

PORADNIK DLA INSTYTUCJI KULTURY W CZASACH PANDEMII

Kilka skutecznych porad, jak wspierać wspólnotę



PO CO?

Poradnik powstał z myślą o instytucjach kultury, których misja publiczna jest obecnie testowana przez covid-19. Jako zespół specjalistów zajmujących się ponad 15 lat komunikacją dla kultury wierzymy, że trzeba dzielić się wiedzą.

DLA KOGO?

Poradnik będzie przydatny dla: dyrektorów i dyrektorek instytucji, szefów i szefowych działów komunikacji, promocji, jak i działów merytorycznych odpowiedzialnych za program.

DLACZEGO TAKA FORMA?

Poradnik ma formę lapidarnej instrukcji obsługi narzędzi komunikacji w czasie pandemii. Nie zanurzamy się w niuanse. Nie czas na wyrafinowane strategie. Teraz konieczne są działania mające na celu wsparcie odbiorców i odbiorczyń.

JAK UŻYWAĆ?

Poniżej znajdują się konkretne pomysły, subiektywny wybór narzędzi, kilka pomysłów programowych.

PORADNIK PO KOLEI


4 str. **PANDEMIA**
Nowe wyzwania
Nowe pytania

8 str. **WSPÓLNOTA**
Zespół
Instytucja

12 str. **NARZĘDZIA CYFROWE**
Przykłady
Zarządzanie: monday.com
Narady: zoom.us

16 str. **PROGRAM** 
5 Prawd Programu
Teatr
Biblioteka
Dom Kultury
Muzeum

25 str. **PUBLICZNOŚĆ**
Dane
5 Zasad Komunikacji 

29 str. **DOTARCIE**
Algorytm
4 Główne Zasady 

32 str. **WSPARCIE**
Darmowe porady
Świat po pandemii

36 str. **KONTAKT DO NAS**

37 str. **ZASADY KORZYSTANIA**

A stylized illustration of a diverse crowd of people, all wearing face masks. The people are depicted in various colors and styles, representing different ethnicities and ages. The background is a mix of warm and cool tones. The word "PANDEMIC" is written in large, white, serif capital letters across the center of the image.

PANDEMIC

CZAS PANDEMII TO:

- **Chaos – wypracowane narzędzia straciły swoje funkcje, procesy zostały zawieszono**
- **Brak publiczności – instytucje są zamknięte**
- **Brak programu – dotychczasowy program nie był projektowany do rozpowszechniania on-line**
- **Brak narad – inspirujące zespołowe spotkania zniknęły**

**CZYSTA KARTA – nadrobienie technologicznych zaległości,
możliwość stworzenia programu instytucji na nowo.
Właśnie dziś wszystko jest możliwe!**



Każda zmiana to nowe możliwości,
duża zmiana to duże możliwości.

Poznaj zasady skutecznej
komunikacji w czasach pracy zdalnej.

CZAS PANDEMII TO KONIECZNOŚĆ ZNALEZIENIA ODPOWIEDZI NA PYTANIA O:



- **ZARZĄDZANIE** – jak projektować wydarzenia, żeby zapewnić ciągłość instytucji?
Które procesy możemy uprościć, a które zdigitalizować?
Jak nie wytracić twórczego potencjału narad?
- **PUBLICZNOŚĆ** – gdzie ją znaleźć? Jak do niej dotrzeć? Które narzędzia są najbardziej efektywne?
- **PROGRAM** – co możemy zaproponować nowego i adekwatnego do sytuacji? Jaka ma być
nasza instytucja w czasach izolacji? Jak przenieść siłę wspólnoty, nie będąc razem w przestrzeni?
- **PRZYSZŁOŚĆ** – co nas czeka? Jak zmienią się instytucje po kryzysie?



WSPÓLNOTA

**Komunikacja (z łaciny *communis*)
to dzielenie się lub wspólnota.
Komunikacja wytwarza wspólnotę – istotę kultury.**

Motto naszej firmy powstało w roku 2012. Nigdy przedtem nie było tak aktualne jak dziś. Poniżej znajdą Państwo nasze skuteczne porady, jak wspierać swoją publiczność w czasie pandemii.



Pandemia, lockdown, kryzys instytucji – prawdopodobnie to najtrudniejszy moment w Państwa karierze zawodowej. Emocjonalne wspieranie pracowników, podkreślanie sensu ich pracy to obecnie najważniejsze zadania szefów działów, kierowniczek, dyrektorów czy dyrektorek. Liderzy i liderki nigdy nie byli tak potrzebni. Jesteście bardzo ważni!

WIDEO NARADY

Konieczne spotkania wideo, nie audio (trzeba się uczesać i ubrać);

Organizuj je regularnie, minimum 2 razy w tygodniu (o stałych godzinach);

Macie dostęp do swoich domów – zachęć pracowników do pokazania swojej biblioteki, psa, ogródka. Ważne, żeby rozmawiać nie tylko o pracy.

CZAS PRYWATNY

Podkreślaj, kiedy kończy się praca – ważne, żeby pracownicy nie pracowali cały czas;

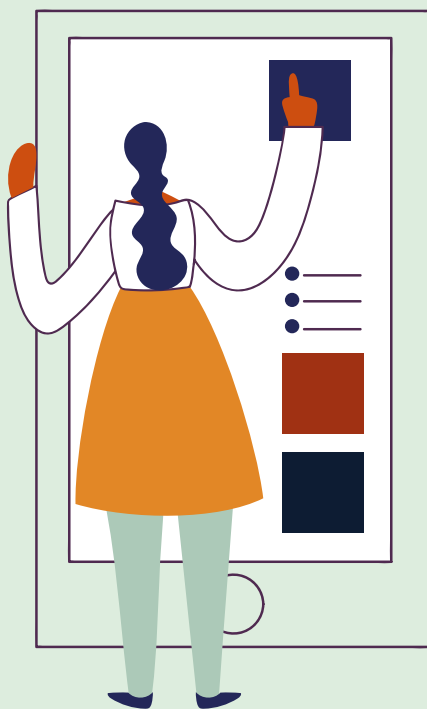
OTWARTE DRZWI

Określ, w jakich godzinach jesteś dostępny/a, wybierz narzędzie cyfrowe. Jasno zachęcaj do kontaktu – pracownicy mogą się wstydzić zadawać pytania.

**Publiczność zamknięta w domach szuka nowych form uczestnictwa w kulturze.
Relacje zbudowane dzisiaj będą procentowały w przyszłości.
Wspólnoty cyfrowe będą trwalsze niż dotychczas.**

Poniżej znajdą Państwo wybór narzędzi i rozwiązań,
dzięki którym przejmiecie częściową kontrolę nad sytuacją.





NARZĘDZIA CYFROWE

NARZĘDZIA CYFROWE

Publiczność zamknięta w domach szuka nowych form uczestnictwa w kulturze. Relacje zbudowane dzisiaj będą procentowały w przyszłości; wspólnoty cyfrowe będą trwalsze niż dotychczas.

ZARZĄDZANIE: monday.com

NARADY: zoom.us

PROGRAM: w oparciu o narzędzia cyfrowe

DOTARCIE: opanowanie algorytmów



Poniżej proponujemy również konkretne przykłady działań programowych.





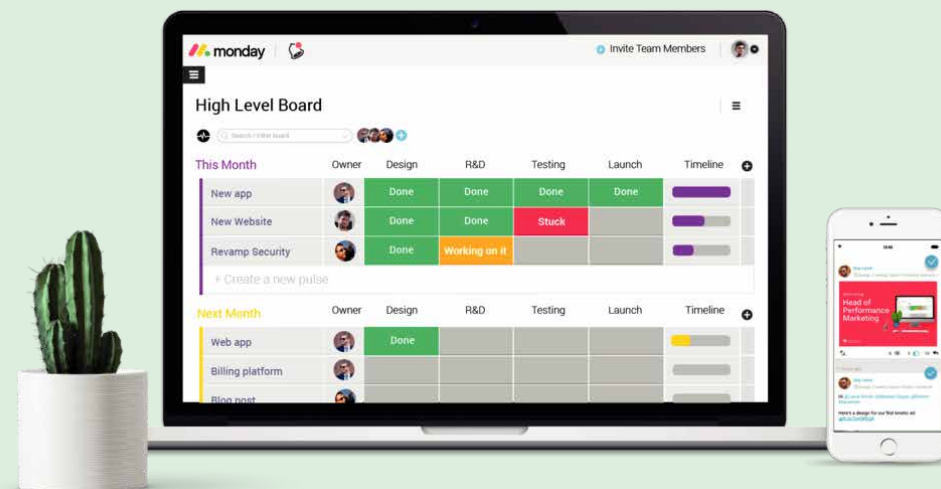
Organizacja pracy: **monday.com**

monday.com to program do zarządzania zadaniami, określania priorytetów i codziennego kontaktu wewnątrz Twojego zespołu.



- intuicyjny i przyjazny
- na desktop i telefon
- wsparcie on-line 24/7
- pakiety od 2, 5, 10 pracowników
- zniżki dla instytucji kultury (15-20%)

- Zespół Szustow. oferuje pełne wsparcie i szkolenie dla pracowników





Narady i konferencje: **zoom**

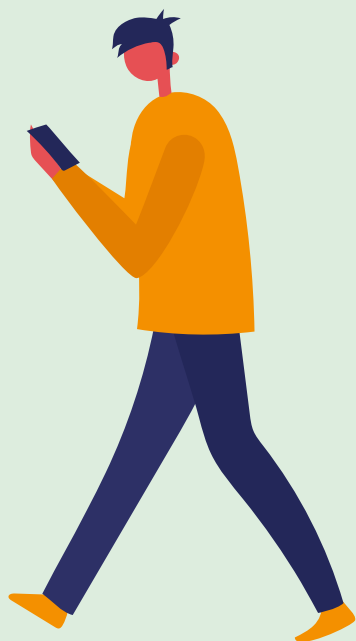
Zoom to nowy standard komunikacji wieloosobowej on-line. Używany 4x częściej niż Skype, 9x częściej niż Google Hangouts.

- różne opcje wyświetlania uczestników (np. powiększenia okna z osobą, która właśnie mówi)
- do 100 uczestników spotkania
- łatwa opcja udostępniania pulpitu i plików
- wygodny livestream do mediów społecznościowych
- archiwizacja: możliwość nagrywania audio i wideo





PROGRAM



Na następnych slajdach prezentujemy kilka naszych pomysłów dla teatrów, bibliotek, domów kultury i muzeów.

Ważne, żeby nowe działania wychodziły ze środka instytucji, współgrając z jej profilem.

Jeżeli potrzebujecie wsparcia w opracowaniu wydarzeń oraz ich realizacji – szczegóły na końcu.



PROGRAM

**Pandemia, lockdown, kwarantanna. Nasza rzeczywistość zmieniła się w ciągu kilku dni.
A instytucje kultury?**

- 1. Instytucja, która nie tworzy aktualnych treści,
to martwa instytucja, której nie interesuje publiczność.**
- 2. Społeczności on-line w najbliższym
czasie to jedyne formy wspólnoty.**
- 3. Instytucja to kontent (treść), to on
tworzy dzisiaj nową tożsamość.**
- 4. Media społecznościowe
to nie słupy ogłoszeniowe.**
- 5. Kluczowa jest dystrybucja treści.
Fani nie zmienią narzędzi dla
instytucji, to instytucja musi być tam,
gdzie oni już są.**



AKTORZY CZYTAJĄ (LIVE!)

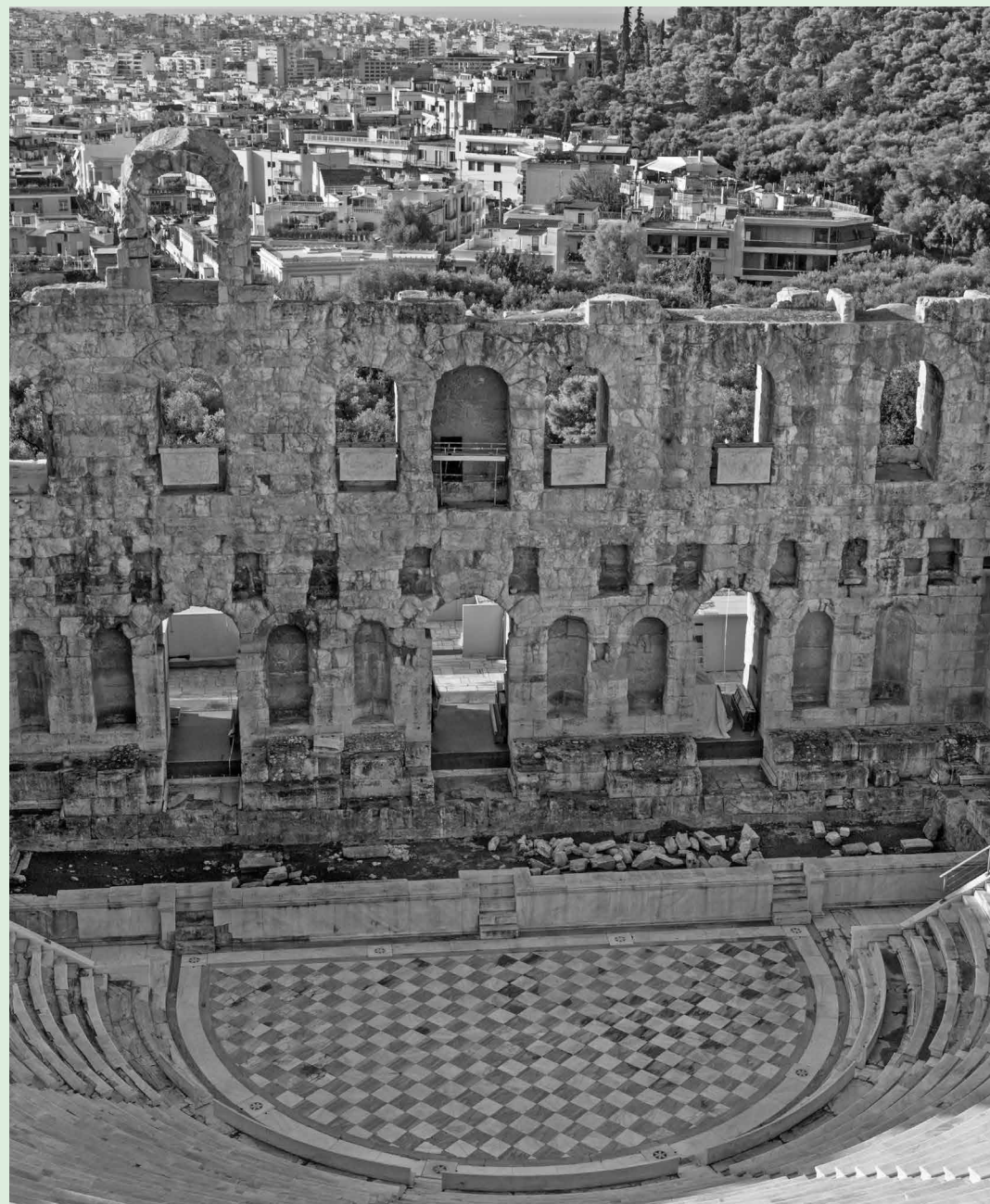
książki ze swojej biblioteki
(regularnie, o określonej godzinie)

GARDEROBIANA OPOWIADA

o najtrudniejszym kostiumie do założenia
(z domu lub magazynu)

DYREKTORKA OPROWADZA

po zakamarkach teatru



WIRTUALNE OPROWADZANIA PO SIEDZIBIE

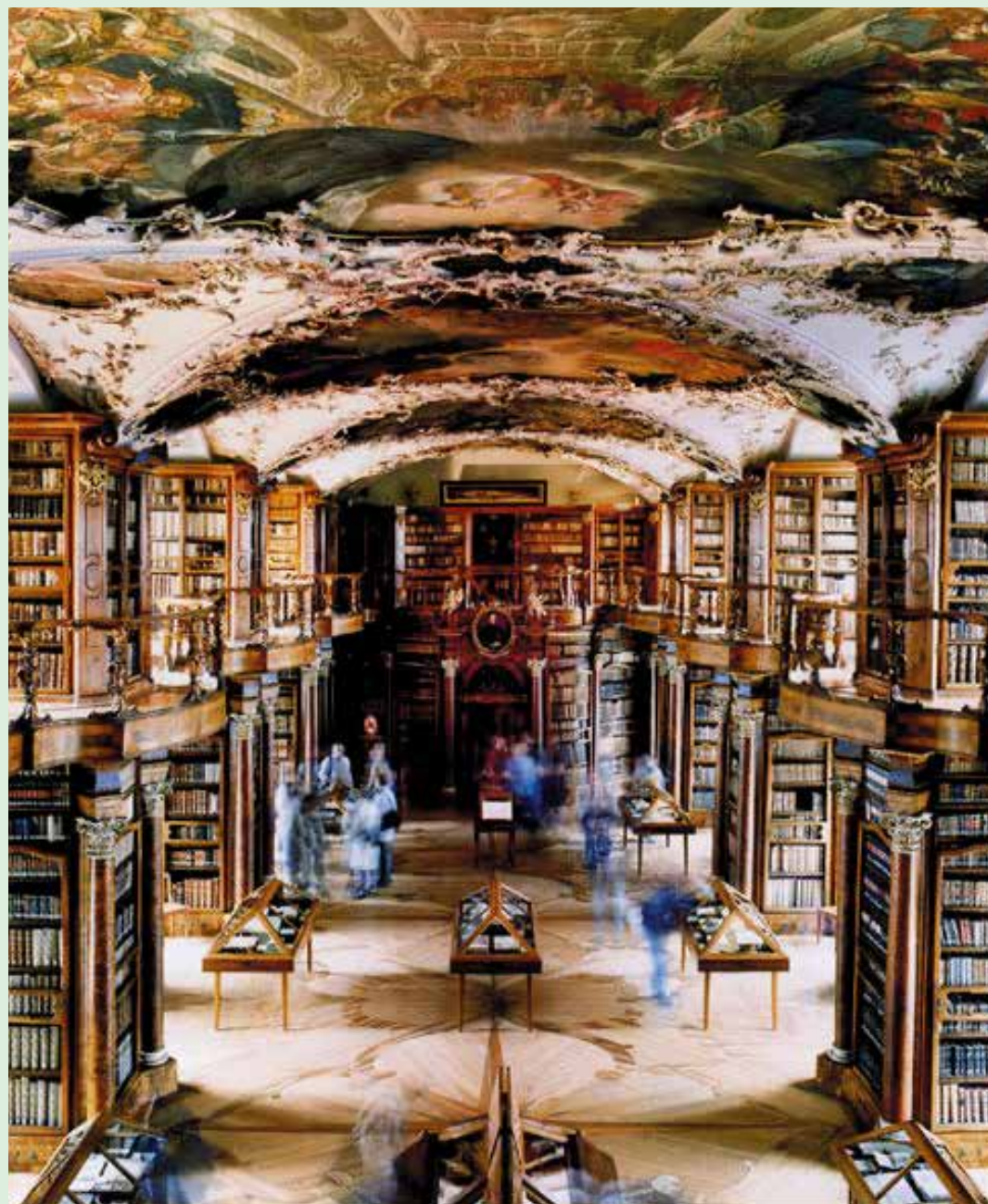
**Ktoś zawsze może odwiedzić budynek.
Nie ma zakazu wejścia do instytucji dla
dyrektorów, głównych pracowników.**

CZYTANIE NA DOBRANOC

Wsparcie dla rodziców z dziećmi. W ramach cyklu bibliotekarki i bibliotekarze czytają książki dla dzieci, wybrane wspólnie z fanami profilu.

SPOTKANIA AUTORSKIE ON-LINE

Bohaterowie spotkań wybierani są w plebiscyie publiczności (z realnych propozycji Biblioteki).



*Biblioteka opactwa św. Galla, Sankt Gallen
foto: Raphaël Labbé*

SĄSIEDZKI NETWORKING

DK znają swoich bywalców, teraz mogą stać się hubem sąsiedzkich relacji. Profil FB staje się sąsiedzkim centrum reagowania, którego działanie dopasowane jest do potrzeb i możliwości mieszkańców.

WARSZTATY I ZAJĘCIA ON-LINE

Bohaterowie spotkań wybierani są w plebiscycie publiczności (z realnych propozycji Biblioteki).



EKSKLUZYWNE OPROWADZANIE (DLA ODWAŻNYCH!)

Jeden gość, jeden pracownik, zachowane wszystkie standardy bezpieczeństwa (rękawiczki, odległość). Relacja live w trakcie.

HISTORIE EKSPONATÓW

O wybranym eksponacie/elemente kolekcji opowiadają pracownicy muzeum. Każdy film uzupełniony jest serią postów i relacji.



„Venus z Willendorfu”
kolekcja Muzeum Historii Naturalnej w Wiedniu

NIEOCZYWISTE PARTNERSTWA

Jest wiele profili zainteresowanych twoimi treściami.

IF YOU THINK
ARTISTS ARE USELESS
TRY TO SPEND YOUR
QUARANTINE
WITHOUT MUSIC, BOOKS
POEMS, MOVIES AND
PAINTINGS



W KAŻDYM DOMU JEST ODBIORCA TWOJEJ INSTYTUCJI





Przeprowadzona przez Global Web Index analiza zmian zachowań użytkowników Internetu (USA, Wielka Brytania) w okresie obecnej izolacji z podziałem na cztery pokolenia: Z (16-23 lata), millenialsi (24-37 lat), X (38-56 lat), boomersi (56-64 lata) pokazuje, że:

- **Wszyscy użytkownicy deklarują, że poszukują treści, które mają poprawić ich nastrój czy wprowadzić w lepszy humor**
- **Ponad 80% odbiorców zaobserwowało wzrost swojego zapotrzebowania na dostęp do mediów on-line**
- **Pokolenie Z to jedyne pokolenie, które chętniej słucha muzyki niż czyta wiadomości**
- **Izolacja sprawia, że jesteśmy bardziej skłonni inwestować w płatne subskrypcje (np. prawie 1/3 przedstawicieli Pokolenia Z rozważa wykupienie dostępu do Netflix)**

PO IZOLACJI

Większość oglądających obecnie filmy on-line, deklaruje, że będzie kontynuowała ten rodzaj uczestnictwa w kulturze wizualnej. Nie zamierzają zrezygnować z nowych płatnych subskrypcji.

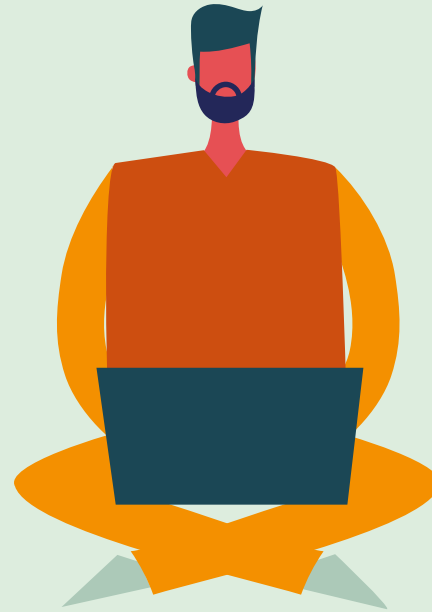
Kobiety znacznie częściej niż mężczyźni deklarują chęć kontynuowania czytania i słuchania podcastów po zakończonej epidemii. Mężczyźni nastawiają się na dalszą konsumpcję streamingów na żywo.

68% Millenialsów, którzy sięgnęli teraz po podcasty twierdzi, że w przyszłości będzie słuchało ich tyle samo, co obecnie.

5 NAJWAŻNIEJSZYCH ZASAD KOMUNIKACJI ON-LINE:

- 1. Prowadź dialog, nie monolog – nie nauczaj, nie pouczaj.**
- 2. Angażuj publiczność – w on-line nie ma „wizów”, są uczestnicy dyskusji, zaangażowanie to kapitał.**
- 3. Bądź dostępny – publiczność potrzebuje Cię teraz bardziej niż kiedykolwiek.**
- 4. Wykorzystuj kontent, który masz – każdy materiał może stać się krótkim hasłem do dyskusji, dłuższą wypowiedzią, podcastem audio, vlogiem lub blogiem.**
- 5. Słuchaj i badaj – publiczność wie, które treści jej się podobają i czego szuka na profilu instytucji. Pytaj! A dostaniesz gotowe pomysły na dalsze działania.**



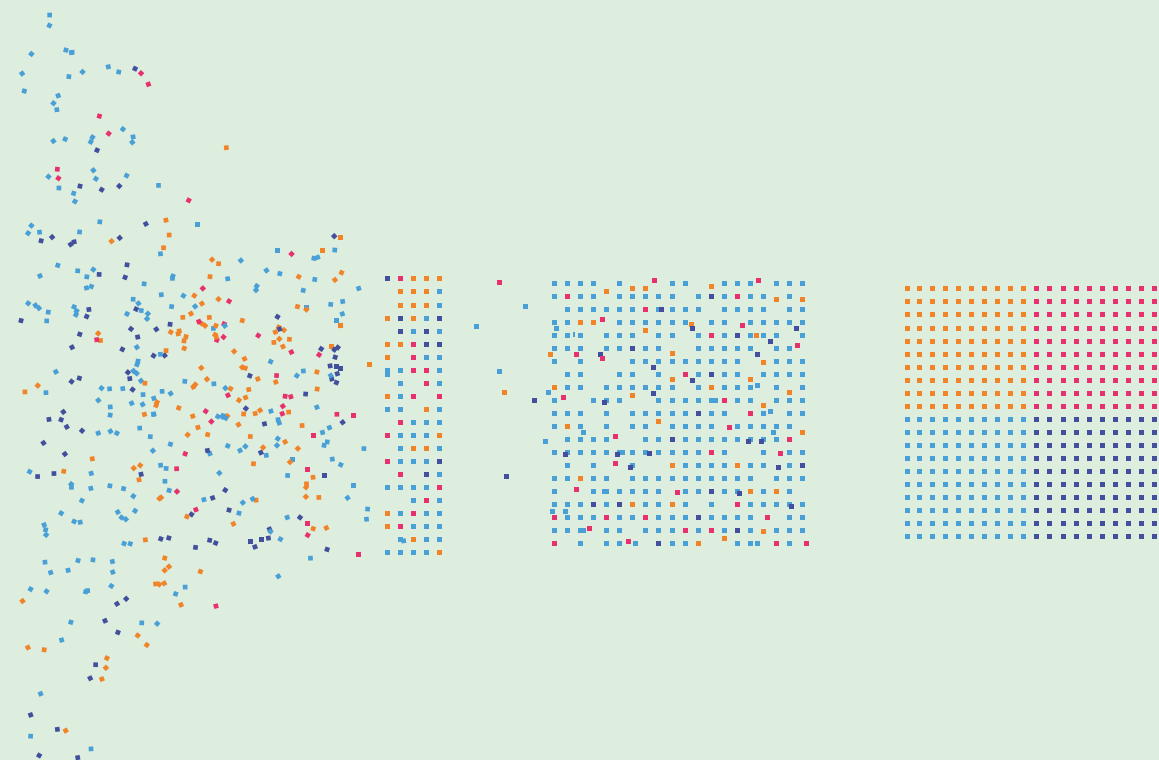


DOTARCIE

ALGORYTMY NIE SĄ TAKIE STRASZNE

Ciągle słyszymy, że algorytmy rządzą mediami społecznościowymi.

Rzadko słyszymy jednak o tym, że z tych algorytmów możemy realnie korzystać!



Poniżej parę porad.



- 1. Na wszystkie komentarze odpisuj w ciągu max 60 min.
Po tym czasie algorytm „zapomina” o zaangażowaniu.**
- 2. Odpowiadaj wyłącznie pełnymi zdaniami.
Odpowiedzi nie mogą być zawsze identyczne.
Same emotikony się nie liczą.**
- 3. Hasztagi muszą być celowe. Im większy hasztag,
tym większa szansa, że znikniesz w szumie
informacyjny – lepsze są małe i średnie hasztagi
docierające bezpośrednio do wąskich
grup zainteresowanych konkretnym tematem.**
- 4. Nie edytuj postów i komentarzy, jeśli nie jest to
absolutnie konieczne – lepiej skasować post
i opublikować od nowa, niż edytować.**



**Główne
Zasady
Algorytmów**



WSPARCIE

JEŻELI:

- **potrzebujesz więcej informacji,**
- **chcesz otrzymywać darmowe porady,**
- **zastanawiasz się,**
jaka przyszłość nas czeka,

ODEZWIJ SIĘ!

Czekamy na Wasze maile:

komunikacja@szustow.com

Jeżeli potrzebujesz
indywidualnego wsparcia



SZUSTOW. KULTURA I KOMUNIKACJA

działa na rynku od 2012 r. Współpracuje z instytucjami kultury, biznesem i dyplomacją. Wspiera działania edukacyjne i społeczne.

Do grona 90 klientów należeli m.in.: Muzeum Sztuki Nowoczesnej („Wróblewski Recto/Verso”), Nowy Teatr (inauguracja), oba teatry Krystyny Jandy (Teatr Polonia i Och-Teatr), Fundacja Współpracy Polsko-Niemieckiej (Dni Mediów), Ambasada Republiki Korei w Polsce (Warszawski Festiwal Filmów Koreańskich), Transatlantyk Festival, Audioriver Festival, czy Bibliotekarki z Jarocina.

Firma SZUSTOW. prowadziła szkolenia z komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej dla firm i instytucji kultury (m.in. Poznań, Łódź, Warszawa). Do sukcesów firmy należy zaliczyć wprowadzenie na rynek Kwartalnika „Przekrój” w 2016 r. Od 2016 roku firma zarządzana jest zdalnie i działa między Zurychem a Warszawą.

www.szustow.com

KOMPLEKSOWE USŁUGI DLA SEKTORA KREATYWNEGO



ŚWIAT PO PANDEMII

COVID-19 wymusza nowe podejście do kultury, nie tylko na czas pandemii. Uczestnictwo w kulturze zmieni się definitywnie. Właśnie teraz publiczność uczy się, przyzwyczaja oraz zaczyna doceniać kulturę on-line. Te nowe kompetencje nie znikną. Widzowie będą szukali wydarzeń on-line również po okresie izolacji. Praca, którą teraz wykonają instytucje zaowocuje nowymi relacjami. Dziś jest czas na eksperymenty i wypracowanie nowych form kontaktu z publicznością. Przed nami kultura bez barier czasowych i geograficznych o egalitarnym charakterze uczestnictwa.

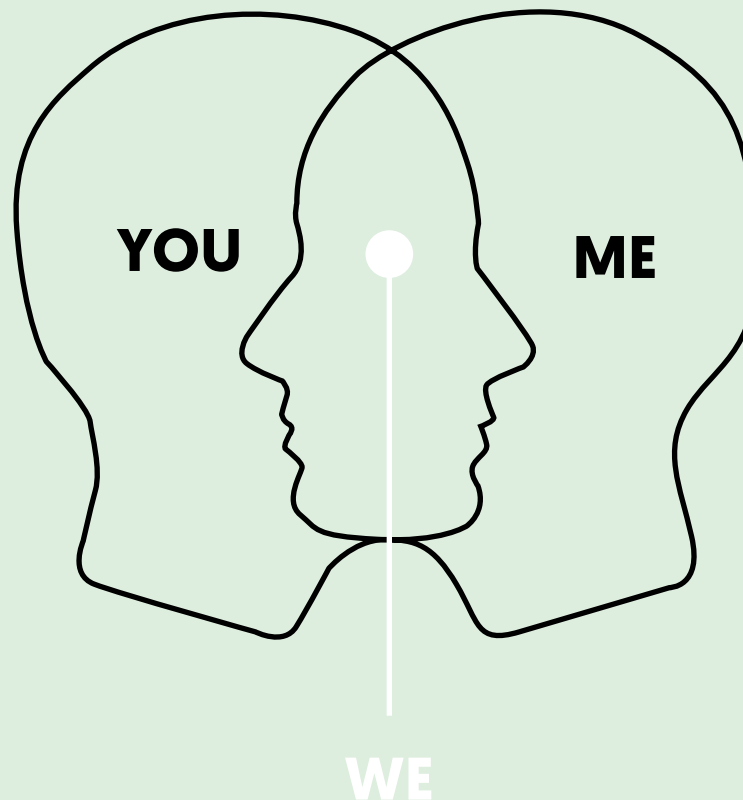


WSPARCIE

Rzeczywistość wirtualna nie jest jednolita, dystrybucja treści między różnymi platformami jest dziś ważniejsza niż kiedykolwiek.

Obecnie zapraszanie do siebie już nie działa, instytucje muszą znaleźć odbiorców w wybranych przez nich kanałach kontaktu z rzeczywistością cyfrową. Znamy te narzędzia i wiemy, jak w nich skutecznie zaistnieć.

Jeżeli potrzebujecie wsparcia, Zespół SZUSTOW. KULTURA I KOMUNIKACJA jest gotowy do współpracy.



KONTAKT

KATARZYNA SZUSTOW

+48 607 22 16 57

+41 787 044 057

K.SZUSTOW@SZUSTOW.COM



Jestem do Państwa dyspozycji
również tutaj:

Facebook
WhatsApp
Google Hangout
Instagram
Skype
LinkedIn

Ten poradnik przygotowaliśmy dla Was i dla wszystkich instytucji kultury. Podzielcie się nim.

W przypadku cytowania, kopiowania będzie nam bardzo miło, jeżeli podacie link do strony:

www.poradnik.szustow.com