

Бланк домашнего задания

Модуль 5: Коммуникационная стратегия НКО

В рамках модуля вы создаете практический документ **«Коммуникационная стратегия НКО»**. Этот документ поможет вам выстроить системную коммуникацию организации: понять, с кем вы говорите, что именно транслируете, как формируете доверие и каким образом развиваете партнерства.

«Коммуникационная стратегия НКО» — практический документ (5–7 страниц), который включает:

1. Карта «кому мы говорим»: 3–5 ключевых аудиторий с описанием их интересов, барьеров доверия и одного действия для снижения каждого барьера
2. Коммуникационный компас: голос, тональность, 3–5 ключевых сообщений, принципы — одна страница, которая отвечает на вопрос «как именно говорит наша организация»
3. История изменений: короткий нарратив (150–200 слов) о конкретном человеке, чья жизнь изменилась благодаря работе организации
4. Контент-план: выбранный канал, рубрики, темы конкретных публикаций, даты выхода — готовый к исполнению на ближайший месяц
5. Карта партнёрств: текущие и потенциальные партнёры в матрице приоритетов, взаимная ценность для каждого, следующий шаг

Это задание — не учебное упражнение, а **основа реальной управленческой практики**.

В результате выполнения вы получите:

- Четкое понимание, **с кем и зачем вы коммуницируете**
- Систему, которая заменит хаотичные публикации и разовые действия
- Готовые формулировки, которые можно сразу использовать в работе
- Контент-план, который можно внедрить уже завтра
- Понимание, как выстраивать **долгосрочные партнерства**, а не разовые контакты

Главный результат — вы переходите от интуитивной коммуникации к управляемой системе, от информирования к формированию доверия и от разовых взаимодействий к устойчивым партнёрствам.

Этот документ станет основой раздела: **«Коммуникации и партнёрства» в стратегическом плане организации (Модуль 6)**.

Сделайте его не формально, а так, чтобы вы действительно хотели им пользоваться.

ДОМАШНЕЕ ЗАДАНИЕ к Занятию 1

Задание: заполнить аудиторную карту организации

Инструкция:

1. Определить 3–5 ключевых аудиторий — не «все горожане», а конкретные группы людей
2. Для каждой заполнить таблицу: группа / что для неё важно / барьер доверия / одно действие для снижения барьера
3. Отметить, какой группе сейчас уделяется больше всего внимания в коммуникации — и совпадает ли это с реальными приоритетами

Раздел 1. Аудиторная карта

Группа	Что для неё важно	Барьер доверия	Действие для снижения барьера

Фокус коммуникации

Вопрос Какой аудитории сейчас уделяется больше всего внимания?	Ответ
Совпадает ли это с реальными приоритетами организации? Почему?	

ДОМАШНЕЕ ЗАДАНИЕ к Занятию 2

Задание: подготовить раздел «Коммуникационный компас организации» (голос + тональность + 3–5 ключевых сообщений + принципы) — одна страница, и написать одну историю изменений по структуре на основе реального кейса (150–200 слов).

Инструкция:

1. Сформулируйте голос и тональность организации, затем зафиксируйте 3–5 ключевых сообщений и принципы коммуникации в таблице.
2. Напишите историю изменений, опираясь на вопросы-подсказки ниже, собрав связный текст объемом 150–200 слов.

Раздел 2. Коммуникационный компас

Элемент	Формулировка	Пояснение/пример использования
Голос организации		
Тональность		
Ключевое сообщение 1		
Ключевое сообщение 2		
Ключевое сообщение 3		
(при необходимости 4–5)		
Принцип 1		
Принцип 2		
Принцип 3		

Проверка компаса

Вопрос	Ответ
Понятно ли из формулировок, как именно «звучит» организация?	
Отличается ли этот стиль от других НКО в вашей теме?	
Можно ли по этим формулировкам писать тексты без дополнительных объяснений?	

Раздел 3. История изменений

Ответьте на вопросы и соберите из них связный текст (150–200 слов):

- Кто этот человек? (возраст, ситуация, контекст)
- С какой проблемой он столкнулся?
- Что происходило «до» взаимодействия с организацией?
- Как именно организация включилась? (конкретные действия, а не общие слова)
- Что изменилось в процессе?
- Как выглядит результат «после»? (конкретные изменения в жизни)
- Почему эта история важна для понимания вашей работы?

ДОМАШНЕЕ ЗАДАНИЕ к Занятию 3

Задание: составить контент-план на ближайший месяц

Инструкция:

1. Выбрать один основной канал и написать, почему именно он
2. Определить 3–4 рубрики
3. Заполнить план: дата / рубрика / тема / формат / ответственный
4. Открытый вопрос: реалистично ли выдержать этот ритм без дополнительных ресурсов — хватит ли текущих денег, людей и рабочих часов для регулярного выполнения этого плана?

Раздел 4. Контент-план

Выбор канала

Канал VK	Почему выбран этот канал
Рутуб	
Яндекс Дзен	

Рубрики

Рубрика	Описание (о чем эта рубрика)

Контент-план

[illegible]

ДОМАШНЕЕ ЗАДАНИЕ к Занятию 4

Задание: заполнить карту партнёрств: определить текущих и потенциальных партнёров, распределить их по матрице приоритетов, описать взаимную ценность и зафиксировать конкретные следующие шаги по 2–3 партнёрам.

Инструкция:

1. Составьте список текущих и потенциальных партнёров.
2. Оцените их приоритет (высокий/средний/низкий) с точки зрения стратегической значимости.
3. Для каждого партнёра сформулируйте взаимную ценность.
4. Выберите 2–3 приоритетных партнёра и зафиксируйте конкретные следующие шаги (что именно вы сделаете, в какой срок и кто отвечает).

Раздел 5. Карта партнёрств

Партнёр	Тип (текущий/потенциальный)	Приоритет (высокий/средний/низкий)	Взаимная ценность	Следующий шаг

Матрица приоритетов (рефлексия)

Вопрос	Ответ
Какие партнёры имеют наибольший стратегический потенциал?	
Где уже есть контакт, но нет системной работы?	
Какие партнёрства можно запустить в ближайший месяц?	

Фокус действий (2–3 партнёра)

Партнёр	Конкретный следующий шаг	Срок	Ответственный