



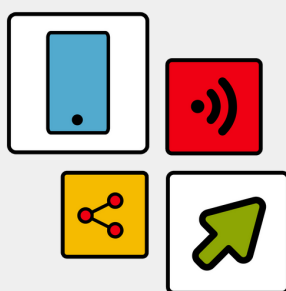
DIGITAL ROUTES

OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

PR. NR. 2020-1-PL01-KA205-080646

IO3-A4

MARKETING KAMPÁNY



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



DIGITAL ROUTES
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

IO3: DIGITALROUTES@CULTURE HÁTIZSÁKOK

A4 – A Digital Routes@Culture marketingkampány gyártása

Vezette:



The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



PROJEKT INFORMÁCIÓK:

PROJEKT MOZAIKSZÓ:	DIGITALROUTES@CULTURE
PROJEKT CÍME:	PROMOTING SOCIAL ENTREPRENEURIAL COMPETENCIES BASED ON THE DIGITALIZATION OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE
PROJEKT SZÁMA:	2020-1-PL01-KA205-080646
PROJEKT WEBOLDALA:	DIGITALROUTES.4LEARNING.EU
KONSZORCIUM:	





Erasmus+

AZ EURÓPAI BIZOTTSÁG E KIADVÁNY ELKÉSZÍTÉSÉHEZ NYÚJTOTT TÁMOGATÁSA NEM JELENTI A TARTALOM JÓVÁHAGYÁSÁT, AMELY CSAK A SZERZŐK NÉZETEIT TÜKRÖZI, ÉS A BIZOTTSÁG NEM TEHETŐ FELELŐSÉ A KIADVÁNYBAN TALÁLHATÓ INFORMÁCIÓK ESETLEGES FELHASZNÁLÁSÁÉRT.



1. Bevezetés

A Cultural Entrepreneurship News szerint "a kulturális vállalkozók olyan kulturális változást előidéznek és leleményes látnokok, akik kulturális, pénzügyi, társadalmi és humántőkét szerveznek, hogy bevételt termeljenek egy kulturális tevékenységből. Innovatív megoldásaik gazdaságilag fenntartható kulturális vállalkozásokat eredményeznek, amelyek javítják a megélhetést, és kulturális értéket és gazdagságot teremtenek mind a kreatív termelők, mind a kulturális szolgáltatások és termékek fogyasztói számára".

A DIGITALROUTES@CULTURE projekt célja, hogy új utakat nyisson a fiatalok és ifjúsági munkavállalók számára a foglalkoztatásban azáltal, hogy lehetőséget biztosít számos vállalkozói kompetencia elsajátítására, beleértve a szociális, digitális és zöld kompetenciákat is (Bacigalupo et al., 2016). A projekt résztvevői így kulturális vállalkozókká válnak régiójukban, és létrehozzák a **DIGITALROUTES@CULTURE VÁLLALKOZÓI HÁLÓZATOT**.

Ez a dokumentum lépésről lépésre útmutatást ad egy **TÖBBSZINTŰ ÉS TÖBB CSELEKVÉS TERJESZTÉSI KAMPÁNY** létrehozásához és végrehajtásához, amely elősegíti a kulturális vállalkozói szellem népszerűsítését a partnerkonzorcium országaiban. Ezenkívül a kampány felhívja a figyelmet a projekt során kifejlesztett intellektuális eredményekre (pl. online tanulási platform kulturális vállalkozók számára, a DIGITALROUTES@CULTURE útmutatók, posztterek vagy közösségi média anyagok stb.). A kiosztott dosszié mappát a kulturális turizmus területén érdekelt felek, a helyi vagy regionális önkormányzatok képviselői, a vállalkozások vagy a kulturális örökséggel foglalkozó helyi aktivisták használhatják.

2. Marketing Akcióterv

A marketing alapvető eszköz a kulturális vállalkozói tevékenységgel kapcsolatos tudatosság növeléséhez. Ennek megkezdéséhez javasoljuk a marketing cselekvési terv kidolgozását. Ez azt jelenti, hogy írásba kell foglalni a célokat, stratégiákat és egyéb terveket, amelyek segítenek nyomon követni és mérni az előrehaladást a marketingkampányok végrehajtása során.

A marketing akcióterv legfontosabb elemei:

- **Célok:** A legfontosabb célok leírása segít a csapattagoknak vagy az érdekelt feleknek megérteni, hogy mit szeretnél elérni.
- **Kiválasztott teljesítménymutatók:** Válassz ki néhány kulcsfontosságú teljesítménymutatót, amelyek a marketingkampány és az akcióterv hatékonyságának mérésére szolgáló mérőszámok lesznek.



DIGITAL ROUTES

OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

- **Kampány időtartama:** Ez magában foglal egy kiválasztott időszakot a projekt kampányának előkészítésére, lebonyolítására és értékelésére.
- **Termékek:** Legyél konkrét, hogy mit népszerűsítesz, legyen az egy új tárlatvezetés, egy útikönyv vagy egy kulturális örökség helyszíne.
- **Küldetésnyilatkozat:** Adj meg egy rövid leírást arról, hogy miért csinálod azt, amit a kulturális vállalkozás területén teszel, hogy a marketing akcióterv összhangban legyen küldetéseddel.
- **Célpiac:** Hozz létre egy személyt, aki reprezentálja a célvásárlódat és, akit a tartalommal szeretnél megszólítani.
- **Marketingköltségvetés:** A marketingköltségvetés befolyásolja, hogy mit tudsz végrehajtani, ezért kulcsfontosságú, hogy azt belefoglald a marketing akciótervedbe.

Miután a marketing akcióterv kulcsfontosságú elemeiről gondoskodtál, folytathatod a teendők listájának összeállítását, ahol meghatározhatod a marketingkampány végrehajtásához szükséges feladatokat és felelősségi köröket.

Ne felejtse el **nyomon követni az előrehaladást**, hiszen ezért hoztad létre a cselekvési tervet.



DIGITAL ROUTES

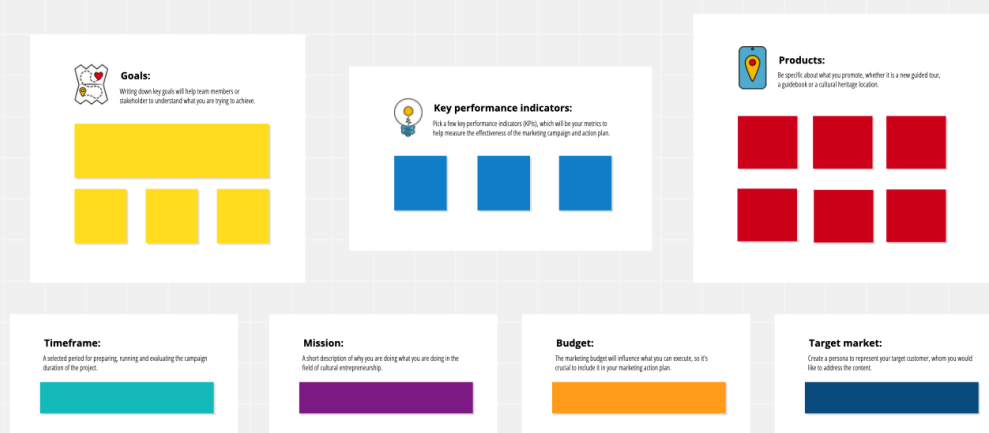
OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE



DIGITAL ROUTES

OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

1 Marketing is an essential tool to raise awareness around the topic of cultural entrepreneurship. In order to start with it, we suggest developing a Marketing Action Plan. What it means is to put the goals, strategies and other plans in writing, which will help to track and measure progress while executing marketing campaigns.



1. ábra Marketing Akcióterv sablonja. DIGITALROUTES@CULTURE

Marketing Akcióterv elkészítéséhez használhatod a DIGITALROUTES@CULTURE sablont (1. ábra, link).

Ebben a projektben a partnerkonzorcium kitöltötte a kidolgozott Marketing Akciótervet, és meghatározta a megvalósításhoz szükséges lépéseket. Az anyag a [hiperhivatkozás](#) alatt található.

A DIGITAL ROUTES@CULTURE Marketing Akcióterv alapján egy többszintű és több akciót tartalmazó terjesztési kampányt terveztünk különböző közösségi médiaplatformokon, amely a kulturális örökséggel foglalkozó fiatalokat és kulturális vállalkozókat szólítja meg annak érdekében, hogy felhívja a figyelmet a kulturális örökségre Európa egyes régióiban, és népszerűsítse a projektötletet.

A Marketing Akciótervben meghatározott különböző célok elérése érdekében a kampány több, a projekt szellemi eredményeire épülő, személyre szabott intézkedést foglal magában.

TÍPUS	IDŐVONAL	CÉL
-------	----------	-----



Erasmus+

The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



DIGITAL ROUTES

OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

1. LÉPÉS: " #MYROOTSAREDIGITALROUTES "	18.- 22.04.2022, a Műemlékek és Helyek Nemzetközi Napjához kapcsolódóan 2022	Útikönyvek és platform népszerűsítése a → DIGITALROUTES@CULTURE KITERJESZTETT VALÓSÁG BÖNGÉSZŐPLATFOMON belüli útvonalakkal
2. LÉPÉS: " #FROMATO DIGITALROUTES "	Kísérleti szakasz (2022. November- December)	Az online kulturális vállalkozásról szóló kurzusok/modulok népszerűsítése → DIGITALROUTES@CULTURE VÁLLALKOZÓI HÁLÓZATON.
3. LÉPÉS: " #ITAKE DIGITALROUTES "	Kísérleti szakasz + 2022.09.12- 18., az Európai Örökség Napjaihoz kapcsolódva, „Fenntartható Örökség” téma	A Digital Routes felhasználói közösségének kiépítése, fenntartása és bővítése online a → DIGITALROUTES@CULTURE VÁLLALKOZÓI HÁLÓZATON.

3. Tartalom

A tartalom a király. A marketing akcióterv megvalósításához olyan PR-anyagokra lesz szüksége, amelyek kiemelkednek. Ide tartoznak a plakátok, bannerek, videók, közösségi média sablonok stb.

Dao Nguyen lenyűgöző TED-előadása „Mitől terjed valami úgy, mint a vírus?” címmel, ahol elmagyarázza a kulturális kartográfia ötletét, segíthet annak megértésében, hogy melyik tartalom fog népszerűvé válni.

A kulturális vállalkozás népszerűsítése céljából a partnerkonzorcium egy dosszié mappát (2. ábra) készített a vonatkozó anyagokkal, szerkeszthető Canva sablonnal, valamint Tervezési útmutatóval a jövőbeni munkákhoz.



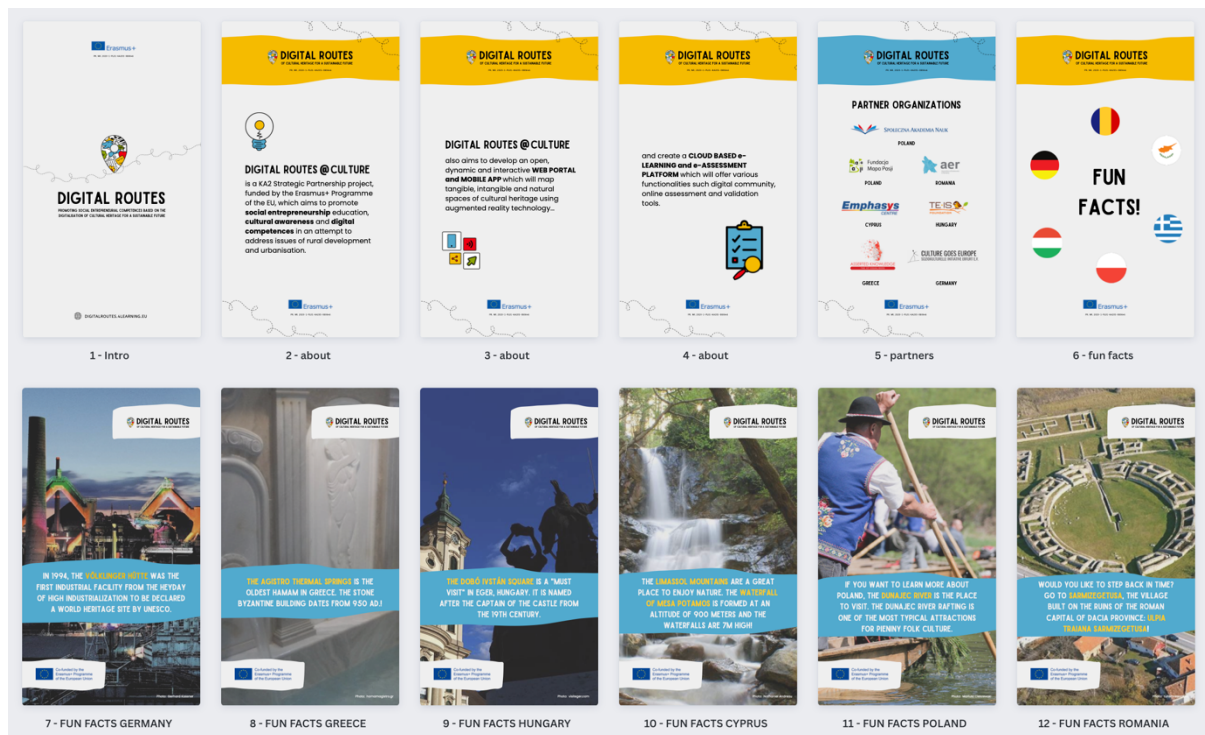
DIGITAL ROUTES

OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE



2. ábra: Példák promóciós anyagokra a DIGITALROUTES @ CULTURE dosszié mappájából

Továbbá a konkrét kampányakcióhoz több előre elkészített Instagram Story -val is rendelkezünk, amelyek elérhetőek a partnerek számára.



3. ábra: Példák Instagram-történetekre a kampányhoz.

4. Csatornák

A célközönség elérése kihívást jelenthet. Éppen ezért kiemelten fontos a legmegfelelőbb kommunikációs csatornák meghatározása.

Legyen ott, ahol a fiatal vállalkozók vannak

A Sprout Social adatai szerint a 25-34 évesek a legnagyobb demográfiai csoportok (31,5 %) a Facebook-felhasználók között, ezt követik a 18-24 évesek (2,6%).

Still, you need the right place to publish your campaign materials, in Facebook this could be:

- Helyi csoportok kulturális vagy menedékhelyek számára, ahol a felhasználók megosztják saját tapasztalataikat;



The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



DIGITAL ROUTES

OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

- Erasmus+ csoportok az Ön régiójában vagy városában/ESC/volt önkéntesek (sok jelenlegi vagy volt Erasmus+ résztvevő lóg ott, akik valami újat akarnak találni és átélni);
- Expat csoportok (a migráns háttérű fiatalok érdeklődhetnek kulturális tevékenységek iránt saját maguk vagy akár gyermekeik/testvéreik számára);
- Egyetemi csoportok online (egyes hallgatókra továbbra is lehet horgászni a Facebookon, főleg az angol nyelvű pályák befejező, mesterképzési vagy PhD-s hálózatépítő közösségei különösen aktívak);
- Give-Away csoportok (ahol „adhat” egy tippet, hogy jelentkezzen egy csodálatos kulturális útvonalra, amely a fiataloknak szól; ezekben a csoportokban az anyukák és apukák nagyon érdeklődőek lehetnek).

Ahol az innováció megbújik

Próbáltad mindezt? Mit szólna más, helyileg használt alkalmazások kutatásához? Például a berlini székhelyű **Nebenan** alkalmazás értesíti a szomszédokat a negyedben zajló eseményekről. A digitális útvonalajánlat egyedi ajánlat lehet ezen a platformon.

A lényegesen fiatalabb közönség a hiperlokális közösségi alkalmazásokat is figyelné. Az egyik a **Jodel**, ahol rövid üzenetet küldhetsz arról, amit tervezel, és a rövid távolságon belül lévők válaszolnak, ha érdekesnek találják, további információra van szükségük, vagy valami mást javasolnak. Minél több tetszésnyilvánítást kap az üzenete, annál szélesebbre fog utazni a „Jodel”, és a végén akár valakinek egy másik országban lévő műszerfalán is megjelenhet.

A statisztikai adatok azonban azt mutatják, hogy a legrégebbi és legszélesebb körben elérhető közösségi hálózat még az Erasmus+ szabálya ellenére sem a legjobb hely, ha 20 év alattiakat keresünk.

Akkor hol kell őket keresni? A világ egyik legnagyobb közösségi hálózataként az Instagram különösen népszerű a tinédzserek körében. 2022 januárjában a 18–24 évesek 30,1%-a használja az Instagramot, ezt követik a 25–34 évesek (31,5%). A TikTok is említést érdemel, mivel másodpercenként 8 új felhasználót szerez (a [Hootsuite](#) szerint).



4. ábra: Instagram oldal @digitalroutes [Hozzáférés: 2022.04.07.]



The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



DIGITAL ROUTES

OF CULTURAL HERITAGE FOR A SUSTAINABLE FUTURE

A kampányakciók eszközeihez a partnerkonzorcium a meglévő Facebook mellett Instagram profilt hozott létre, amelyet a kampány során hasznosíthat.

5. Nyelv és hashtagek

A közösségi médiában és különösen az Instagramon található hashtagek létrehozhatják vagy megszakíthatják a marketingstratégiát. Ha helyesen használják, az anyagokat több ember fogja megtekinteni, akiket valószínűleg érdekel, amit kínálsz. A hashtagek varázsáról bővebben a Hootsuite "[Instagram Hashtags 2022: The Ultimate Guide](#)" cikkében olvashat.

A kampány minden lépéséhez tartozik egy speciális hashtag, amely megkülönböztethető lesz a közösségi médiában, és segít mérni a felhasználók elkötelezettségét és interakcióját:

1. LÉPÉS: #MYROOTSAREDIGITALROUTES

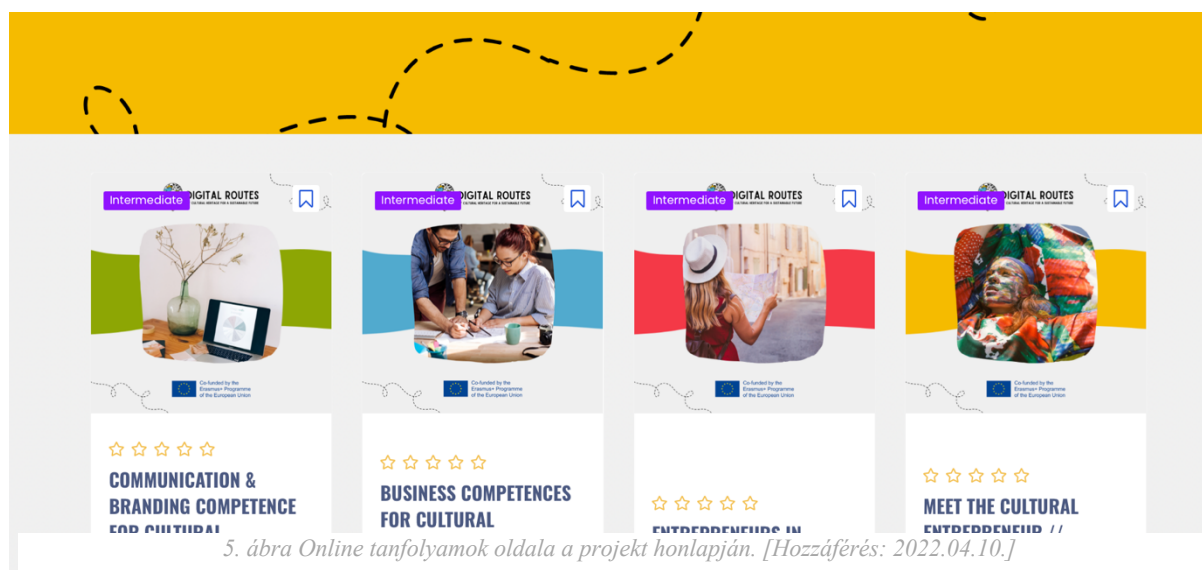
2. LÉPÉS: #FROMATODIGITALROUTES

3. LÉPÉS: #ITAKEDIGITALROUTES.

A hashtageket az egész konzorciumnak használnia kell, amikor a projektről posztol, az általános hashtag - #DigitalRoutes - mellett.

6. E-kereskedelem

A DIGITALROUTES@CULTURE projekt a kifejlesztett online modulok e-kereskedelmi termékként történő felhasználását irányozza elő. Ezért létezik a „Bevásárlókosár” funkció a nyílt webes platformon. Erről a témáról bővebben az IO4 – Eszköztár a program megvalósításához című kiadványban.



The European Commission's support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents, which reflect the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Hivatkozások

Bacigalupo, M., Punie, P.K.Y. and Van den Brande, G. (2016) "EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework", European Commission JRC Science for Policy Report [online]. Available at: <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/eur-scientific-and-technical-research-reports/entrecomp-entrepreneurship-competence-framework>.

Barnhart, B. (2022, March 2). Social media demographics to inform your brand's strategy in 2022 [web log]. Retrieved April 9, 2022, from <https://sproutsocial.com/insights/new-social-media-demographics/>.

Dao Nguyen. (2014). What makes something go viral? Ted.com; TED Talks. https://www.ted.com/talks/dao_nguyen_what_makes_something_go_viral

Digital Routes@Culture – Design Guide.

Indeed Editorial Team (Ed.). (2021, June 28). What is an action plan in marketing? (and how to write one). Indeed Career Guide. Retrieved April 5, 2022, from <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/action-plan-in-marketing/>

Kemp, S. (2022, January 28). TikTok Gains 8 New Users Every Second (And Other Mind-Blowing Stats) [web log]. Retrieved April 9, 2022, from <https://blog.hootsuite.com/simon-kemp-social-media/>.

Newberry, C. (2021, July 19). Instagram Hashtags 2022: The Ultimate Guide [web log]. Retrieved April 9, 2022, from <https://blog.hootsuite.com/instagram-hashtags/>.



Ez a dokumentum a fenti szabályok szerint másolható, reprodukálható vagy módosítható.
Ezen túlmenően a dokumentum és a szerzői jogi megjegyzés minden vonatkozó része
szerzőinek elismerését, engedélyét kell kérni.

Minden jog fenntartva. © Copyright 2022 DIGITALROUTES@CULTURE

