



Ako komunikovať posolstvá verejnosti

(niekoľko zásad efektívnej komunikácie)

STATUSY NA SOCIÁLNEJ SIETI

- **Nezabudnite titulok** – Ak je to vhodné, uveďte status priliehavým titulkom. Zvýšte jeho údernosť slovesom. Môžete ho aj graficky zvýrazniť kapitálkami.
- **Otázka zaujme** – Zvážte použitie otázky, nemusí byť iba v titulku. Zväčšíte šance svojho príspevku. Ľudí baví diskutovať a radi sa zapoja, ak im to umožníte.
- **Definujte si publikum** - Uvedomte si, na koho príspevok cielíte. Pokúste sa vžiť do ich čítania a status formulovať, akoby ste ho adresovali niekomu konkrétnemu.
- **Bud'te priami** – Prejdite rovno k veci, status začnite čo najzaujímavejšou informáciou. Ak je to možné, využite príbeh, pikošku, emóciu alebo fun fact.
- **Smerujte k pointe** – Dajte si záležať na pointe či na výzve k akcii, ak si ju vaše posolstvo žiada.
- **Prispôsobte jazyk** – Vyjadrujte sa jednoducho a hovorovo. Vyhnite sa komplikovaným vetám, cudzím slovám či odborným výrazom. Zväčšíte šancu, že si ľudia príspevok dočítajú a pochopia. Na zložitejšie fakty môžete odkázať linkom.
- **Stručne a prehľadne** – Zvážte oddelovanie myšlienok odsekmi, snažte sa byť stručný. Ľudia príspevky na sociálnej sieti nečítajú, ale skôr monitorujú. Pri dlhom príspevku si ho málokto dočíta do konca.
- **Obrázok je dôležitý** – Zamýšľajte sa nad obrázkami, ktoré generujú sociálne siete z linkov. Niekedy je lepšie použiť vhodnú fotografiu. Dajte si záležať na jej výbere, myslite na to, ako bude na nástenke vyzeráť. Musí zaujať v malom formáte.
- **Video zaberá** – Sociálne siete obľubujú videá či grafiky, pri dlhodobejších témach používajte hashtagy, ktoré budujú históriu komunikácie okolo kampane.
- **Komunikujte** – Nezabudnite na obojstrannú komunikáciu, reagujte na podnety - aj negatívne – sociálne médiá sú skôr konverzačná platforma ako jednostranné médium.

Ako komunikovať posolstvá verejnosti

(niekoľko zásad efektívnej komunikácie)

ZDIEĽANÉ VIDEÁ

- **Nepodceňte techniku** – Veci ako príliš tichý zvuk alebo rozostrený obraz môžu výrazne ovplyvniť divácky zážitok či divákov úplne odradiť. Nejde len o kvalitu kamery, ale aj o jej správne nastavenia.
- **Dbajte na prostredie** – Pred natáčaním videa si starostlivo vyberte príjemné, tiché a dostatočne svetlé prostredie. Ak ide o natáčanie v exteriéri, pripravte si v prípade nepriazne počasia alternatívu v interiéri.
- **Prispôbte prejav** – Video si vyžaduje prispôbenie tempa a intonácie reči. Nehovorte prírychlo, myšlienky oddelujte pauzami, artikulujte zrozumiteľne.
- **Využívajte obraznosť** – Nezahlušte video množstvom údajov a čísel, vyberte si najdôležitejšie, pomôžte si príkladmi a porovnaniami.
- **Kontakt s divákom** – Udržujte očný kontakt. Ak ide o rozhovor, nepozerajte sa priamo do kamery, ale na toho, kto kladie otázky.
- **Neverbálny prejav** – Myslite aj na neverbálny prejav, vizáž a vhodné oblečenie. Kymácanie, prehnaná gestikulácia alebo grimasy môžu pôsobiť rušivo.
- **Budte prirodzení** – Scenár si premyslite dopredu. Prejav nečítajte z papiera, no dbajte, aby nepôsobil ako naučený naspamäť.
- **Začnite spríama** – Podobne ako pri písaní statusov, aj pri nahrávaní videa prejdite rovno k veci a začnite čo najzaujímavejšou informáciou. Ak je to možné, využite príbeh, pikošku, emóciu alebo fun fact.
- **Oživte prejav** – Ak vám to téma dovoľuje, snažte sa prejav oživiť použitím názorných pomôcok, grafov, máp či iných vizuálnych prvkov. Ak je to vhodné, používať možno aj popisky, logá či hudobné prvky. Vizualizovať obsah pomôže aj zdieľaná obrazovka.
- **Smerujte k pointe** – Podobne ako pri statusoch aj pri videách si dajte záležať na pointe či na výzve k akcii, ak si ju vaše posolstvo žiada.
- **Snažte sa o stručnosť** – Ak si charakter videa nevyžaduje inak, snažte sa byť struční. Rozvláčne videá diváci predčasne vypínajú. Najpozeranejšie videá na sociálnych sieťach spravidla netrvajú dlhšie ako 1,5 minúty.