ВИСТУП · 45–50 ХВИЛИН · ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК, СТРАТЕГІЇ ТА ІНВЕСТИЦІЇ

Громада як медіа-бренд

Як перетворити комунікацію на інфраструктуру економічного розвитку

Ірина Коробко · креаторка Pink Elephant tea

Ірина Коробко

Креаторка Pink Elephant tea

Створила крафтовий преміум чай — у тому числі з української сировини. Працюю з локальними травами й допомагаю громадам бачити в них бізнес.

Крафт | Брендинг | Трав'яні збори | Локальна сировина

ПРЯМО, БЕЗ МЕТАФОР

Комунікація громади — не PR-функція, а інфраструктура економічного розвитку.

Як дорога чи водогін: якщо її немає — інвестор, турист і новий мешканець просто проїжджають повз.

Чому офіційний сайт не працює як інструмент залучення

До **40%** мешканців дізнаються новини з офіційного сайту — це нормально *для тих, хто вже тут живе*.

Але сайт майже ніколи не є першою точкою контакту для того, хто **ще не прийняв рішення** — інвестора чи туриста.

Два різні інструменти — для двох етапів

ЕТАП 1

Зацікавлення

Соцмережі, живий контент, відгуки, присутність у Google.

ЕТАП 2

Перевірка

Сайт, інвестиційний паспорт, відкриті дані — інвестор перевіряє, чи «варто заходити глибше».

ЕТАП 3

Контакт

Жива людина, яка відповість протягом 24 годин.

Сайт — це **етап перевірки**, а не зацікавлення. Проблема не в дизайні — у моменті прийняття рішення.

57

громад підготували інвестиційні паспорти

За підтримки програми **U-LEAD з Європою**. Наявність паспорта — вже не конкурентна перевага: його зробили десятки громад.

КЕЙС · БАШТАНСЬКА ГРОМАДА

Миколаївська обл.

У межах **USAID DOBRE** вийшла на живий діалог з інвесторами — форуми, зустрічі, супровід експертів.

Паспорт — підтвердження. Вхід — контакт.

Прозорість = сигнал інвестору до дзвінка

ProZorro

прозорі закупівлі — можна перевірити партнерів громади

E-data

публічні фінанси — фінансова дисципліна в один клік

Відкритий бюджет

куди йдуть кошти громади й на що

Рішення на цей тиждень: перевірити, чи є на сайті прямі посилання на всі три сервіси. Якщо ні — це робота на день, не на рік.

ПИТАННЯ РОЗПОДІЛУ ОБМЕЖЕНОГО РЕСУРСУ

«Загальний» пост не працює на жодну з них.

Турист, потенційний мешканець, інвестор — три різні швидкості рішення, три різних контенти.

Різні швидкості — різний контент

Аудиторія	Час рішення	Що працює	Що не працює
Турист	3–7 сек	Конкретний маршрут вихідного дня з часом і локаціями	Офіційні фото з висоти без людей і сценарію
Потенційний мешканець	Тижні	Серія історій людей, які переїхали — з цифрами: оренда, робота, школа	Одне гарне відео без продовження
Інвестор	Місяці	Кейс бізнесу, який уже працює у вас — цифри, терміни, пільги	Загальний інвестпаспорт без жодного живого прикладу

Правило 65 / 20 / 15

Практичний орієнтир для одного SMM-фахівця на 0,5–1 ставку. Мешканці — щоденна аудиторія, яка тримає органічне охоплення й довіру.

65% Мешканці / лояльність

20% Туризм

15% Інвестиційний контент

РЕАЛІСТИЧНІ ОРІЄНТИРИ

Не обманюйте себе цифрами.

0,5–0,6% середній engagement rate в Instagram. 2000 переглядів × 10–12 реакцій — це **норма**, а не провал.

4 показники — і жодного зайвого

01 Підписники / населення

Базовий індикатор охоплення «своїх». Якщо не росте — проблема в контенті чи каналі.

02 Джерела переходів на сайт

Google Analytics, безкоштовно. Пошук, соцмережі, зовнішні посилання.

03 Топ-3 і антитоп-3 пости

Щомісяця + письмовий висновок «чому», а не просто цифра у звіті.

04 Вхідні звернення бізнесу

Кількість і якість за квартал. Це показник, який пред'являється раді.

Один принцип — два масштаби

ШИРОКІВСЬКА СІЛЬСЬКА ГРОМАДА

Запорізька обл.

3 500+ підписників FB

Живі коментарі, прямі трансляції з представниками адміністрації. Без великого бюджету.

UKRAINE.UA · ОРІЄНТИР МАСШТАБУ

Державний бренд

1 млрд+ сукупне охоплення

90 млн+ переглядів на TikTok за рік. Топ-5 офіційних сторінок країн світу в Instagram.

Логіка однакова: **системна щоденна робота** й послідовний меседж дають результат, який неможливо купити разовою кампанією.

РЕСУРС, ЯКИЙ У ГРОМАДИ ВЖЕ Є

Довіра до «свого» вища за будь-яку рекламу.

Вартість входу — бартер або невелика фіксована сума. Замість медіабюджету, недоступного малій громаді.

Що реально працює без бюджету

01

Амбасадорська модель

3–5 постійних «облич» громади: підприємець, вчитель, молодий фахівець, релокант.

Отримують підтримку в обмін на регулярний **чесний** контент.

02

Інфотур замість посту

2–3 блогери / журналісти на вихідні — з **конкретною програмою**, а не одне число за один пост.

Одна поїздка → серія матеріалів з різних оптик.

Управлінське рішення: кілька годин на тиждень системно — окрема ставка або чітко виділена частина, з KPI. Не «коли буде час».

Комунікація не замінить дороги, школи чи інфраструктуру.

Але без неї про них ніхто не дізнається вчасно.

Громада, яка отримує інвестора першою — не та, що красивіша. Це та, що поставилась до власного голосу як до **роботи**, а не як до випадковості.

Не «колись». До наступної сесії.

01

Відповідальний з KPI

Конкретна людина з часом у графіку — і чотирма показниками з дашборду. Не «хто вільний».

02

Розподіл контенту

Перевірити останні 20 постів за правилом 65 / 20 / 15. Робити це щомісяця.

03

2–3 амбасадори

Серед тих, хто вже говорить про громаду добре в приватних розмовах. Тиждень пошуку.

Ваш голос — це вже актив. Питання лише в тому, чи ви ним керуєте.

Громада — це медіа-бренд. Починається з рішення.

Q&A — залишений час ваш.

PINK ELEPHANT

Ірина Коробко
@pink.elephant.tea
teapinkelephant.com