки проект залагайте в бюджета част за популяризирането му. Нискобюджетни варианти, които могат да бъдат прилагани, биха могли да бъдат: плакати, реклама, трансперанти, значки, химикалки и всичко друго, за което се сетите.

Предварително разговаряйте с Президента на клуба или ДГ за средствата, които ще бъдат необходими, когато „ухажвате“ журналисти. Например събиране на журналисти на чаша вино. В случая, за да не използвате средства на клуба, бихте могли да организирате съвместна дегустация на вина с някой производител, като на дегустацията се представи Ротари и проектите на клуба или дистрикта.

Не трябва да забравяме, че за да бъдат работещи идеите, те трябва да бъдат съобразени с културните характеристики и условия по места.

6. Отчетност.

Отчетността трябва да е под две форми – финансова и доклад за извършена дейност на ниво клуб и дистрикт.

Строга финансова отчетност. Нали не искаме да пробудим съмнения в нашите приятели, партньори и спонсори? От изключително значение е да спазваме строга финансова отчетност. Това е основен принцип и изискване на Ротари Интернешънъл.

Както вече знаете, всяко събитие, мероприятие или проект трябва да се отчете пред Дистрикта. Освен финансов отчет, изпращайте резюме с извършените дейности и резултати/очаквани резултати. Моля изпращайте копие до Комитета за връзки с обществеността.

Снимки и резюмета изпращайте на списание „Ротари на Балканите“ и “The Rotarian”.

7. Управление на кризи.

Винаги е възможно да се случи кризисна ситуация в процеса на работа. Съветвам ви възможно най-бързо да се обърнете към някое от отговорните лица, посочени в следващата точка. Така кризата ще бъде овладяна навреме и с възможно най-малко последствия за организацията.

8. Лица, отговорящи за връзки с обществеността.

Председател на Комисия „Връзки с обществеността“ към клуба

Председател на Комитет „Връзки с обществеността“ към дистрикта

Асистент регионален кординатор обществен имидж, зона 20Б (ARPIС - Zone 20B)

Регионален кординатор обществен имидж, зона 20Б (RPIC - Zone 20B)

Специалист „Връзки с обществеността“ РИ (PR Specialist RI)

По всяко време можете да се обръщате към всеки един тях. Разбира се, препоръчително е да се обръщате към Комитета към Дистрикта, защото той най-добре познава дистрикта и би могъл най-добре да помогне. Умишлено от списъка са извадени ДГ, президентите, асистентите на ДГ, защото те ще се обърнат към своята структурна единица, отговаряща за връзки с обществеността.

9. Ползи.

Добрият имидж на Ротари в обществото не само помага на работата ни, но и ни мотивира да работим и привлича нови членове. Освен това ни улеснява в намирането на спонсори.

- Добрата програма за връзки с обществеността е гаранция, че хората от всички крайща на света ще знаят, че Ротари е организация, на която може да се има доверие и която работи, за да отговори на реалните нужди на хората. Това важи и по места – в общностите, в които работят Ротари клубовете.
- Положителният имидж на клуба мотивира неговите членове за работа и улеснява привличането на нови членове.
- Ефективното публично представяне благоприятства връзките с обществеността и положителния имидж на Ротари. Кара нас, членовете, да се чувстваме полезни в общността, в която живеем.
- **Общественият имидж на Ротари, това как ни виждат другите около нас, е магнит, който привлича младите към нашата кауза.**

10. Добри практики.

10.1. Примери за добри практики по света.

В Япония на задните стъкла на 1000 таксите са залепени стикери с реклама на мирните програми на Ротари. Добър пример за евтина и масово разпространена реклама. Цената на един стикер е стотинки.

В Нова Зеландия на най-натоварените булеварди има поставени билбордове със социалните реклами на Ротари “Хуманност в действие”. Същите има поставени и в Аржентина. Рекламните площи са платени със субсидии за PR от РИ и с дарения.

В столицата на Гана, пред техния парламент има разположен огромен билборд с текста на „Четеристранния тест“, за да могат депутатите, влизащи в парламента, ежедневно да го четат.

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.

В България, двустранен билборд „Свят без детски паралич“, на български и на английски език с емблемата на Ротари, е поставен на магистрала Тракия, свързваща Европа с Близкия Изток.

10.2. Добри примери за прес съобщения в България.

Интеракт Ротари представи изложба в Артгалерията



Публикувано от [Кърджали Прес](#) на 04.06.2012 @ 17:31 в рубрика: [Общество](#)

70 фотоса, отразяваща най-важните акценти от дейността през изминалите 6 години на ръководството на младежката структура Интеракт Ротари в Кърджали бяха представени в Артгалерията. Изложбата от фотографии бе открита на втори юни, а младите ротарианци бяха поздравени лично от кмета на община Кърджали инж. Хасан Азис. За 6-годишната си работа те получиха поздравления от техните колеги от Интеракт Ротари-София, съобщава [Кърджали.бг](#).

Водени от благородния порив да направят света по-добър, през този период 30-те члена на организацията са осъществили множество благотворителни акции, между които: „Приятел за приятел“, „Купи и дари“, „Грижа за възрастни“, благотворителност за децата от дом „Майка и дете“ в кв. Студен кладенец и др.

В желанието си да направят града по-чист и привлекателен младите ротарианци са провели и серия еко-акции за почистване на пространството около паметника на Орфей на входа на Кърджали, брега на яз. Кърджали, активно участват в кампанията „Да почистим България за един ден“ и др.

През октомври миналата година младежите от Интеракт Ротари Кърджали проведоха детско Хелоуин парти, което събра и забавлява стотици ученици от града, а в деня на светите равноапостоли Кирил и Методий тази година организираха финалния етап на общинското състезание под надслов „Народните будители и аз“. Проектът бе реализиран за първа година в Кърджали и в него взеха участие победители от училищните кръгове на ГПЧЕ „Христо Ботев“, СОУ „П.Р.Славейков“, СОУ „Отец Паисий“ и СОУ „Йордан Йовков“. Досегашен председател на Интеракт Ротари в Кърджали беше Габриела Гавраилова, която е и член на Арт движение Кръг. Новата председателка ще бъде Сабрие Ридван Ибрям от СОУ „П. Р. Славейков“.

 Препоръчване  Препоръчайте това първи сред приятелите си.

От Медия "Кърджали Прес": <http://www.kardjalipress.com>

Адрес на публикацията: <http://www.kardjalipress.com/?p=19081>

неделя, 14 октомври 2012г. **ОБЛАСТНИЯТ ВСЕКИДНЕВНИК С ТРАДИЦИИ**

Новини | Вашите коментари - форум | Архив | Приложение - Полски Тръмбеш

Ротари клуб „Г. Оряховица - Лясковец“ отличи 22 талантиливи деца

Публикувана в брой: 105 / 2012-06-05

Видяна: 315 пъти

ОБЩО 22 ТАЛАНТЛИВИ ДЕЦА ОТЛИЧИ В НАВЕЧЕРИЕТО НА 1 ЮНИ РОТАРИ КЛУБ „Г. ОРЯХОВИЦА - ЛЯСКОВЕЦ“. Така местните представители на хуманитарната организация спазиха традицията си да стимулират даровитите млади жители на двете общини. Този път това стана с 4300 лв., събрани на благотворителен бал през декември.

С предимство ротарианците стимулират деца, изявили се в областта на науката и изкуството. Тази година обаче нямаше как да подминат успехите на акробата Теодор Великов от ПГЕЕ „М. В. Ломоносов“, взел медали от европейското и световното първенство, както и на Мариана Савова от СОУ „Вичо Грънчаров“, която от години се налага в авио- и ракетомоделизма. От години името си налагат и изпълнителите Стелияна Христова, Иван Иванов и Богомил Бонев, които също бяха наградени от Ротари клуб „Г. Оряховица - Лясковец“.

Поредна подкрепа получи и възпитаничката на ПГЛПИ „Атанас Буров“ Теодора Гецова, която освен успешен баскетболист е и европейски шампион по радиотелеграфия и национален по счетоводство. Съученичката й Марина Митева бе стимулирана заради упорството и активността в усвояването на банковите тънкости.

Филип Горанов, Пламен Караиванов и Лион Григоров от ПГХТ „Проф. д-р Асен Златаров“ бяха избрани от ротарианци заради успешното им представяне на националното състезание „Най-добър хладилен техник“, Мильо Йорданов от ПТГ „Васил Левски“ – за уменията му в техническото чертане, Светослав Дончев от същата гимназия – за спечеленото състезание „Най-добър техник в машиностроенето“.

Димитър Грозев от СОУ „Георги Измирлиев“ бе отличен заради второто му място от III национален конкурс SPARE, който се провежда в рамките на едноименния международен образователен проект за устойчива енергия, климат и околна среда.

Тазгодишен стипендиант на фондация „Димитър Бербатов“ също бе стимулиран от ротарианците – възпитаникът на СОУ „Вичо Грънчаров“ Християн Ангелов е сред редовните победители в различни надпревари по изобразително изкуство. Също за постиженията си област „Изкуства“ награда бе дадена на Ружди Камберов от ОУ „Васил Левски“ във Върбица и на Зехра Миткова от ОУ „Отец Паисий“ в Писарево.

С есето си „С какво помага CIVITAS на моя роден град“ Валерия Коларова от ОУ „Св. св. Кирил и Методий“ също се нареди сред талантите, забелязани от ротарианците. Те отличиха още Антония Куруджикова и Тодор Киров от лясковското НУ „Никола Козлев“ - момичето за правеното в областта на изкуствата, момчето за взетата специална награда в раздел „Идея“ от националния конкурс за по-добър климат в училище.

Нели Ангелова от СОУ „Георги Измирлиев“ влезе в ползрението на ротарианци с уменията и постиженията си в сферата на графичния дизайн, Ива Илиева от ОУ „Иван Вазов“ – за успехите си в точните науки. Ротари клуб „Г. Оряховица - Лясковец“ отличи още Любослава Христова от СОУ „Вичо Грънчаров“ за поредицата й национални и международни награди в сферата на литературата и чуждоезиковото обучение.

ВСЕКИ ДЕН
La Strada BAR & FOOD
-40% НАМАЛЕНИЕ
 НА ПОДБРАНИ ЯСТΙΑ

RuseInfo.net[®]
 Недела, 14 Октомври 2012

Фирмени профили Бюро "Справки" Новини Обяви Афиш

Търсене в

[Начало](#) » [Новини](#) » [Регион](#) » **Ротари клуб Русе подпомага безплатни профилактични прегледи в Копривец**

MOTO-PHONE

Ротари клуб Русе подпомага безплатни профилактични прегледи в Копривец

05 Юни 2012 09:41:35

Ротари клуб Русе подпомага провеждането на безплатни профилактични прегледи в село Копривец. Кметът на селото Емил Георгиев и обществената организация са инициатори на медицинската подкрепа за жителите.

Специалисти от Комплексен онкологичен център в Русе ще пристигнат в Копривец в сряда, 6 юни, като от 10 часа в здравната служба ще започнат прегледи на простата при мъжете и млечната жлеза при жените. Предварително са се записали над 60 човека както от Копривец, така и от съседни населени места. С тази инициатива от Ротари клуб Русе разчитат да помогнат на хората, които нямат възможност да пътуват до областния център, да си осигурят профилактика и при здравословни проблеми да започнат навременно лечение.

Ротари клубовете наасърчават и развиват идеала за служба на обществото. Програмата на Ротари клуб Русе за 2011-2012 година включва освен кампанията за ранна диагностика на рака, но и финансиране обслужването със специализирана помощ на деца с физически и ментални увреждания в рамките на два месеца, конкурс за рисунка на асфалт на тема „Водата – най големият дар от природата“ и други.

Дарителска кампания ще възражда библиотека във Видин

05.06.2012 | България | 0 Коментари

Facebook Харесва ми 7
Google +1 0
Tweet 1

„Да дарим книга – да възродим библиотеката на читалище „Цвят“ е мотото на дарителска акция, която започва днес във Видин, съобщи Любомир Илиев секретар на читалище „Цвят“ за БТА. Тя е иницирана от три неправителствени организации – сдружение „Новия Видин“, народно читалище „Цвят 1870“ и Ротари клуб-Видин.



Целта на дарителската акция е да се обособи библиотечна сбирка, в която ще има и читалня за гражданите, тъй като от много години във видинското читалище няма действаща библиотека, уточни Любомир Илиев. Даренията на книги ще бъдат приемани чрез попълване на специални дарителски протоколи. Организаторите апелират всеки желаещ да дари книга, да я предостави в подходящ за ползване вид. През цялото лято книгите ще се приемат в сградата на видинското читалище „Цвят“.

11. Примерни проекти, които можете да разработите и реализирате.

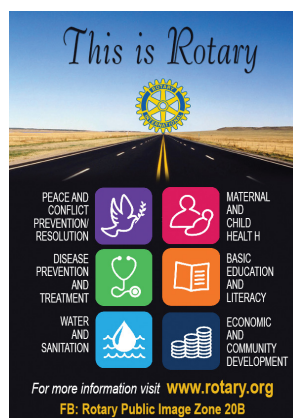
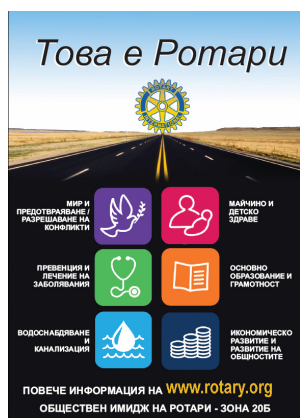
11.1. Лепенки или брошури.

Това е един сравнително лесен, бърз и евтин проект за реализиране, а едновременно с това е с голям обхват на действие.

Ако една лепенка или брошура е с цена от около 0,20 лв., това означава, че за 400 лв. бихте могли да направите 2 000 броя.

Лепенките или брошурите могат да се раздават от Ротарактори на централни кръстовища, бензиностанции, паркове и т.н. (в зависимост от това какво сте избрали – лепенка или брошура и какво е съдържанието и).

Един добър вариант е препоръчаната от РИ листовка „Това е Ротари“, която може да се оставя на обществени места. Листовката е вече преведена на български език. За отпечатване можете да получите образец в електронен вид от Комитета за връзки с обществеността.



Друг добър вариант е примера от Япония, където на задните стъкла на 1000 таксите са залепени стикери с реклама на мирните програми на Ротари. Добър вариант за евтина и масово разпространена реклама. Вие можете да предложите на клуба да реализирате такъв проект, а защо не и да обедините усилията си за един съвместен проект с други Ротари клубове, особено когато клубовете са повече от един в едно населено място.



Могат да бъдат изработени магнитчета за хладилник с реклама за пестене на водата.

11.2. Чаши за кафе.



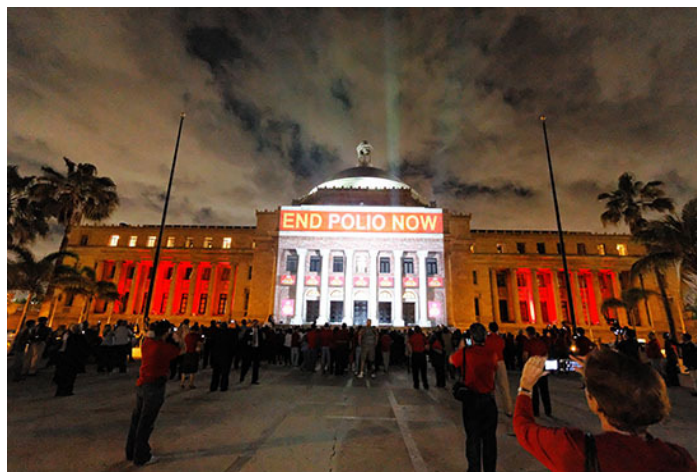
Хартиени чаши за кафе с картинка каквато решите в зависимост от целите, които искате да популялизирате. С тази можете да привлечете вниманието на хората. Други подобни можете да намерите на www.rotary.org. Самите чаши ще финансирате по проект и можете да ги предоставите безплатно на някое заведение (разбира се не компроментирано). Няма заведение, което да ги откаже.

Можете също така да организирате щанд за раздаване на безплатно кафе, чай и други напитки по повод празници на централно място, като използвате такива чаши. Така например, клубовете във Виена правят свой щанд пред Общината във Виена (всяка Коледа пред общината се поставят различни щандове), на който предлагат традиционната австрийска напитка – греяно вино с плодове.

11.3. Светлинна реклама „End Polio“.

РИ препоръчва на всички клубове да реализират проект за светлинна реклама на „End Polio“ в своите общности. Рекламата може да се реализира върху сграда намираща се на централно място. Няма ограничение за времето, в което ще стои рекламата. Колкото по-дълго, толкова по-добре. Можете да реализирате проекта заедно с други клубове, като съвместно закупите прожектора и го местите от град на град за определен период от време. Така проектът би могъл да бъде по-мощен и да обхване по-голяма публика.





11.4. Табели на входовете на градовете.

Изключително амбициозен проект. Това са уведомителни табели на входовете на населените места, за съществуващите на Ротари клуб/клубове. Такава практика има в много страни по света. Практиката идва главно от Америка, където е било чест и гордост за жителите да имат местен Ротари клуб. Те са искали това да се знае от всеки посетител. Самите табели се поставят до входните табели с името на населеното място. На табелите стои знака на Ротари, под който се изписва „В (име на населеното място) има следния/те Ротари клубове: име на клуба, място, ден и час на срещите“. Този проект изисква значителни финансови средства и поради тази причина, ако не може да се реализира със средства на клуба, се налага да се търсят спонсори за него. Това, което можем да предложим на спонсора, е най-отдолу да се изпише „Със съдействието на“. Такава практика за спонсорите на табели отново има в много страни по света.





Може да бъде поставена табела на входа на парк, поддържан от Ротари клуб.



11.5. e-Card.

Направете електронни картички с логото на Ротари, логото на клуба, годишната тема или просто свалете снимка на проект от www.rotary.org. Изпращайте тези картички по електронната си поща. Можете да ги изпращате по повод националните празници на всеки, който решите и по повод Ротари празниците - на Ротари приятелите. Така Ротари-посланието може да стигне до голям кръг от хора без да е необходим финасов ресурс.

11.6. Реклама върху превозни средства.

Можете да поставите реклама върху превозните средства на градския транспорт.



11.7. Тема на месеца.

Да не забравяме, че всеки месец си има тема. Може всеки месец да се реализира по един проект за връзки с обществеността по темата на месеца.

11.8. Билбордове и рекламни табели.



11.9. Създаване на постоянна рубрика.

От всички медии ни връхлита информация за убийства, обири, отвлечения, светски клюки, кризата и последиците от нея. Създайте постоянна рубрика „Минутка доброта“, която да излиза евентуално 1 път в месеца в сериозна национална медия. В нея разказвайте (подавайте информация) в много съкратен вид за проектите на Ротари в България (или на вашия клуб).

11.10. Популяризиране на проекта ПОЛИО ПЛЮС.

Направете снимки с известни лица със знака за край на полиомиелита по света. Можете да използвате направените снимки по всички описани начини в ръководството.



Можете да намерите снимки на световно известни лица на www.rotary.org.

Моля изпращайте направените снимки до Комитета за връзки с обществеността.

12. Ресурси с информация и материали.

- **Ръководство Комисия връзки с обществеността** – основен документ на Комисията за връзки с обществеността на Ротари клубовете.
- **Кодекс с ротарианските практики – 2010.**
- **Ефективни връзки с обществеността: ръководство за Ротари клубове (257-EN)** – основни методи и средства в помощ на ротарианци за разгласяване на клубните дейности с цел привличане на позитивно внимание от страна на медиите, общността и потенциалните членове на клуба.
- **Методи за осъществяване на връзки с обществеността** (само в Интернет) – двуседмичен имейл бюлетин, който предоставя креативни идеи за клубове и дистрикти за популяризиране на Ротари в техните общности. Абонирайте се на уеб страницата на РИ.
- **Връзки с медиите в кризисни ситуации (515-EN)** – В помощ на клубовете и дистриктите – за ефективна работа с медиите в случай на антиреклама.
- **Ефективни Връзки с обществеността** (в рубриката Member/Running a club) – съдържа примерни съобщения за пресата, съвети за работа с медиите и социални реклами.
- **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
- **Комплект с кратки новини за Полио Плюс (322- EN)** – Помощно средство за връзки с обществеността, посветено на работата за премахване на детския паралич, което може да се адаптира така, че да се покаже новина от гледна точка на дадено селище в материали на местни медии. Включва примерни новини, мнения, писмо до редактора, репортаж и снимки, плюс съвети за разпространението им във вестници, журнали и търговски списания.

- *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 премахването на полиомиелита, грамотността, младите хора, гладът, стипендиите на Ротари и мира.

- *Съобщения на Ротари за служба на обществото (PSAs)* - печатни, радио и телевизионни рекламни канали, които клубовете могат да използват, за да популяризират Ротари в своята общност.

- *Пакет с факти за Ротари* (само в интернет) – листовки с факти за Ротари, които помагат в клубните усилия за връзки с обществеността.

- *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 на 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.

- *Факти за Ротари* – данни, които ще ви помогнат да подготвите прессъобщения, промоционални материали и да разкажете за добрата работа на Ротари.

- www.rotary.org

- www.rotary-bulgaria.org