

Szent Márton év 2015-2016 – kommunikációs terv

A Szent Márton-év során a legnagyobb kihívást nem a programok kommunikációja jelentette. Hanem az, hogy több mint harminc, egymástól nagyon különböző esemény – kulturális programok, konferenciák, kiállítások, zárandoklatok, családi rendezvények, szolidaritási kezdeményezések – ugyanannak a történetnek a részeként jelenjenek meg.

1 Az első felismerés: nem kommunikációs, hanem szervezeti feladat

Egy kommunikáció ritkán azért gyenge, mert rosszak az üzenetek.

Sokkal gyakrabban azért, mert maga a szervezet nem ugyanazt gondolja saját magáról.

Ezért ez a munka interjúkkal, vezetői beszélgetésekkel, a meglévő kommunikáció elemzésével és a honlapok, közösségi médiafelületek, sajtómegjelenések, kiadványok, arculati elemek áttekintésével. A cél az volt, hogy előbb megértsem a szervezet működését, és csak utána tervezek kommunikációt. A kreatív ötletelés később jött.

A helyzetértékelés során hamar kirajzolódott egy fontos ellentmondás.

A szervezet rendkívül gazdag tartalomban, komoly szakmai hitelességgel és erős társadalmi beágyazottsággal rendelkezett, ugyanakkor a kommunikációja több helyen széttartó volt. Az egyes intézmények, szervezeti egységek külön kommunikáltak, kevés volt az összehangoltság, a belső információáramlás sem működött egységes rendszerként.

Számomra ez volt a valódi probléma.

Nem kommunikációs termékek hiányoztak, hanem egy közös irány.

2 A második felismerés: nem eseményeket, hanem történetet kell kommunikálni

A kommunikációs tervek gyakori hibája, hogy programlistákat népszerűsítenek.

Én ennek éppen az ellenkezőjében hiszek.

Az emberek ritkán egy eseményhez kapcsolódnak. Egy gondolathoz kapcsolódnak.

Ezért a teljes kommunikációt néhány egyszerű stratégiai cél köré szerveztem.

Nem harminc külön eseményt kellett eladni. Egyetlen történetet.

A történet lényege nem maga az emlékévként volt, három egymásra épülő folyamatot láttam:

- először információt adni,
- aztán érdeklődést ébresztetni,
- végül személyes részvételig eljuttatni az embereket.

Ez a logika ma is ugyanúgy működik egy márkánál, egy kulturális intézménynél vagy akár egy start-upnál. Az információ átadása önmagában nem eredmény. Az élmény átadása már igen.

3 A harmadik felismerés: a nyelvezet stratégiai kérdés

A projekt egyik legfontosabb tanulsága számomra az volt, hogy egy szervezet sokszor saját nyelvezetének foglya.

Belül minden egyértelmű. Kívül viszont már nagyon nem.

Ezért a terv egyik visszatérő javaslata az volt, hogy a szakmai, egyházi és belső fogalmak helyett közérthető, hétköznapi, laikus vagy civil nyelvet kell használni. Nem egyszerűsíteni az értékeket, hanem lefordítani őket olyan nyelvre, amely azok számára is érthető, akik korábban nem találkoztak velük.

Ez a gondolat azóta is minden munkámat végigkíséri.

4 A módszertanom

Ebben a projektben is ugyanazt a gondolkodási modellt követtem, amelyet ma is használok.

Nem kommunikációs csatornákból indulok ki, hanem mindig kérdésekből.

- Mi a valódi cél?
- Mit akarunk, hogy az emberek megértsenek?
- Mit szeretnénk, hogy érezzenek?
- Mit szeretnénk, hogy végül tegyenek?

Ha ezekre nincs válasz, akkor a kommunikáció csak zaj lesz.

Ha ezek világosak, akkor már "csak" meg kell találni hozzájuk a megfelelő eszközöket.

Ezért a terv nem csupán kommunikációs mixet, sajtótervet, időzítést és tartalomtípusokat tartalmazott, hanem minden eseményhez ugyanazokat az alapvető kérdéseket rendelte hozzá: mit kommunikálunk, miért, kinek, milyen csatornán, milyen üzenettel és milyen eredményt várunk tőle.

5 Amit ma is fontosnak, érvényesnek tartok

Tíz év távlatából nem a kampányeszközök érdekesek számomra, hanem az a felismerés, hogy a kommunikáció attól lesz jó, ha segít ugyanazt a történetet (üzenetet, értéket) elmesélni nagyon sokféle embernek, sokféle „csomagolásban”, sokféle felületen.

Amikor ez sikerül, akkor egy eseménysorozat képes közösséget teremteni.

Szerintem ez minden igazán jó kommunikáció végső célja.

Ha szívesen elolvasnád a teljes anyagot, vagy érdekel, hogyan oldottam meg ezt a kihívást, keress nyugodtan!

<https://kormosgyula.hu/kapcsolat/>