



Animal Health Matters.
For Safe Food Solutions.



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Confederation

Federal Department of Economic Affairs,
Education and Research EAER
State Secretariat for Economic Affairs SECO

Створення системи контролю за безпечністю харчових продуктів на основі оцінки ризиків у циклі виробництва та збуту молочних продуктів в Україні

Компонент 3

Тренінг тренера, фокус: малі виробники
Комунікаційні і тренінгові рекомендації

Діяльність 3.1.1.2

Джордж Пінто Ферейра

Київ, 12-16.09.2016

Комунікація і поширення знань

- Те, що я чую, я забуваю.
- Те, що я бачу, я пам'ятаю.
- Те, що я роблю, я розумію.

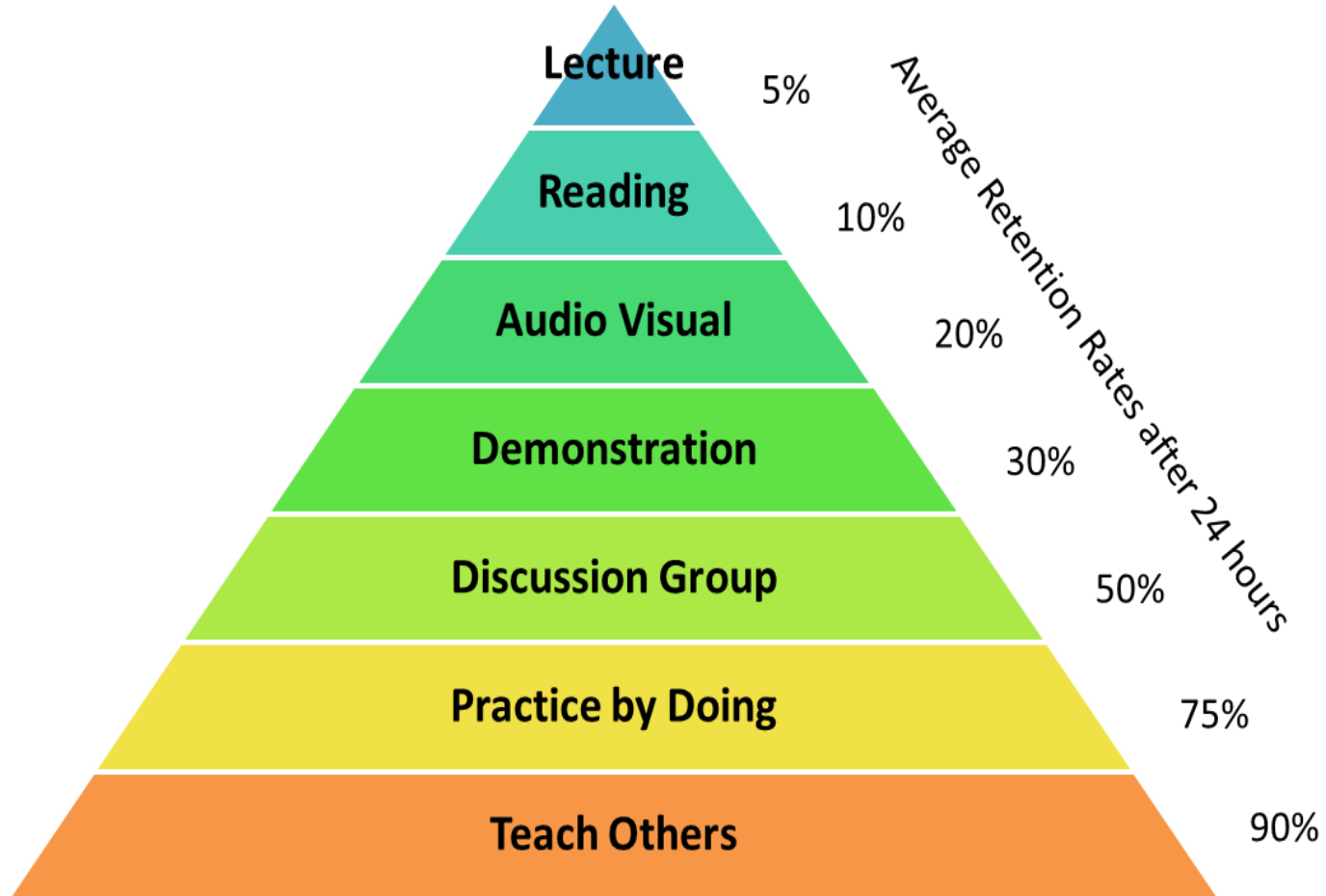


Конфуцій

en.wikipedia.org



The Learning Pyramid



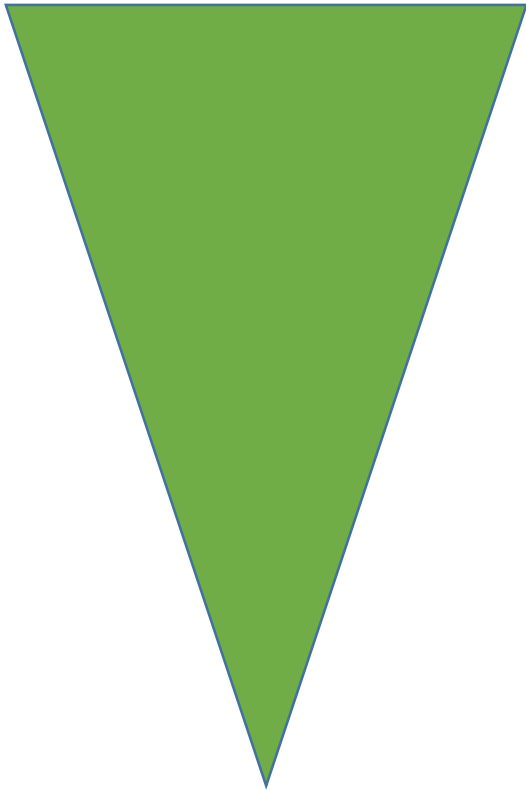
Source: National Training Laboratories, Bethel Maine



Суть топової комунікації

Експерт говорить так

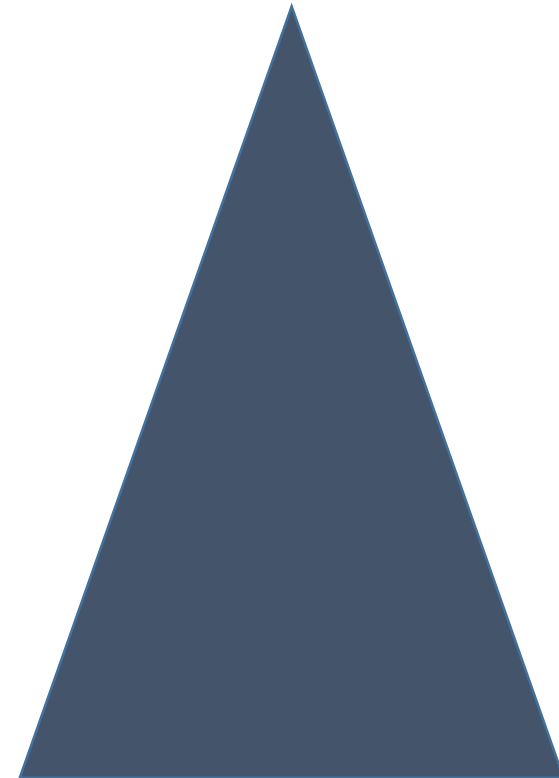
Довге пояснення



Головне повідомлення

Люди слухають так

Головне повідомлення



Довге пояснення

<http://www.who.int/risk-communication>



Давайте розробимо план з *комунікації і поширенню знань...*



www.trinitymesa.org



Етапи розробки комунікаційного плану

- **1. Оцінка наукових підходів**
- 2. Визначити мету комунікації
- 3. Визначити і зрозуміти, кого необхідно долучити
- 4. Розробка повідомлень
- 5. Тестування повідомлень
- 6. Вибір медіа і каналів розповсюдження повідомлень
- 7. Визначити оптимальний час доставлення повідомлення
- 8. Запуск кампанії

From: <http://caninerabiesblueprint.org/Communications-plan?lang=en>



Етапи розробки комунікаційного плану

- 1. Оцінка наукових підходів
- **2. Визначити мету комунікації**
- 3. Визначити і зрозуміти, кого необхідно долучити
- 4. Розробка повідомлень
- 5. Тестування повідомлень
- 6. Вибір медіа і каналів розповсюдження повідомлень
- 7. Визначити оптимальний час доставлення повідомлення
- 8. Запуск кампанії



2. Визначення цілей комунікації

Запитайте в себе наступні запитання:

- *Що я хочу змінити?*
- *Як я можу це змінити?*

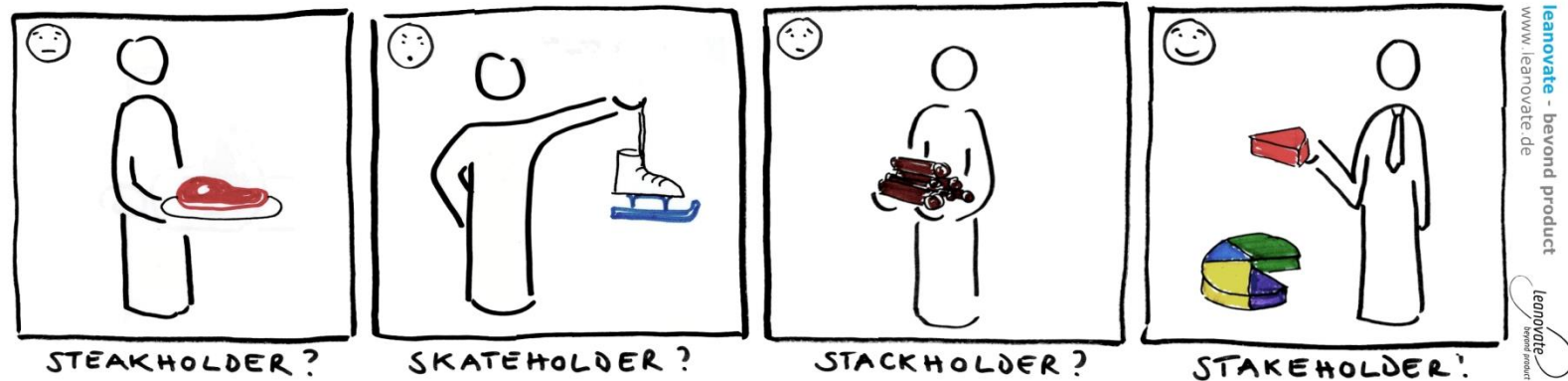
Далі наступне...

- *Хто є цільовою аудиторією?*
- *Що вона вже знає?*
- *Що їй необхідно знати?*
- *Що я хочу змінити у способі їхнього мислення і діях з точки зору безпечності та якості молока?*
- *Що показують дані з цього питання?*



3. Визначення і розуміння сторін, яких необхідно залучити (аналіз зацікавлених сторін)

Що/Хто є “зацікавленою стороною” ?



www.leanovate.de

КРИТИЧНЕ ЗАВДАННЯ: КАРТУВАННЯ ЗАЦІКАВЛЕНИХ СТОРІН



3. Визначення і розуміння сторін, яких необхідно залучити (аналіз зацікавлених сторін)

- Це допоможе вирішити:
 - a) Хто буде *отримувати* ці повідомлення (цільова аудиторія).
 - b) Хто допоможе *залучити* цільову аудиторію
 - c) Хто може допомогти *переконатися*, що *повідомлення перетворюються в дію* і надавати цю інформацію протягом тривалого часу.

Кому виробники схильні довіряти? Чи існують «фермерські мережі»?



Етапи розробки комунікаційного плану

- 1. Оцінка наукових підходів
- 2. Визначити мету комунікації
- 3. Визначити і зрозуміти, кого необхідно долучити
- 4. Розробка повідомлень
- 5. Тестування повідомлень
- 6. Вибір медіа і каналів розповсюдження повідомлень
- 7. Визначити оптимальний час доставлення повідомлення
- 8. Запуск кампанії

From <http://caninerabiesblueprint.org/Communications-plan?lang=en>



4. Розробка повідомлень

- Повідомлення має **відповідати цілям!**
- Мета комунікації – **змінити спосіб мислення і дій.**
- Тому рекомендації, які ви надаєте, мають бути для **учасників реальними для виконання**



Як найкраще написати повідомлення

- Зведення до мінімуму (або виключити) використання **технічних, наукових термінів** (крім випадків, коли це необхідно)
- Переконатися, що **слова, які ви використовуєте, зрозуміє загальна аудиторія.**
- Використовуйте короткі, зрозумілі речення або фрази, переконайтеся, що вони не є неоднозначними і намагайтеся звести до мінімуму можливість двозначного розуміння.



Як найкраще написати повідомлення

Картинка – краще тисячі слів...



commons.wikimedia.org



Як найкраще написати повідомлення

Проте будьте обережними...що ви бачите тут?



en.wikipedia.org



Етапи розробки комунікаційного плану

- 1. Оцінка наукових підходів
- 2. Визначити мету комунікації
- 3. Визначити і зрозуміти, кого необхідно долучити
- 4. Розробка повідомлень
- 5. **Тестування повідомлень**
- 6. Вибір медіа і каналів розповсюдження повідомлень
- 7. Визначити оптимальний час доставлення повідомлення
- 8. Запуск кампанії

From <http://caninerabiesblueprint.org/Communications-plan?lang=en>



5. Тестування повідомлень

- Чи люди звертають увагу на повідомлення?
- Чи люди розуміють повідомлення?
- Чи люди запам'ятовують і застосовують повідомлення?



Етапи розробки комунікаційного плану

- 1. Оцінка наукових підходів
- 2. Визначити мету комунікації
- 3. Визначити і зрозуміти, кого необхідно долучити
- 4. Розробка повідомлень
- 5. Тестування повідомлень
- 6. **Вибір медіа і каналів розповсюдження повідомлень**
- 7. Визначити оптимальний час доставлення повідомлення
- 8. Запуск кампанії

From <http://caninerabiesblueprint.org/Communications-plan?lang=en>



6. Вибір медіа і каналів/інструментів для поширення повідомлень

- Які канали комунікації є доцільними?
- З якими каналами ми можемо працювати?
- Чи можемо ми поєднати різні канали комунікації?

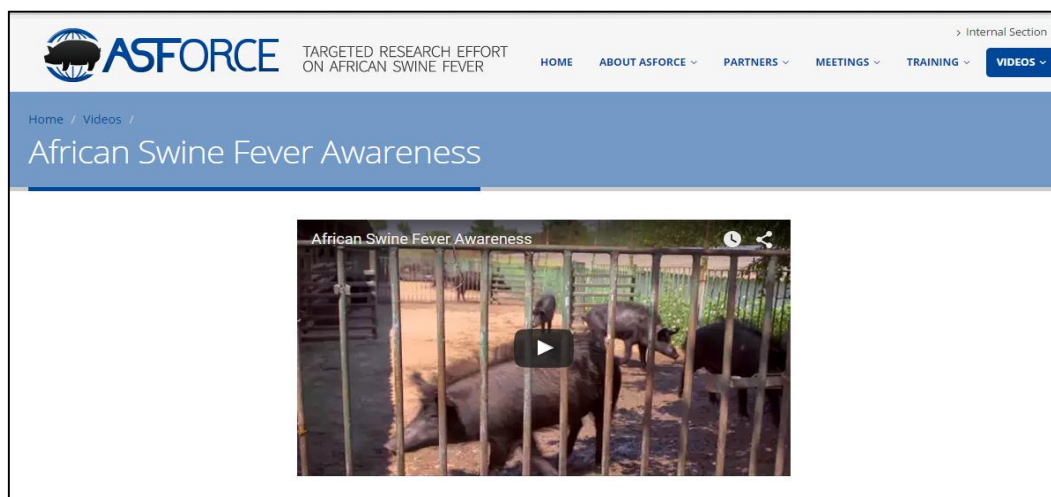


6. Вибір медіа і каналів/інструментів для поширення повідомлень

- Які комунікаційні канали є **найбільш звичними** для цільової місцевості? І чи хочемо ми їх використовувати?!?
- Яким комунікаційним каналам **найбільше довіряє** цільова аудиторія?
- Які канали комунікація ми можемо **дозволити** собі в межах нашого бюджету?



Відео з підвищення обізнаності про АЧС



Перевір!

<http://asforce.org/blog/111>



Етапи розробки комунікаційного плану

- 1. Оцінка наукових підходів
- 2. Визначити мету комунікації
- 3. Визначити і зрозуміти, кого необхідно долучити
- 4. Розробка повідомлень
- 5. Тестування повідомлень
- 6. Вибір медіа і каналів розповсюдження повідомлень
- 7. Визначити оптимальний час доставлення повідомлення
- 8. Запуск кампанії

From <http://caninerabiesblueprint.org/Communications-plan?lang=en>



7. Визначення оптимального часу для доставлення повідомлення

- Чи відбуваються інші події протягом цього періоду часу, які будуть вступати в протиріччя з повідомленнями щодо якості молока?
- Чи відбуваються інші події протягом цього періоду часу, які будуть доповнювати повідомлення щодо якості молока?
- Чи можуть повідомлення про якість молока транслюватися в той же період часу, як й інші повідомлення в галузі охорони здоров'я?



Етапи розробки комунікаційного плану

- 1. Оцінка наукових підходів
- 2. Визначити мету комунікації
- 3. Визначити і зрозуміти, кого необхідно долучити
- 4. Розробка повідомлень
- 5. Тестування повідомлень
- 6. Вибір медіа і каналів розповсюдження повідомлень
- 7. Визначити оптимальний час доставлення повідомлення
- 8. **Запуск кампанії**

From <http://caninerabiesblueprint.org/Communications-plan?lang=en>





Animal Health Matters.
For Safe Food Solutions.



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Confederation

Federal Department of Economic Affairs,
Education and Research EAER
State Secretariat for Economic Affairs SECO

Створення системи контролю за безпечністю харчових продуктів на основі оцінки ризиків у циклі виробництва та збуту молочних продуктів в Україні

Компонент 3

Тренінг тренера, фокус: малі виробники
Комунікаційні і тренінгові рекомендації

Діяльність 3.1.1.2

Джордж Пінто Ферейра

Київ, 12-16.09.2016

Ефективний комунікаційний план

Те, що ви просите людей зробити повинно бути :

Зрозумілим – вони повинні зрозуміти його таким же чином, як ви і планували

Здійсненим – бути можливим зробити так, як ви рекомендували

Заохочувальним - це має змусити людей хотіти зробити так, як ви рекомендували



У загальному (брошури-постери та ін.)

- **Не бійтеся Білого Простору!!!!!!**
 - Зробіть це так, щоб було легко знайти
- **Поганий вибір шрифту**
- Використовуйте шрифт, який легко прочитати. Тому намагайтеся не робити помилок використовуючи *script/handwriting* шрифти.

Source: <http://kallimapaper.com/news-and-blog/storyboard-blog/3-graphic-design-mistakes-avoidbrochures>



Презентації Power points: Кілька основних правил

1) Роби все простіше (принцип K.I.S.S):

2) Обмеж буліти&текст

3) Обмеж переходи&анімацію



Презентації Power points: Кілька основних правил

6) Правильно використовуй колір

8) Використовуй відео або аудіо (вбудовані в твою презентацію)

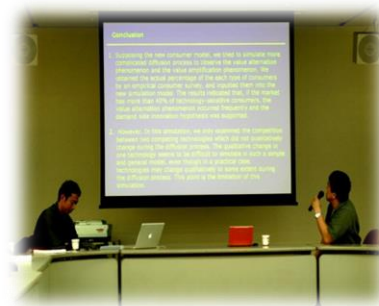
9) Намагайся зробити презентацію короткою

ЗОЛОТЕ ПРАВИЛО: 3 основні повідомлення



Підказки під час презентування:

- Намагайся **уникати читання усього тексту з презентації**. Слайди дають лише структуру твоєї розповіді.



- **Говори прямо до аудиторії**

- Завжди залишай час на **питання** (запитай їх!!)



Брошури

- Формат FAQ (найбільш поширені питання)

- Легко друкувати

- Брошури мають легко друкуватися.

- Не думайте, що ваш дизайнер може читати думки!



African swine fever and the ASFORCE project

African Swine Fever (ASF) is a complex and devastating disease of domestic pigs caused by a complex virus, the only member of the *Asfarviridae* family that is maintained in nature under different and complex epidemiological scenarios, involving domestic and wild swine and soft ticks, genus *Ornithodoros*.

The causative agent (African swine fever virus - ASFV), infects domestic pigs of all ages, without sex predilection, and causes a wide range of clinical signs, in particular those typical of a haemorrhagic fever with multiple organ involvement and mortality rates of up to 100%. Humans are not susceptible to ASFV infection.

The disease was first described in Africa (Kenya) by R. E. Montgomery in 1921. In Europe, ASF was introduced in Portugal in 1957; after eradication of this outbreak it reappeared in the country in 1960 and disseminated from the 60's to the 80 's to Spain, France, Italy, Malta, the Caribbean islands (Cuba, Dominican Republic, and Haiti), Brazil, Belgium and The Netherlands. Up to date, ASF is enzootic in the great majority of Sub-Saharan countries and apart from Sardinia (Italy), EU countries are disease-free upon eradication from Portugal and Spain in early 90 's.

Out of Africa, the ASF silence was broken in 2007 when the disease was declared in Armenia, Georgia, Azerbaijan and spread to the Russian Federation. Up to now the disease remains and spreads in this part of Eastern Europe, and outbreaks were identified in Ukraine in 2012 and lately in Belarus (June 2013).

At present no treatment or vaccine are available and prevention, control and eradication of the disease are mainly based on the implementation of strict and complex sanitary measures. The occurrence of ASF causes significant socio-economic impact in affected countries. The disease has a major negative effect on national, regional and international trade and it seriously affects livelihoods of pig farmers.

The ASFORCE project, aims at contributing to identify and solve main relevant issues regarding the prevention of ASF entry in the EU, mainly focusing on the threat posed by the occurrence and spread of the disease in Eastern Europe.

Download the African Swine Fever Flyer

-  Download
-  Transferir
-  Descargar
-  Télécharger
-  Scaricare
-  скачать
-  Runterladen
-  Истегалити
-  下载

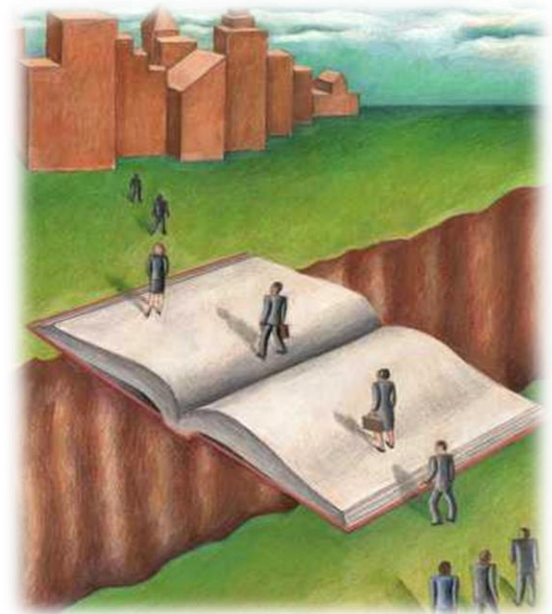


КЛЮЧОВІ МОМЕНТИ

Участь зацікавлених сторін та ефективно поширення знань серед них має важливе значення для поліпшення якості молока.

**Це не легко. Але ти це можеш зробити.
Якщо захочеш.**

Будуй довіру. І мости.



www.illustrationsource.com





Animal Health Matters.
For Safe Food Solutions.



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Confederation

Federal Department of Economic Affairs,
Education and Research EAER
State Secretariat for Economic Affairs SECO



Дякую за вашу увагу
jorge.pinto-ferreira@safoso.ch

Швейцарсько-український проект
“Створення системи контролю за безпечністю харчових продуктів на основі оцінки ризиків у циклі виробництва та збуту молочних продуктів в Україні”

Тел.: [+38 044 279 87 12](tel:+380442798712) (13) Факс: [+38 044 279 88 45](tel:+380442798845)

Адреса: вул. Малопідвальна, 10, оф. 1, Київ, Україна

Web: www.safoso.ch; safoso.com.ua