

KOMUNIKACJA W KULTURZE

Monika Domańska i Natalia Kaczor

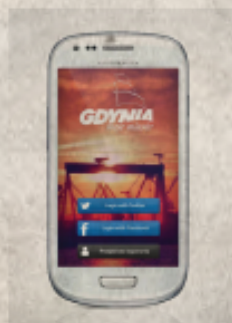


GOYNI
KULTURALNA

INFORMACJE O WYDARZENIACH KULTURALNYCH:

- trafiają do jednego źródła, skąd są dystrybuowane poszczególnymi kanałami
- są dopasowane do różnego grona odbiorców w zależności od kanału
- są spójne
- są łatwo i powszechnie dostępne
- stanowią narzędzie budowania pozytywnych relacji pomiędzy instytucjami kultury i odbiorcami
- budują wizerunek Gdyni jako miasta o atrakcyjnej ofercie kulturalnej

GDYNIAKULTURALNA.PL



facebook



gdyński
kwartalek
kulturalny

re:tusz



tumblr.

Facebook

- budowanie społeczności wokół marki
- rodzaj infotainment (wybrane newsy w rozrywkowej formie - zdjęcia, filmy)
- tygodniowe dotarcie do około 20 000 osób (znajomi fanów)
- możliwość taniego i efektywnego promowania postów

Twitter

- bardzo aktywne grono fanów
- szybki i bezpośredni dostęp do dziennikarzy i redakcji
- możliwość przekazywania wielu informacji dziennie
- zbliżona konwencja do rozmowy internetowej, dialog z użytkownikami
- łatwość w analizowaniu wpisów dotyczących miasta

Blog Tumblr

- cotygodniowe publikacje osób związanych z kulturą m.in. Jerzy Gruza, Antek Michnik, Lena Dula, Paweł Huelle
- możliwość umieszczania dłuższych form jak wywiady, recenzje, felietony, także w formie audio i wideo
- załączek publicystycznego portalu Gdynia Kulturalna

re:tusz gdyński informator kulturalny:

- nakład 10 000 szt.
- duża ilość punktów dystrybucji (Gdynia, Sopot, Gdańsk)
- cyfrowa wersja informatora
- świetny odzew czytelników
- atrakcyjna forma graficzna
- nowa szansa na promocję wydarzeń

aplikacja mobilna:

- stworzona na Androida i iOS
- stale aktualna lista wydarzeń kulturalnych
- możliwość geolokalizacji obiektów kultury
- tworzenie spersonalizowanej listy wydarzeń
- połączenie do mediów społecznościowych

Portal GdyniaKulturalna.pl

- przeobrażenie strony internetowej w portal kulturalny
- zbieranie wszystkich informacji kulturalnych z miasta
- rozbudowana część publicystyczna: blogi, recenzje,
- dużo treści audio-wizualnych np. zdjęć, videorelacji
- kulturalny gdyński newsletter

Nie możemy działać bez:

- ścisłej współpracy z przedstawicielami organizacji
- dostarczania materiałów przez instytucje i organizacje:
 - plany
 - zapowiedzi
 - relacje (np. fotograficzne)
- możliwości zbierania materiałów (wejściówki na wydarzenia dla ekipy redakcyjnej, fotograficznej)
- pomocy w dotarciu do osób zaangażowanych w poszczególne projekty
- możliwości korzystania z materiałów archiwalnych

CO OFERUJEMY?

- Dotarcie do nowych grup odbiorców
- Odświeżenie wizerunku
- Nowe materiały promocyjne
- Know how marketingowy







Before donation.



After donation.



The response.



DZIĘKUJEMY!

Monika Domańska i Natalia Kaczor
rzeczniczki ds. kultury

rzecznik@gdyniakulturalna.pl

www.gdyniakulturalna.pl

www.fb.com/gdyniakulturalnapl

www.twitter.com/gdyniakultura

www.gdyniakulturalna.tumblr.com