

СОВЕТЫ ПО МЕССЕДЖАМ: ЧТО ТАКОЕ МЕССЕДЖ?

Месседжи, которые вы разрабатываете, должны отвечать на следующие вопросы: почему, зачем это нужно и почему надо действовать? Месседж должен объединять вас с теми, кто разделяет ваши ценности и проблемы, и объяснять, что ценится и что подвергается риску. Для того, чтобы быть услышанным, месседж должен быть кратким, простым, и повторяющимся. Для того, чтобы быть эффективным, месседж должен быть включен в каждое сообщение, письменное и устное, и использоваться во всех ваших бесплатных и платных публикациях. В месседже должны быть четко указаны ценности проблемы/организации/кампании, и он должен соответствовать интересам большинства граждан.

Эффективные месседжи

- Месседжи вытекают из стратегий и целей кампании. Четко определите ваши цели, и аудиторию, которую вы хотите привлечь.
- Основа месседжей – проблемы, которые вы хотите решить.
- Ваши месседжи являются дорожной картой, но вы должны знать, куда вы хотите прийти. Начинайте с того, где люди находятся в данный момент, и потом ведите их туда, куда вы хотите, чтобы они пришли.
- Используйте ваши месседжи в качестве основы всех ваших кампаний и проектов. У них могут быть свои собственные внутренние месседжи, но они должны поддерживать основной месседж.
- Ваши месседжи не всегда должны озвучиваться лично вами. В зависимости от аудитории, разные ораторы могут иметь больше доверия и быть более убедительными.

Разработка вашего месседжа: 8 правил успеха

Правило № 1	Пусть у вас будет один главный месседж, который содержит максимум три основных темы для его поддержки.
Правило № 2	Все месседжи должны поддерживать основные цели кампании.
Правило № 3	Месседжи являются идеями, которые вы пытаетесь донести до общественности. Месседжи подкрепляются звуковыми фрагментами, фразами, статистикой, и историями.
Правило № 4	Месседжи меняются нечасто. Для того, чтобы месседжи оказывали влияние, они должны повторяться снова и снова.
Правило № 5	Месседжи должны быть адаптированы для конкретных аудиторий, при этом оставаясь постоянными.
Правило	Последовательные месседжи должны пронизывать все ваши контакты, а

№ 6	не только ваши контакты со СМИ.
Правило № 7	Месседжи должны быть простыми. Это идеи, которые можно объяснить одним или двумя предложениями. Если для объяснения требуется один или два параграфа, продолжайте работать над их сжатием и упрощением.
Правило № 8	Помните: для создания месседжей требуется время. Не торопите этот процесс.