



ΣΩΜΑ
ΕΛΛΗΝΩΝ
ΠΡΟΣΚΟΠΩΝ

Στρατηγική Επικοινωνίας

Εισαγωγή

- Το Παγκόσμιο Προσκοπικό Γραφείο, δημοσίευσε «Strategy for Communications and Strategic Engagements» ([link](#)), επικοινωνώντας τους επικοινωνιακούς στόχους έως το 2023.
- Η παρούσα έκδοση έχει δημιουργηθεί για να υποστηρίξει το Στρατηγικό Σχέδιο του Σώματος Ελλήνων Προσκόπων από το 2017, συμπεριλαμβανομένου και του «Στρατηγικού Σχέδιου Δράσης 2018-2027».

Profile

Προσφέρουμε στα νεαρά μέλη μας ένα πρόγραμμα μη τυπικής εκπαίδευσης το οποίο λειτουργεί σε ένα πλαίσιο αρχών δίνοντάς τους την δυνατότητα να αναπτύξουν τις απαραίτητες δεξιότητες με στόχο να γίνουν ενεργοί-χρήσιμοι πολίτες και παράλληλα να δημιουργήσουν θετικές αλλαγές τόσο στις κοινότητές τους (community involvement) όσο και στον κόσμο.

Αυτό επιτυγχάνεται με τη χρήση της προσκοπικής μεθόδου βοηθώντας τους νέους και νέες να συμμετάσχουν σε μια σειρά ευκαιριών μη τυπικής εκπαίδευσης παρέα με τους φίλους τους. Αυτό περιλαμβάνει (χωρίς να περιορίζεται) στην ενασχόληση με διάφορα θέματα που επιλέγονται τοπικά βάσει γεωγραφικών και τοπικών αναγκών αλλά παράλληλα και με τις ανάγκες των νέων που συμμετέχουν

- Εκπαίδευση
- Ενασχόληση / Εργασία
- Ενδυνάμωση των νέων
- Εθελοντικές δράσεις
- Αειφόρος ανάπτυξη
- Ειρήνη και διάλογος
- Προετοιμασία για καταστάσεις εκτάκτου ανάγκης
- Ανακούφιση από καταστροφές
- Πρόσφυγες
- Φύλο
- Ηγετικές ικανότητες

Συνολικοί Επικοινωνιακοί Στόχοι

1. Εδραίωση και ενδυνάμωση του Brand
2. Έμφαση στις έννοιες:
 - Εθελοντισμός
 - Δια βίου Μάθηση
 - Επένδυση για το μέλλον
 - Διαπαιδαγώγηση νέων
 - Διάδραση με την κοινωνία
 - Διάδοση της Αποστολής του Προσκοπισμού

Συνολικοί Επικοινωνιακοί Στόχοι

3. Ενίσχυση του awareness στα κοινά-στόχος
4. Δημιουργία ελκυστικής εικόνας για το στοχευμένο κοινό
5. Πολυεπίπεδη διείσδυση στο στοχευμένο κοινό με τη χρήση online και social media
6. Ανάπτυξη και εδραίωση σχέσεων με τα MME
7. Οικοδόμηση δικτύου συμμάχων με έμφαση στους trendsetters, opinion leaders με επιρροή στο χώρο τους
8. Δημιουργία buzz και τάσης για το brand
9. Οικοδόμηση συναισθηματικού δεσμού και εμπιστοσύνης με την κοινωνία
10. Καλλιέργεια εξωστρέφειας

Γενική Στρατηγική Επικοινωνίας

1. Υλοποίηση ενός ολοκληρωμένου 360° προγράμματος στρατηγικής επικοινωνίας με σαφή μηνύματα, στοχευμένες ενέργειες για την ολοκληρωμένη προσέγγιση του κοινού-στόχος.
2. Δημιουργία στοχευμένων (βάσει αναγκών) ενεργειών για την ενίσχυση της εικόνας του brand, με στόχο την «εκπαίδευση» του κοινού - στόχος σχετικά με το ΣΕΠ.
3. Ανάπτυξη προγράμματος προβολής στα Media (online, social, offline)
4. Δημιουργία δυναμικής τάσης γύρω από το Brand προσεγγίζοντας το κοινό μέσω:
 - Πρωτότυπων δράσεων & σημαντικών συνεργειών / Προβολή στα Media
 - Opinion Leaders & Product placement activation
 - Rebranding
 - Δημιουργία πανελληνίων δράσεων με έντονο αντίκτυπο στην κοινωνία (πχ 110 χρόνια Ελ. Προσκοπισμού)
 - Αξιοποίηση εσωτερικού κοινού (Ενήλικα Στελέχη / Γονείς) ως οι καλύτεροι Πρεσβευτές της Κίνησης

Γενική Στρατηγική Επικοινωνίας

5. Υποστήριξη στην ανάπτυξη «δικτύου συμμάχων»
 - Opinion leaders & trendsetters
 - Ευχαριστημένοι Γονείς & Περήφανα Ενήλικα Στελέχη
 - Θεσμικοί φορείς και άλλα Ιδρύματα/ΜΚΟ με παρόμοιους στόχους
 - Εταιρίες
6. Επιμέλεια δημιουργία stories για χρήση στα social media και δημιουργία buzz
7. Δυνατότητα δημιουργίας προγράμματος με διάρκεια και κλιμάκωση και πλαισίου συνεργασίας με προσωπικότητες και διαμορφωτές κοινής γνώμης με απήχηση στα Μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οικοδόμηση δικτύου συμμάχων με επιρροή στο χώρο τους για:
 - Δημιουργία θετικού buzz για το Brand
 - Διαμόρφωση τάσης
 - **Ανάδειξη μοναδικότητας και διαχρονικότητας brand**

Κοινά - Στόχος

Προτεινόμενο κοινό στο οποίο στοχεύουμε και θα βασιστεί η επικοινωνιακή πολιτική

- **Γενικό:**
 - Έφηβοι: 14-17
 - Νέοι: 18-25
 - Άνδρες-Γυναίκες: 25-45

- **Ειδικό:**
 - Νέοι γονείς που «θέλουν το καλύτερο για το παιδί τους»
 - Ενήλικες που «βαρέθηκαν τα ίδια και τα ίδια»
 - Εσωτερικό κοινό (Ενήλικα Στελέχη)
 - Στελέχη επιχειρήσεων «Decision Maker»

Tone of Voice / Εικόνα

- Νεανικός
- Γεμάτος νέες προκλήσεις και εμπειρίες
- Θετική και αισιόδοξη σκέψη
- Αυθεντικός
- Εμπνευσμένος
- Βέβαιος & σίγουρος
- Ελκυστικός
- Αγάπη για τον συνάνθρωπο
- Συμμετοχή στα κοινά-θεσμούς
- Χαρούμενοι άνθρωποι
- Σεβασμός στη διαφορετικότητα
- Διάδραση με την κοινωνία
- Ζωή στη φύση

-
- Media Relations
 - Celebrity Endorsement / Influencers
 - Social Media
 - Brand Identity
 - Internal Communications
 - Digital Marketing

-
- **Media Relations**
 - Influencers
 - Social Media
 - Brand Identity
 - Internal Communications
 - Digital Marketing

Media Relations

- Επικοινωνία και εξασφάλιση online & offline δημοσιευμάτων σε μέσα με στόχο:
 - Επικοινωνία αξιών & Προσκοπικής ιδέας
 - Ανάδειξη καινοτομίας
 - Μοναδικότητα & Διαχρονικότητα
- Δημιουργία ευκαιριών μεγιστοποίησης δημοσιότητας
 - Παρουσιάσεις προσκοπικού έργου
 - Συμμετοχή σε συνέδρια
 - Κατάθεση προτάσεων σε διαγωνισμούς
 - Συνέργειες με άλλες καταξιωμένες ΜΚΟ ή/και Εταιρίες

Media Relations - Γραφείο Τύπου

Οργάνωση και λειτουργία Γραφείου Τύπου ως βασική πλατφόρμα επικοινωνίας του brand για την επίτευξη δημοσιότητας:

- Δημιουργία tailor made λίστας εκπροσώπων MME:
 - Διευθυντές / Αρχισυντάκτες αντρικών, γυναικείων, ενημερωτικών, επιχειρηματικών & lifestyle περιοδικών & sites
 - Στελέχη εμπορικών τμημάτων
 - Συντάκτες ελεύθερου ρεπορτάζ
 - Mommy & Daddy bloggers
- Συγγραφή & αποστολή Δελτίων Τύπου κάθε 15ημέρες - Follow up για τη μεγιστοποίηση της επικοινωνίας
- Δράσεις και media ramping
- Αξιοποίηση / Μεγιστοποίηση ήδη συνεργασιών και σχέσεων με media

Media Relations - Media Related Activities

1. Creative Media

- Δημιουργία ειδικών αφιερωμάτων / creative media ή/και publi σε στοχευμένα online και offline μέσα με στόχο την ενημέρωση του κοινού-στόχος για τον Προσκοπισμό

2. Media Event & Συνεντεύξεις Τύπου

- Διοργάνωση δημοσιογραφικών events σε κάθε σημαντική αφορμή του ΣΕΠ, όπως η παρουσίαση έρευνας, οι κοινωνικές πρωτοβουλίες κτλ

3. Ανάδειξη προσωπικών ιστοριών σε Μέσα

- Στόχος είναι η επικοινωνιακή προβολή καθημερινών ιστοριών επιτυχίας τόσο των Ελληνικών Στελεχών (πχ [Εκκένωση στο Μάτι](#)) όσο όμως και των μελών μας (πχ [Beach Handball](#))

-
- Media Relations
 - **Influencers**
 - Social Media
 - Brand Identity
 - Internal Communications
 - Digital Marketing

Influencers

- Δημιουργία δικτύου συμμάχων από influencers, με ισχυρή παρουσία στα social media.
- Στρατηγική συνεργασία και ανάδειξη «υπηρεσιών» μας, μέσα από αναγνωρίσιμα πρόσωπα (γονείς – μπαμπάδες, μαμάδες, key persons, youtubers) της κοινωνικής ζωής της χώρας.
- Τα προτεινόμενα πρόσωπα θα επιλεγούν από εξειδικευμένη εταιρεία και θα πρέπει να πληρούν τις αξίες του brand και είναι ιδιαίτερα αγαπητοί στα κοινά τους
- **Συμπληρωματικά**, προτείνεται και η δημιουργία νέων owned influencers (πχ young spokespersons)

-
- Media Relations
 - Influencers
 - **Social Media**
 - Brand Identity
 - Internal Communications
 - Digital Marketing

Social Media / Στόχοι

Τα Social Media θεωρούνται η πιο σημαντική πλατφόρμα επικοινωνίας της εποχής μας. Επιτρέπουν στα Brands τη δημιουργία και οικοδόμηση σχέσεων με τους πελάτες τους. Επιπλέον, όλες οι πλατφόρμες προσφέρουν προσαρμοσμένες λύσεις για προβολή των pages. Η επένδυση σ αυτά σίγουρα θα προσφέρουν αναγνωρισιμότητα και engagement με την κοινωνία

- Εξέλιξη digital παρουσίας
- Στρατηγική αξιοποίηση & διεύρυνση βάσης καναλιών
- Direct Branding (δημιουργία awareness)
- Ανάδειξη δυνατών σημείων & διάδοση θετικών εμπειριών με προβολή από τους ίδιους τους επισκέπτες: δημιουργία ανώνυμων Ambassadors
- Επικοινωνία σε στοχευμένα κοινά

Social Media

- Διαχείριση παρουσίας στα social media (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn) για ενίσχυση awareness και engagement
- Ανάπτυξη βάσης φίλων & αλληλεπίδραση κοινότητας (Community Building, fans, ambassadors)
- Χτίσιμο ενδιαφέροντος - διάδραση με τους επισκέπτες (και τους κύκλους επικοινωνίας αυτών: φίλοι, συγγενείς, άλλοι αναγνώστες).
- Καθορισμός αναρτήσεων & tone of voice
- Ώρες αναρτήσεων και αντικείμενο αναρτήσεων
- Διατήρηση ενδιαφέροντος με instant incentives (οι χρήστες έχουν αυξημένη προσοχή όλες τις ώρες)
- Διαγωνισμοί
- Διαφημιστικές καμπάνιες online
- Τρόποι εμπλοκής του κοινού προκειμένου να μοιράζεται το περιεχόμενο (challenges, questions, games)
- Επικοινωνία σελίδων με χρήστες & άλλες σελίδες

-
- Media Relations
 - Influencers
 - Social Media
 - **Brand Identity**
 - Internal Communications
 - Digital Marketing

Εταιρική ταυτότητα

- Διαχωρισμός Ιδρύματος - Γενική Εφορεία, αναφορικά με το branding
- Επανασχεδιασμός λογοτύπου
- Επανασχεδιασμός site με βάση τη νέα ταυτότητα
- Επικοινωνιακό υλικό με βάση τη νέα ταυτότητα
- Δημιουργία brand manual και ανανέωση σχετικού κανονισμού
- Εφαρμογές σε πινακίδες, κάρτες, κάρτα κ.λπ.
- Μαζική επικοινωνία νέας ταυτότητας

-
- Media Relations
 - Influencers
 - Social Media
 - Brand Identity
 - **Internal Communications**
 - Digital Marketing

Εσωτερική Επικοινωνία

Οι καλύτεροι ambassadors είναι πάντα οι άνθρωποι ενός οργανισμού. Τα μέλη μας θα επικοινωνούν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τις αξίες της Κίνησης. Με βάση αυτή τη φιλοσοφία, προτείνεται:

- Αξιοποίηση στην επικοινωνία κάθε ενέργειας τους Περιφερειακούς Εφόρους και τους Αρχηγούς Συστήματος
- Συνεχής ενημέρωση των Ενηλίκων Στελεχών για τις ενέργειες και τις δράσεις της Κίνησης
- Αξιοποίηση όλων των καναλιών εσωτερικής επικοινωνίας (dialogos, internal, εν εξελίξει κα)
- Ενίσχυση του «Γραφείου Εθελοντή» στην Κ.Δ. του ΣΕΠ για άμεση παροχή βοήθειας και υποστήριξης
- Ενέργειες ενημέρωσης μελών (πχ Οργάνωση σεμιναρίων)

-
- Media Relations
 - Influencers
 - Social Media
 - Brand Identity
 - Internal Communications
 - **Digital Marketing**

Digital marketing

- Επανασχεδιασμός website για εσωτερικό και εξωτερικό κοινό
- Δημιουργία “intranet”
- Newsletter
- Growth Marketing ενέργειες



ΣΩΜΑ
ΕΛΛΗΝΩΝ
ΠΡΟΣΚΟΠΩΝ