

Atskaite par dalību COPA-COGECA

Komunikācijas seminārā

17. novembrī 2014., Briselē

Kopsavilkums

Komunikāciju seminārā uzstājās Eiropas Savienības dalībvalstu komunikāciju speciālisti, kas klātesošos iepazīstināja ar situāciju valstī saistībā ar Krievijas Federācijas pārtikas embargo un komunikāciju instrumentiem. Turpinājumā svarīgākais no semināra.

Roger Waite, Eiropas Komisijas runasvīrs Lauksaimniecības un lauku attīstības jautājumos: „Update on the new EU Commission Agri-Communication priorities”

Savā uzrunā viņš atskatījās uz komunikāciju iepriekšējos 5 gados, atzīstot, ka šo gadu laikā komunikācija ir kļuvusi krietni savādāka, tostarp, labāka. Kā svarīgāko komunikāciju instrumentu viņš atzina sociālos portālus www.facebook.com un www.twitter.com.

Runājot par Krievijas Federācijas pārtikas embargo, Rodžers atzina, ka vissmagāk no šī embargo ir cietušas tieši Baltijas valstis un Somija. Kā izejas punktu viņš minēja alternatīvu tirgu, bet ir jāapzinās, ka šis process aizņem laiku un situācijas atrisinājums nebūs tūlītējs.

Xavier Pavard, Eiropas Savienības padomdevējs lauksaimniecības jautājumos:

„EU Council views and next steps on the Russian ban on farm exports and best channels to communicate on it”

Viņš atzina, ka ar medijiem strādā aptuveni 5 gadus, bet šī ir pirmā reize, kad medijiem ir tik liela interese par notiekošo lauksaimniecībā. Viņš atzina, ka Krievijas Federācijas pārtikas embargo tēma ir ļoti populāra un lauksaimniecība lielākoties visos reitingu topus ir pirmajās vietās.

Runājot par sadarbību, tika atzīts, ka šobrīd lēmumu pieņemšana starp Eiropas Savienības dalībvalstīm kļūst aizvien sarežģītāka un to aprakstīja ar lielisku piemēru. 1957.gadā Eiropas Savienībā bija 6 dalībvalstis un, piedāvājot dzērienus, visi apstiprināja melnu kafiju. 2007.gadā Eiropas Savienībā bija 28 dalībvalstis un izvēles arī ir krietni dažādākas – vienam vajag kafiju, otram minerālūdeni, trešajam tēju, utt. Šis piemērs norādīja to, ka jo vairāk dalībvalstu, jo grūtāk pieņemt kopīgu lēmumu.

Jan Jakubov, Eiropas Parlamenta Lauksaimniecības komitejas preses sekretārs:

„New EU Parliament priorities, the Russian ban on farm exports, next steps and how best to communicate on it”

Uzsvēra, ka Krievijas Federācijas pārtikas embargo tēma medijos tiek pārrunāta regulāri. Tāpat viņš uzsvēra, ka šī nav lauksaimniecības krīze, bet politiskā krīze.



Pekka Pesonen, COPA – COGECA ģenerāļsekretārs:

„Copa-Cogeca views on the Russian ban on EU farm exports and 2014/5 Communication Strategy”

Augustā, sadarbībā ar Spānijas lauksaimniekiem, tika organizētas augļu akcijas tieši pirms Krievijas pārtikas embargo. Pēc Krievijas pārtikas embargo tika izstrādāts komunikāciju plāns. Tāpat viņš uzsvēra, ka Ķīna ir ieinteresēta par jauniem produktiem. Mūsu uzdevums ir meklēt jaunus tirgus, piemēram, Kanāda, Meksika un Ķīna.

Sociālo mediju stratēģija:

„How best to make social media content fresh, best channels to promote social media campaigns and best free social media monitoring tools”

2005.gadā Iphone bija vien pāris cilvēkiem, bet mūsdienās tas ir gandrīz visiem un ar moderno telefonu palīdzību ļoti viegli ir lietot sociālos portālus, kā piemēram, www.twitter.com. Ar twitter.com palīdzību ziņas nodot pārējiem ir ļoti vienkārši un ātri. Tāpat ar twitter palīdzību ir ļoti viegli uzrunāt arī jaunu auditoriju, bet ir arī sliktā puse – tevi redz ne tikai tavi draugi, bet arī ienaidnieki. Svarīgi ir saprast, kurā no sociālajiem portāliem ir jūsu mērķauditorija, jo katram sociālajam portālam ir savs uzdevums. Piemēram, ja runājam par cepumiem, tad facebook.com var norādīt, ka man patīk cepumi. Twitterī uzrakstīt, ka šobrīd es ēdu cepumus, bet Instragramā nofotografēt, ka es ēdu cepumus.

Ļoti liela nozīme twitterī ir tam, lai sarunā vai ierakstā varētu iesaistīt arī citus cilvēkus. Veidot tādus ierakstus, lai ierakstītu arī citu lietotāju vārdus.

Kā twitteri lieto Eiropas Parlamenta deputāti?

Interesanti, ka no 751 deputāta twitterī ir 570 deputāti. 46% no viņiem raksta angliki, savukārt 51% twīto vismaz reizi dienā. No Latvijas 8 deputātiem twitterī ir 7 deputāti, kas ir ļoti labs rezultāts.

Statistika par twitteri

- Visvairāk heštagu (#) lieto tieši Eirovīzijas dziesmu konkursa laikā.
- Visvairāk retvīto fotogrāfijas.
- Vismazāk retvīto video.

Der zināt!

Tvītam ir ļoti īss dzīves cikls. Lielākā kļūda – sarakstīt pilnīgi pilnu twītu. Labais stils twītošanā ir sarakstīt 100 – 120 zīmes. Retvīti ir slinkuma pazīme, ko nevajadzētu īpaši piekopt. Tas norāda, ka twittera konta īpašniekam nav izdoma! Ja tu retvīto, tad vismaz pieliec savu komentāru. Nekad nerādiet twitterī dusmas vai naidu. Cenšaties twītot pozitīvas ziņas!



Andreas Mullerleile, Sociālo mediju stratēģis:

„The Art of Blogging and of making every tweet count”

8 lietas, ko katram rakstītājam vajadzētu zināt:

1. Blogošana ir žurnālistika interneta vidē. Varētu teikt, ka blogošana ir īss gids slinkiem žurnālistiem.
2. Pirms tu sāc kaut ko rakstīt, vienmēr ir jāatbild, kas ir jūsu auditorija un kāda tā ir!
3. Vienmēr izdomā savu ziņu pasniegšanas veidu! Kā tas izpaužas? Iekrāso sarkanu rāmīti, norādi bultu, utt.
4. Ļoti svarīgi ir īsi un kodolīgi virsraksti.
5. Lai arī tu twīto no organizācijas konta, vienmēr atceries, ka tu esi cilvēks un tev ir jāraksta kā personībai nevis bez emociju organizācijai.
6. Kā iegūt auditoriju? Retvīto ziņas, raksti interesantus twītus, ievieto bildes un video. Esi korekts un precīzs.
7. Vienmēr ir skaidri jānoformulē, ko tu gribi ietwīt? Kāds ir twīta mērķis!
8. Kādas ir twittera problēmas? Viennozīmīgi, vienā reizē var ierakstīt ļoti limitētu zīmju skaitu, kas nozīmē, ka mums ir jābūt ļoti lakoniskiem un precīziem.

Amanda Cheesley, COPA – COGECA preses sekretāre:

„Copa-Cogeca actions to increase social media presence and ways to further coordinate actions with members, with detailed presentation of results from Copa-Cogeca 2014 Communications Campaign and next steps”

Savā prezentācijā Amanda atskatījās uz COPA – COGECA komunikāciju aktivitātēm (semināri, žurnāli, foto konkursi, kongress, facebook un twitter ieraksti).

Diego Juste Conesa, UPA komunikāciju direktors no Spānijas:

„Upa Communication activities and Campaigns on the Russian ban on farm exports. Do demonstrations work?”

Šajā laikā notikušas vairākas aktivitātes (veikalos selfiji ar vietējiem augļiem, kartupeļu mītiņi, u.c. aktivitātes). Komunicēšanas instrumenti ir ļoti dažādi – gan preses relīzes, mītiņi, akcijas veikalos, audio vizuālās preses relīzes. Viņi uzskata, ka tieši video relīzes ir pēdējā laika labākais atklājums un sava viedokļa paušanas instruments.

Klaus Hartikainen, MTK komunikāciju direktors no Somijas:

„MTK Communication activities on the Russian ban on farm exports and best channels to use”

Uzņēmums VALIO uz Krieviju eksportēja 20%. Kopumā no Somijas uz Krieviju tika eksportēti 29,9% gan pārtikas produktu, gan dzērienu. Somijā, saistībā ar Krievijas Federācijas pārtikas embargo, ir ļoti liela interese no žurnālistiem. Komunikāciju instrumenti: preses relīzes,





SIA "Latvijas Lauku konsultāciju un izglītības centrs"

twittera ieraksti, mediju tikšanās. Somijas pārstāvji atzina, ka viņiem ir sarežģīti atrast lauksaimniekus, kuri brīvi varētu izteikties kameras priekšā. Tā ir viena no problēmām.

Savukārt es klātesošos iepazīstināju ar situāciju Latvijā pēc Krievijas Federācijas noteiktā pārtikas embargo un mūsu komunikāciju instrumentiem. Prezentācija pielikumā.

Līva Liepniece

Paraksts



PROJEKTU LĪDZFINANŠĒ
EIROPAS SAVIENĪBA



EIROPAS LAUKSAIMNIECĪBAS FONDS LAUKU ATTĪSTĪBAI:
EIROPĀ INVESTĒ LAUKU APVIDOS

*Saskaņā ar Latvijas Republikas Zemkopības ministrijas un SIA „Latvijas Lauku konsultāciju un izglītības centrs”
2014. gada 31. janvārī noslēgto līgumu Nr.2014/14, aktivitāte „Nozaru ekspertu ziņojumi.”
Atbalsta Zemkopības ministrija un Lauku atbalsta dienests.*