

PRILOG 2 FACEBOOK DOGAĐAJ (EVENT) I FACEBOOK OBJAVA ULIČNE AKCIJE

**PLATFORMA PROMENI NAMENJENA JE SVIMA KOJI
ŽELE DA SE POKRENU KAKO BI STVORILI
POZITIVNU PROMENU U SVOJOJ LOKALNOJ
SREDINI**

Projekat Promeni je pokrenut kroz projekat **Tvoje mesto u Srbiji** koje Nacionalna koalicija za decentralizaciju sprovodi u partnerstvu sa CRTA-om, Fondacijom Jelena Šantić, ORCA-om i Media reform centrom. Podržavamo aktivne građane/ke udružene u formalne ili neformalne lokalne inicijative.

Kreiranje FB događaja:

FB događaj bi trebalo kreirati nedelju dana pre održavanja same ulične akcije. Događaj bi trebalo da sadrži:

- Adekvatnu fotografiju sa jasnom porukom (dimenzije 1920 x 1080, razmera 16:9);
- Ime događaja, po mogućstvu neki slogan koji je lako pamtljiv i interesantan;
- Lokacija održavanja ulične akcije (ako nema konkretne lokacije, uvek može da se upiše adresa kako bi zainteresovani mogli da vas lako pronađu);
- Opis događaja. Što konkretniji i koncizniji. Poželjno je da tekst ne bude duži od 90 karaktera ali ne nije problem kada je opis duži;
- Bira se kategorija događaja. Uglavnom su sve akcije OCD-a svrstane pod „Causes“
- Vreme događaja (Frequency). Obično se naše ulične akcije organizuju u jasno definisanom terminu tako da uvek treba precizirati tačno vreme akcije;
- Co-hosts: Za co-hostove treba obavezno odabrati neku partnersku organizaciju koja pomaže pri organizaciji ili nekog uticajnog građanina koji može da doprinese većoj vidljivosti događaja kroz pozivanje svojih prijatelja da se priključe akciji. Inače, svako od pozvanih na događaj treba da pozove svoje prijatelje i poveća vidljivost događaja.
- Događaj može da se zakaže i da se pojavi na FB u određeno vreme;
- Za ulične akcije nema prodaje karata;
- Za FB događaj se može podesiti vidljivost, tj. možete isključiti određenu ciljnu grupu koja može da vidi vaš događaj;

Promocija događaja:

Događaj na FB bi trebalo promovisati 4 dana pre samog događaja. Okvirni budžet za promociju je 20\$ (5\$ dnevno). Jako je važno izabrati konkretnu publiku koju ćemo ciljati kako bi događaj bio posećeniji. FB je unapredio svoj algoritam do te mere da možemo pronaći usko targetirane pojedince bilo gde u Srbiji ali i svetu. U nastavku navodimo par primera ciljane publike od kojih je jedna samo i isključivo za uličnu akciju:

Primer: Ulična akcija Kruševac:

Size: 52,000 people

- Location: Serbia: Kruševac (+25 mi) Central Serbia
- Age: 21 - 54
- People Who Match: Interests: Media (communication), Community issues, Nonprofit organization, Non-governmental organization, Social movement, Liberty, Voting, Social equality, Activism, Debate, Freedom of speech, Election, Local news, Political science, Social change, Democracy, Politics, Politician or News media

Debata Novi Pazar:

Size: 62,000 people

- Location: Serbia: Novi Pazar (+15 mi) Central Serbia
- Age: 18 - 65+
- People Who Match: Interests: Activism, Novi Pazar, City, Government, Politics, Serbia or Politician

Debata i ulična akcija Užice:

Size: 86,000 people

- Location: Serbia: Titovo Uzice (+25 mi) Central Serbia
- Age: 23 - 54
- People Who Match: Interests: Public health, Community issues, Nonprofit organization, Social movement, Volunteering, Activism, Pollution, Health & wellness, Air pollution, Serbian language, Nature, health, Social change, Serbia or Medicine, Behaviors: Facebook access (mobile): Apple (iOS) devices, Facebook access (mobile): Windows phones or Facebook access (mobile): Android devices, Industry: Community and Social Services or Cleaning and Maintenance Services

FB objava:

Na dan ulične akcije trebalo bi objaviti post sa lica mesta kako biste pozvali i podsetili ljude još jednom na akciju. Objava bi trebalo objaviti na stranici inicijative i u okviru događaja u delu Discussion.



**ČESTO POSTAVLJENA
PITANJA**