

სტრატეგიული კომუნიკაცია

ინა ჩარკვიაი

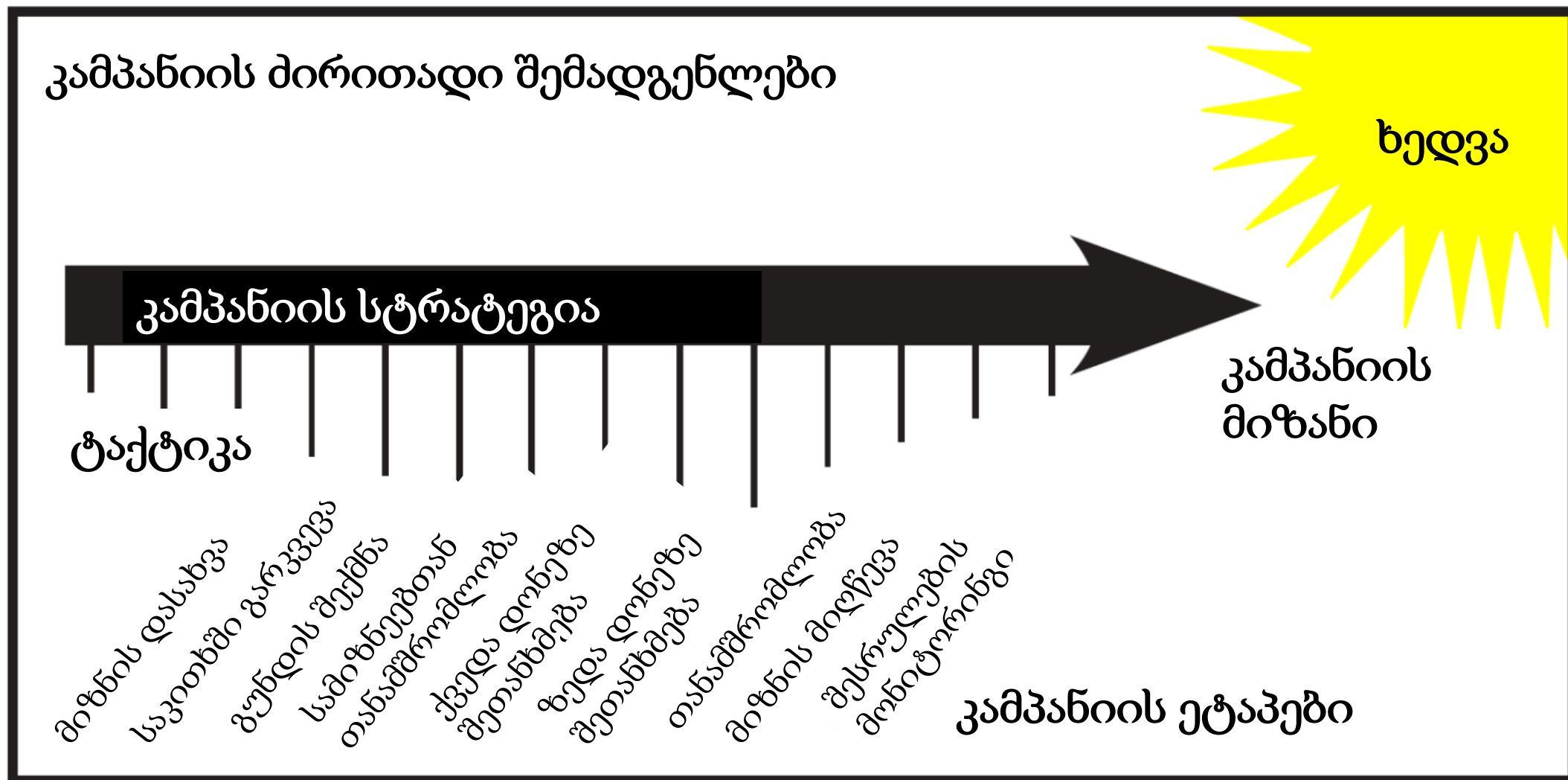
2020

ადვიკაციის საკომუნიკაციო პროცესი

ცვლილებაზე გათვლილი ქმედებების სერია, რომელიც

განსაზღვრული დროის პერიოდში ხორციელდება

სტრატეგიული კომუნიკაცია



ხედვა

ერთ წინადადებაში ნათქვამი ფრაზა, რომელიც გრძელვადიან
სასურველ ცვლილებას აღწერს და აქვს შთაგონების ეფექტი

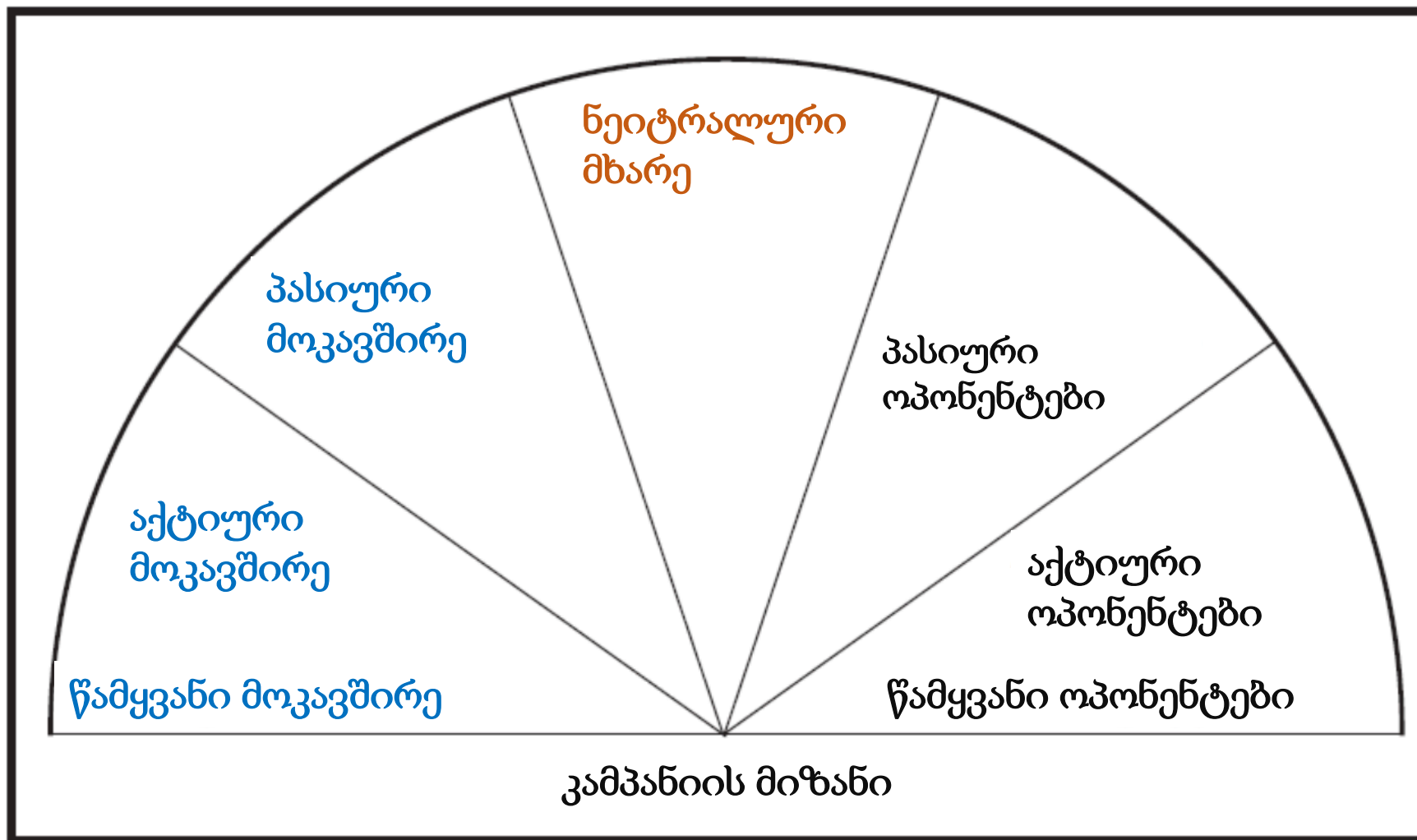
- ✓ მსოფლიო კორონავირუსის გარეშე
- ✓ უკეთესი ჯანმრთელობა თითოეულ მოქალაქეს
- ✓ ჯანდაცვაზე ხელმისაწვდომობა ყველას, ნებისმიერი საჭიროებით

ტაქტიკა

რეალური საშუალება, რომელიც გამოიყენება მიზნის

მისაღწევად

მხარეები და ტაქტიკა



კამპანია

აქტივობების სერია, რომელიც შექმნილია ცვლილების

მიღწევის მიზნით

აქტივობა

საკომუნიკაციო ჯგუფი

ადამიანები, რომლებიც ერთად მოქმედებენ ცვლილებისთვის

ჯგუფი და საკომუნიკაციო პროცესი

მიზნები



ადამიანები

პროცესები

გადაწყვეტილების მიღება

არაფორმალური გადაწყვეტილება

	პრაქტიკული მაგალითები	როდის ვიყენებთ
ნეგატიური კითხვები	- არის ვინმე წინააღმდეგი? - საპირისპირო მოსაზრება ხომ არ გვაქვს?	როცა გადაწყვეტილებას კოლექტიური ჩართულობა ჭირდება
ნეგატიური წინააღმდეგობა	- თუ ვინმე გვეწინააღმდეგება, ალბათ მის პოზიციას გავიგებდით, რადგან ასეთი არ დაფიქსირებულა ვაგერძელებთ დისკუსიას.	მნიშვნელოვანი გადაწყვეტილების მიღებისას, როცა შედეგების გააზრება მნიშვნელოვანია
სინქრონული შეთანხმება	- ხომ ვთანხმდებით? - კი. ჯგუფის ერთი ან ორი წარმომადგენელი პასუხობს დანარჩენები ჩუმად არიან, ფასილიტატორი ასკვნის რომ თანხმდებიან	როცა მოპასუხე მხარე აღიარებულია ჯგუფის მხრიდან
სიმართლის შეჯამება	ფასილიტატორი აჯამებს გაჟღერებულ მოსაზრებებს	როცა ფასილიტატორისადმი მაღალი ნდობა არსებობს

კონფლიქტი და გამოსავლები

- დომინაცია
- შეთანხმება
- ანგარიშის გაწევა

საადვოკაციო პროცესები და საკომუნიკაციო კამპანია

a. რჩევა / კონსულტაცია

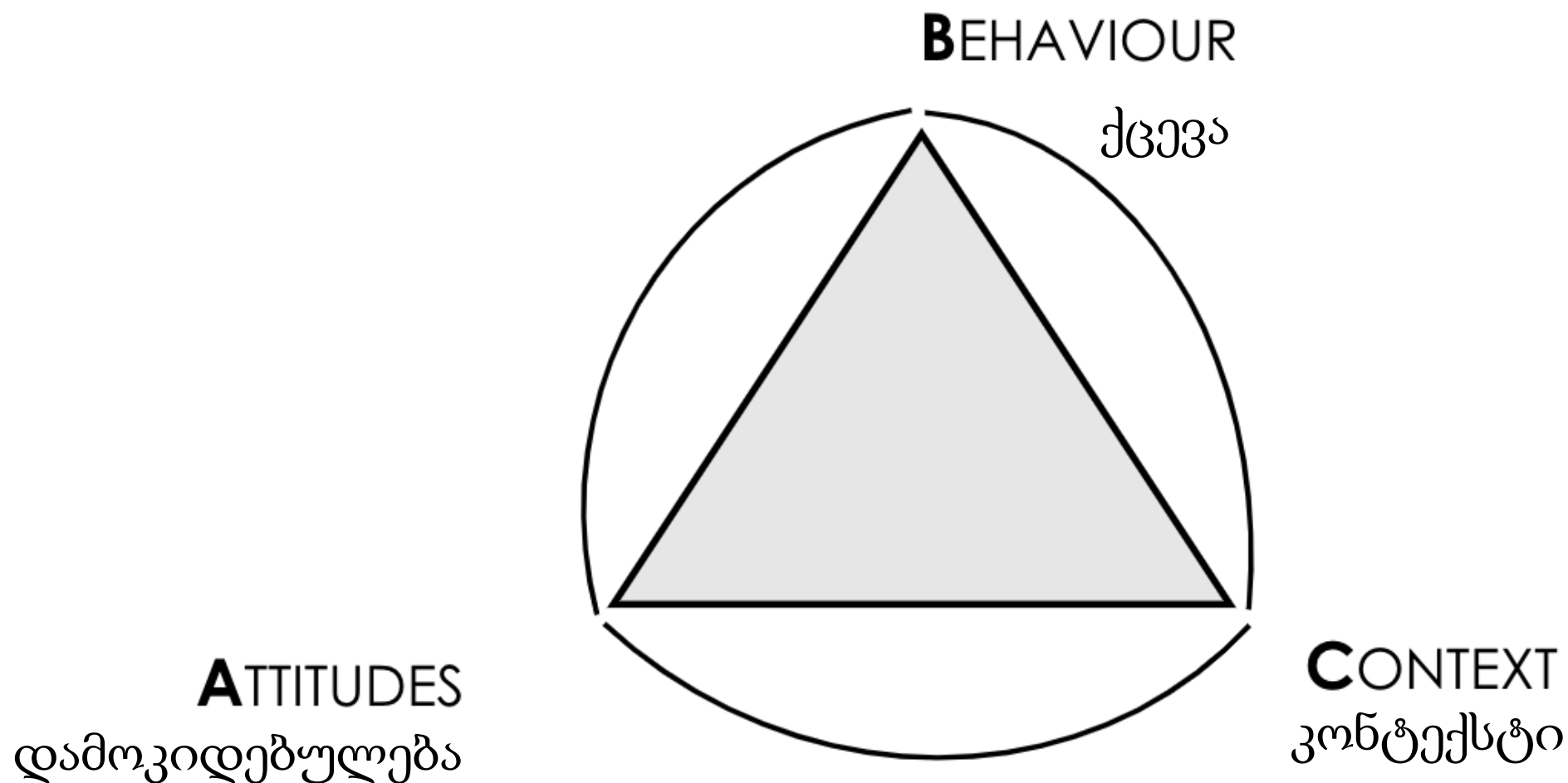
b. ლობირება

c. კამპანიები

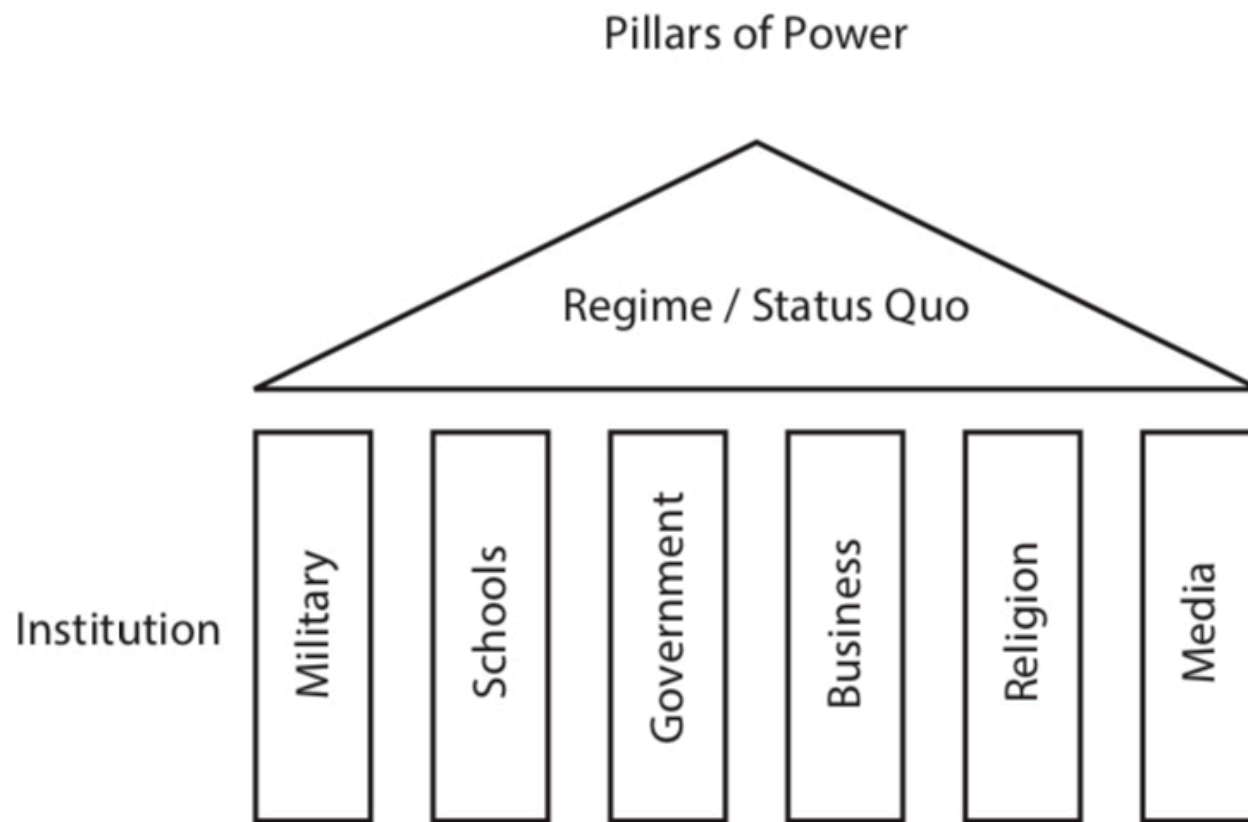
d. აქტივიზმი



კონტექსტის ანალიზი: ABC სამკუთხედი



კონტექსტის ანალიზი: Power Pillars



საინფორმაციო არხები

- პარტნიორები
- მედია
- სოციალური ქსელი



ჯგუფური სავარჯიშო