

Формуляр за партньори на Фондация „Америка за България“

1. Представяне на организацията

Фондация „Клуб Зебра“ е независима неправителствена, неполитическа, религиозно и расово неутрална организация. Целите ѝ са да насърчава, подпомага и укрепва свободата на медиите и на средствата за масово осведомяване; да допринася за издигане авторитета на медиите; да изготвя разработки и да подпомага дейността на други неправителствени организации и държавни институции в насърчаване свободата на медиите и на средствата за масово осведомяване. Тези цели тя осъществява предимно чрез двете медии, които управлява – сайтът clubz.bg и месечното политическо списание „Клуб Z“.

2. Организацията присъства онлайн чрез:

√ Собствен уебсайт – www.clubz.bg

√ Facebook страница – <https://www.facebook.com/MediaClubZ>

√ Facebook страница на списанието –
<https://www.facebook.com/%D0%A1%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B5%D1%82%D0%BE-%D0%9A%D0%BB%D1%83%D0%B1-Z-1566681326888491/>

√ Twitter профил – https://twitter.com/clubz_bg

√ YouTube профил – www.youtube.com/channel/UCmtSDfm9ardnyOoO7dSTDhA

√ Друго: Седмичен подкаст – <https://z-cast.buzzsprout.com/>; Facebook група – <https://www.facebook.com/groups/353049145172777>

2. Посочете кои канали за дигитален маркетинг иска да развива вашата организация?

В настоящия момент основен фокус са профилите на „Клуб Z“ във Facebook и Twitter, както и Facebook групата „Аз чета Клуб Z“.

Особено внимание искаме да обърнем именно на групата, която ни позволява по-пряк досег с най-верните ни читатели.

Друга цел тази година е да разработим страницата на „Клуб Z“ в Instagram, за което досега няхахме нужния ресурс. Снимковият и видео материал, с който разполагаме, често остава неупотребен до максимум в текущата работа на сайта. Акаунт в тази социална мрежа може да е чудесна възможност за разширяване на мултимедийния ни потенциал. Instagram е и социална мрежа, достигаща до повече млади хора – ключова публика, която „Клуб Z“ се старее да достигне и информира по-добре.

3. За всеки от приоритетните канали за дигитален маркетинг опишете накратко какви цели си поставяте.

Групата „Аз чета Клуб Z“: Да достигне 1800 членове и да развие активна среда за обсъждане на ежедневни обществени теми.

Акаунтът на „Клуб Z“ в Twitter: Да достигне 7500 последователи.

Акаунтът на „Клуб Z“ в Instagram: Да събере поне 1000 последователи в рамките на проекта и да изгради свое специфично присъствие в социалната мрежа.

4. Инвестира ли организацията ви в онлайн реклама?

„Клуб Z“ инвестира всеки месец както в реклама на страницата във Facebook, така и в отделни публикации, които искаме да достигнат до максимален брой читатели.

5. Представете кратък план за работата на стажанта.

Ще натоварим стажанта с три задачи:

1. Да поддържа активна групата „Аз чета Клуб Z“ не само със споделяне на материали, но и със зараждане на дискусии и леко модерирание, тъй като по естеството си една група, за разлика от страница, се нуждае от такова.
2. Да разработи и имплементира (с наша помощ) стратегия за Instagram страницата и бъдещето ѝ развитие. Това е акаунтът, в който можем да му дадем най-голяма свобода да започне нещо от нулата и да приложи уменията, които има в тази област.
3. Да помогне с поддръжката на Twitter акаунта ни. Стажантът ще получи обучение за добрите практики при ползване на микроблогинг платформата. Стажантът ще получи достъп до всички нужни акаунти за тези три задачи.