CAMPANIA SAY IT:
CUM SĂ TRANSFORMI O IDEE ÎN STRATEGIE

Gabriela STRATU,

masterandă, anul I, Facultatea de Jurnalism și Științe ale Comunicării

CZU: 659.3:378.4:070(478) c204stratugabriela@gmail.com

Campania „SAY IT!" - Campania comunicatorilor de la USM. Este o campanie menită să promoveze specialitatea de Comunicare și Relații Publice din cadrul Universității de Stat din Moldova.

Bazându-se pe ideea că un comunicator este cel care se face auzit prin creativitate, curaj și idei inovative, avem un îndemn bilateral, care, pe de-o parte se adresează tinerilor absolvenți de liceu/colegiu, iar pe de altă parte comunicatorilor de pretutindeni. Or idea fiind că publicul (adică absolvenții) să fie vizați deja în rolul de comunicatori, ei având tot ce este nevoie pentru a fi specialiști în domeniu: idei, cuvintele potrivite, perspectivă, strategie, viziune etc.

Fiecare dintre aceste elemente se vor regăsi în cele 9 postări din cadrul campaniei, în story-uri, dar și în flyerele care vor fi distribuite în cadrul întâlnirilor cu elevii.

În urma unei ample analize a situației, dar și a pieții din Republica Moldova, am stabilit două obiective primordiale pentru campania noastră, astfel încât să oferim campaniei nu doar posibilitatea de a exista, dar și de a livra rezultate optime în intervalul de lucru propus. Astfel obiectivele, create după modelul SMART sunt: O1: Creșterea notorietății specialității în rândul absolvenților de liceu/colegiu; O2: Atingerea unui public de minim 30-40 persoane interesate în cadrul campaniei (like-uri, share-uri, participarea în cadrul conferințelor sau a evenimentelor realizate în cadrul facultății).

Pentru a fi mai aproape de publicul nostru, care se încadrează într-un specific de vârstă restrâns, dar și care se arată interesat unor activități inovative, dar noninvazive, am ales un slogan în limba engleză, dar care să aibă la baza sa un *call to action* atractiv. „SAY IT!", care în limba română s-ar traduce ca „Spune!" sau „Spune-o!", devine un îndemn pentru elevi să aleagă e specialitate unde sunt încurajați să fie deschiși, creativi și liberi în a crea noi dimensiuni și realități așa cum își doresc ei. Alte slogane utilizate în campanie: „Fă-te auzit!"; „Tu ești comunicator!"; „Asta e comunicarea!".

Pentru mediatizarea campaniei am realizat o listă de parteneri media care ne vor oferi vizibilitate și credibilitate în rândul publicului țintă. Majoritatea acestor surse media, indiferent de format, oferă acoperire la nivel național. Acest aspect permite ajungerea la un public extins și divers din întreaga țară.

Fiecare sursă media oferă o varietate de conținut, inclusiv știri, programe de divertisment, emisiuni tematice și interviuri. Acest aspect asigură că potențialii tineri sunt expuși la o gamă largă de informații și perspective.Toate sursele media au o prezență online, oferind acces facil și flexibil la conținut pentru tinerii care utilizează platforme digitale în mod regulat.

Sursele media tradiționale, precum Moldova 1, Jurnal TV și TVR Moldova, aduc cu sine o anumită credibilitate și încredere în ochii publicului. Această credibilitate poate influența luarea deciziilor.

Totodată, buletinele de știri, reportajele, emisiunile TV, interviurile radio și conținutul online beneficiază de o extindere a specificului, astfel având posibilitatea de a le utiliza corespunzător în procesul de promovare (ex. interviu, reportaj, articol informativ etc.).

Pentru postările online, am selectat tematici sugestive, care creează o punte de legătură între sloganul campaniei și specialitatea de comunicare. Totodată grafica imaginilor va aduce o notă puternică de noutate acestei inițiative, luând în considerare activitățile și încercările anterioare de a promova specialitatea de Comunicare și Relații Publice.



Fig. Model postare în campanie

Sursa: Elaborat de autor

Referințe:

1. CMECIU C. *Tendințe actuale în campaniile de relații publice*. Iași: Polirom, 2013. ISBN 978- 973-46-3898-7, 198 p.
2. Plan de învățământ „Comunicare și Relații Publice USM 2023”. În: https://admitere.usm.md/wp-content/uploads/0321.2-Comunicare-si-relatii-publice.pdf
3. 8M. International women’s day. Madrid City Council.În: https://www.behance.net/gallery/62962457/8M-International-womens-day-Madrid-City-Council

Recomandat
***Andrei PERCIUN**, dr., lector univ.*