



ЧЕКЛІСТ З ОРГАНІЗАЦІЇ АКЦІЇ

ДО

- ☐ Визначте проблему, стейкхолдера, потенційне рішення
- ☐ Залучіть інших людей
- ☐ Проведіть брейншторм: визначте приблизний формат, локацію, дату та час проведення, необхідний реквізит та кількість людей
- ☐ Продумайте та промалюйте картинку акції
- ☐ Сформууйте основні та допоміжні меседжі
- ☐ Проговоріть логістику: процес підготовки, пошук та створення реквізиту, дорога до локації
- ☐ Пропишіть план комунікації до, під час та після акції
- ☐ Визначте основні завдання та відповідальних людей
- ☐ Проговоріть безпекові питання та нагадайте учасникам про їхні права
- ☐ Пропишіть ваші дії у кризовій ситуації: проактивні та реактивні дії
- ☐ Проведіть репетицію, перевірте локацію та реквізит

ПІСЛЯ

- ☐ Зберіть увесь реквізит та приберіть за собою локацію
- ☐ Отримайте/заберіть кілька найкращих фото у фотографа
- ☐ Не пізніше ніж за годину після акції оприлюдніть пресреліз/новину/допис у соцмережах
- ☐ Відсвяткуйте разом з учасниками: поділіться враженнями та настроями
- ☐ Через день-два проведіть аналіз акції та її успішності
- ☐ Якщо реакція влади була тільки через деякий час - обов'язково публічно прокомунікуйте

ПІД ЧАС

- ☐ Прийдіть завчасно
- ☐ Ознайомте фотографа з учасниками/цями та нагадайте про вашу бажану картинку
- ☐ Перевірте техніку
- ☐ Займіть свої місця, не втручайтеся у роботу інших учасників акції, якщо це не форс-мажор
- ☐ Почніть комунікацію: взаємодійте з медіа, розпочніть стрім, зробіть сторіз
- ☐ Переконайтеся, що плакати/банери видно і що люди, які їх тримають, у фокусі медіа
- ☐ Рухайтесь за сценарієм/планом дій
- ☐ Регулярно комунікуйте всередині команди щодо самопочуття та потенційних ризиків
- ☐ Якщо стейкхолдер вийшов до вас, до нього мають підійти люди з банерами
- ☐ Передайте офіційне звернення стейкхолдеру
- ☐ Після спілкування зі стейкхолдером та фото/відеозйомки, завершіть акцію

