

# WRITE A COMMUNICATION PLAN

In the table below, answer the questions about the components of your communication plan. Be as specific as possible. Each column represents a different target audience, if you have more than one.

Goals	How will your plan affect each target audience?		
	PRIMARY Is most affected by your message	SECONDARY Message heard through primary audience member or other unintentional source	TERTIARY Has little interest in, or access to, your message
<b>What are your goals?</b> (Make sure your goals are specific, measurable, attainable, relevant, and timely.)	- Zorganizovať do konca septembra konferenciu pre 50 ľudí - Spropagovať firmu Ravenville a seba medzi potenciálnymi klientami - Získať know-how z oblasti plánovania podujatí - Získať 1-5 nových členov do klubu a budúcich spolupracovníkov Existujúci tvorcovia obsahu, 25-35 rokov	Toastmasters a rečnícka komunita	Korporátna komunita profesionálov
Message			
<b>What message do you need to communicate?</b>	Prídte spoznať ľudí ako ste vy. Posuňte svoju tvorbu na vyššiu úroveň a prídte si vypočuť rečníkov, ktorí majú bohaté skúsenosti vo svojom obore.	Prídte sa pozrieť na reálne podujatie organizované komunitou Toastmasters pre ľudí mimo Toastmasters. Spoznajte, kam sa viete ako rečníci časom dopracovať.	Firma Ravenville organizuje konferenciu s odborníkmi z oblasti tvorby obsahu a marketingu. Prídte sa pozrieť a spoznať nových ľudí.
<b>Why are you communicating this message?</b>	Takýto typ podujatia na Slovensku neexistuje. Chcem dať o sebe vedieť a spolupracovať s touto cieľovkou aj komerčne.	Chcem komunite Toastmasters ukázať, kam sa môžu dostať ako rečníci a ako organizátori. Chcem, aby sa ku mne pridali, prišli sa učiť a pomôcť mi s ďalšími akciami.	Chcem len dať vedieť, že nejaké podujatie bude. Nečakám, že sa na ňom títo ľudia objavia, no zároveň rád sa nechám prekvapiť.
<b>What actions/attitudes do you hope others will adopt?</b>	Verím, že radi prídu a že budú aktívne pozývať aj známych, ktorí sa venujú tvorbe obsahu.	Komunita Toastmasters je skôr pasívna. Čakám, že sa zúčastní aspoň pár členov klubu Toastmasters Košice a z nich sa aspoň 1-2 zapoja do ďalších podujatí.	Čakám nanajvýš lajk príspevku na sociálnej sieti.
<b>How will each audience be affected by your message?</b>	Komunita z okolia Košíc a Prešova príde. Širšie okolie nečakám, kým si konferencia nevybuduje meno.	Zaujme ich, ale väčšina slovenskej komunity sa nezúčastní.	Minimálne.

Communication Channels	How will your plan affect each target audience?		
	PRIMARY Is most affected by your message	SECONDARY Message heard through primary audience member or other unintentional source	TERTIARY Has little interest in, or access to, your message
Which communication channels do you intend to use? (Possible channels include in-person, online, marketing material, etc.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ústne podanie</li> <li>- Online komunikácia</li> <li>- Marketingové materiály</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ústne podanie</li> <li>- Online komunikácia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Online komunikácia</li> </ul>
What communication mediums do you intend to utilize? (e.g., If you chose online communication, you might connect through email.)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sponzorovaná reklama na Facebooku</li> <li>- Príspevky na LinkedIne</li> <li>- YouTube video</li> <li>- Letáky rozvešané na strategických miestach</li> <li>- Webstránka podujatia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Email</li> <li>- Messenger a Discord skupiny</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- LinkedIn a YouTube video</li> </ul>
Timeline			
What are the milestones of your message and when should you reach them?	Tvorba webu, vytvorenie podujatia na sociálnych sieťach - 3 mesiace vopred Videá zo zákulisia - priebežne až do akcie Letáky - tri týždne pred akciou	Oznam tri mesiace pred akciou a mesiac pred akciou. Užšia komunikácia len s tými, ktorých to zaujme.	Zdieľanie podujatí na sociálnych sieťach mesiac vopred. Videá zo zákulisia prípravy priebežne.
How frequently do you expect to be in contact with your audience?	Zo začiatku raz týždenne, mesiac pred akciou raz za 2-3 dni.	Často, keďže som súčasťou tejto komunity.	Raz týždenne.
Evaluation			
How will you evaluate your efforts?	Registrovaným účastníkom pošlem po akcii dotazník. Networking po akcii.	Vyžiadam si spätnú väzbu, ústne. Vyhodnotím si, koľko ľudí z komunity prišlo a koľkí budú uvažovať o spolupráci.	Registrovaným účastníkom pošlem po akcii dotazník.

