



พื้นฐาน
คณะกรรมการ
ภาพลักษณ์สาธารณะ
ปี 2019-20



เอกสารพื้นฐานคณะกรรมการภาพลักษณ์สาธารณะของสโมสรเล่มนี่ แปลจากหลักสูตร Club Public Image Committee Basics ฉบับภาษาอังกฤษที่ Learning Center บนเว็บไซต์ของ โรตารี

ถึงแม้ว่าคณะกรรมการแปลเอกสารของศูนย์โรตารีในประเทศไทยได้แปลและทบทวนอย่างละเอียดแล้ว โรตารีสากลและคณะกรรมการฯ ไม่สามารถที่จะรับรองความสมบูรณ์ของเอกสารเล่มนี้ได้ หากมีข้อความใดไม่ชัดเจน ขอให้อ้างอิงไปยังต้นฉบับภาษาอังกฤษ

คณะกรรมการแปลเอกสารโรตารีสากลของศูนย์โรตารีในประเทศไทย
ธันวาคม 2561

สารบัญ

รายละเอียดงานของประธานคณะกรรมการ	
ภาพลักษณ์สาธารณะของสโมสร	1
ทำงานกับคณะกรรมการของท่าน	2
การกำหนดเป้าหมาย	2
เป้าหมายที่มีประสิทธิภาพ	3
แผนปฏิบัติการ	3
การให้แรงจูงใจ	3
งบประมาณ	3
คำถามเพื่อการอภิปรายในการอบรมภาคประจำปี	4
บอกเล่าเรื่องราวของโรตารี	5
กลยุทธ์ในการส่งเสริมสโมสร	7
การประชุมสัมพันธ์	7
สื่อสัมพันธ์	7
การตลาด	8
สื่อทางสังคม	8
งานกิจกรรม	9
เว็บไซต์ของสโมสร	9
ภาพลักษณ์ของสโมสรของท่าน	10
ทำภาพลักษณ์ของสโมสรให้ดีขึ้น	10
ขอให้สมาชิกสโมสรช่วย	10
ประเด็นสำคัญในการพูดคุยเกี่ยวกับโรตารี	11
สารลำดับแรกในการเกริ่นนำ	11
สารสนับสนุน	11
เกี่ยวกับโรตารี - สารสำคัญ	11
สารสนับสนุน	11
การใช้ตราสัญลักษณ์โรตารี	13
แนวทางการตั้งชื่อ	13
เครื่องหมายโรตารีบนสินค้าเพื่อการหาทุน	13

รายละเอียดงานของ ประธานคณะกรรมการ ภาพลักษณ์สาธารณะของสโมสร



บทบาทของท่านในฐานะประธานคณะกรรมการภาพลักษณ์สาธารณะของสโมสร คือสร้างสรรค์และดำเนินแผนงานเพื่อบอกเล่าเรื่องราวของโรตารีแก่สาธารณชน และเพื่อเผยแพร่โครงการและกิจกรรมของสโมสร

หน้าที่รับผิดชอบ	
ทั่วไป	คณะกรรมการภาพลักษณ์สาธารณะ
เข้าร่วมการอบรมภาคประจำปี (DTA)	เข้าร่วมงานสัมมนาภาพลักษณ์สาธารณะของภาค
ทำงานร่วมกับนายกรับเลือกเพื่อคัดเลือกและเตรียมคณะกรรมการ	สร้างแผนภาพลักษณ์สาธารณะ แล้วจึงกำหนดและทำงานให้บรรลุเป้าหมาย
แต่งตั้งคณะกรรมการตามที่จำเป็น (ตัวอย่างเช่น สื่อสัมพันธ์ สื่อทางสังคม โฆษณา/การตลาด งานกิจกรรมพิเศษ)	เผยแพร่กิจกรรมและโครงการในหมู่สมาชิกสโมสร สื่อในท้องถิ่น และสมาชิกชุมชน
ประชุมอย่างสม่ำเสมอและวางแผนกิจกรรมร่วมกัน	ใช้ทรัพยากรที่ Brand Center เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์สาธารณะของโรตารี
กำหนดเป้าหมายของคณะกรรมการซึ่งสอดคล้องและช่วยให้บรรลุเป้าหมายของสโมสรในปีนั้น และติดตามความก้าวหน้าไปสู่เป้าหมายเหล่านั้น	ทำให้มั่นใจว่าการสื่อสารของสโมสรเป็นไปตามคำแนะนำเอกลักษณ์ทางเสียงและภาพของโรตารี
จัดการงบประมาณของคณะกรรมการ	ใช้เอกสารการณรงค์ คนพูดจริงทำจริง (People of Action) เพื่อเพิ่มพูนความเข้าใจต่อโรตารีของสาธารณชน และก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในชุมชน
ทำงานร่วมกับคณะกรรมการอื่นๆ ของสโมสร และคณะกรรมการภาคเกี่ยวกับกิจกรรมหรือความคิดริเริ่มของสโมสรร่วมหลายๆ สโมสร	ใช้สื่อทางสังคมเพื่อสร้างความตระหนักในโรตารีและสโมสรในชุมชน
รายงานกิจกรรมและความก้าวหน้าของคณะกรรมการแก่นายกสโมสร คณะกรรมการบริหารสโมสร และสมาชิกสโมสรทั้งหมด	ส่งเสริมโครงการและกิจกรรมเพื่อทำให้เป็นที่สนใจแก่สื่อมากขึ้น
ปกป้องความคาดหมายของสโมสรที่มีต่อคณะกรรมการของท่าน	

ทำงานกับ คณะกรรมการของท่าน



ท่านเป็นประธานคณะกรรมการภาพลักษณ์สาธารณะ ท่านจะทำอะไรเป็นสิ่งแรก? ท่านควรจะพบกับประธานที่กำลังจะพ้นตำแหน่ง ทบทวนข้อบังคับและแผนกลยุทธ์ของสโมสร และหากจำเป็นต้องเริ่มคิดว่าควรมีใครเป็นกรรมการอีกบ้าง นอกเหนือจากการเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องของกลยุทธ์ภาพลักษณ์สาธารณะของสโมสรแล้ว ท่านจะต้องบริหารคณะกรรมการอีกด้วย

ในหลายๆ สโมสร กรรมการในคณะกรรมการชุดหนึ่งทำหน้าที่เป็นเวลา 3 ปี ดังนั้น จึงเป็นไปได้ว่ากรรมการในปัจจุบันบางคนอาจจะทำงานต่อเนื่องมาถึงปีของท่าน หากต้องมีการแต่งตั้งกรรมการในตำแหน่งที่ว่างลง ควรทำงานร่วมกับนายกรับเลือกเพื่อหาผู้ที่มีประสบการณ์ในเรื่องต่างๆ ต่อไปนี้อย่างน้อยหนึ่งเรื่อง:

- โฆษณา
- การตลาด
- การประชาสัมพันธ์
- สื่อสัมพันธ์
- การพูดในที่สาธารณะ การเขียน หรือการถ่ายภาพ
- สื่อทางสังคม
- การพัฒนาเว็บไซต์

การวางแผนงานกิจกรรม

ในฐานะประธาน ท่านจะต้องมอบหมายงาน ดังนั้น จึงต้องพิจารณาตัดสินใจว่าจะใช้ความชำนาญและความสนใจของกรรมการอย่างไรให้ดีที่สุด ท่านสามารถเตรียมตัวให้กรรมการโดยดำเนินการดังต่อไปนี้

- แจงให้ทราบถึงกิจกรรมของคณะกรรมการที่กำลังดำเนินการอยู่และเป้าหมาย
- จับคู่กรรมการใหม่กับกรรมการที่มีประสบการณ์มากกว่า
- ส่งเสริมการสื่อสารของผู้ที่ทำงานเหมือนกันในสโมสรอื่นๆ
- แจงรายการกิจกรรมและการประชุมต่างๆ ของภาค
- แบ่งปันทรัพยากรต่างๆ

ร่วมมือกับคณะกรรมการอื่นๆ ของสโมสรเพื่อทำให้เกิดผลกระทบสูงสุดทั้งสโมสร การประชุมคณะกรรมการบริหารสโมสรเป็นโอกาสอันดียิ่งที่จะได้พูดคุยกันอย่างต่อเนื่อง

การกำหนดเป้าหมาย

ในบทบาทของท่าน ท่านต้องทำให้มั่นใจว่าคณะกรรมการได้กำหนดเป้าหมายและทำงานบรรลุเป้าหมายประจำปีซึ่งสนับสนุนแผนกลยุทธ์ของสโมสร ท่านจะกำหนดเป้าหมายร่วมกับนายกรับเลือกและผู้นำสโมสรรับเลือกอื่นๆ ในการอบรมภาคประจำปี (District Training Assembly) นายกรับเลือกหรือเลขานุการสามารถใส่เป้าหมายที่ [Rotary Club Central](#)

เป้าหมายที่มีประสิทธิภาพ

ต้องมั่นใจว่าเป้าหมายประจำปีของท่านแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของคณะกรรมการและความสนใจของสโมสร เป้าหมายควรมีลักษณะดังนี้ คือ มีส่วนร่วม วัดผลได้ ทำท่าย สามารถประสบความสำเร็จได้ และมีกำหนดเวลาชัดเจน (ตัวอย่างเช่น สโมสรของเราจะสร้างเพจบุ๊กที่นำเสนอต่อภายนอกและเพิ่มจำนวน “like” ให้ได้มากกว่าปีที่ผ่านมาถึงร้อยละ 50)

แผนปฏิบัติการ

ทำงานร่วมกับคณะกรรมการของท่านเพื่อสร้างแผนปฏิบัติการ ซึ่งก็คือความต่อเนื่องของขั้นตอนเล็กๆ ที่จำเป็นในการบรรลุเป้าหมายประจำปีแต่ละเป้าหมาย ทุกขั้นตอนจะต้อง:

- กำหนดว่าใครจะรับผิดชอบดำเนินการ
- ระบุวันครบกำหนด
- ตัดสินใจว่าจะวัดความก้าวหน้าและความสำเร็จอย่างไร
- พิจารณาทรัพยากรที่มีอยู่และหาทรัพยากรที่ต้องการให้ได้
- ประเมินความก้าวหน้าอย่างสม่ำเสมอและปรับเป้าหมายตามความจำเป็น

การให้แรงจูงใจ

หน้าที่รับผิดชอบส่วนหนึ่งในฐานะประธาน คือ ทำให้กรรมการของท่านมีแรงจูงใจอย่างต่อเนื่อง จงจำไว้ว่ากรรมการของท่านเป็นอาสาสมัคร สิ่งที่จูงใจโดยทั่วไปได้แก่:

- ความมั่นใจว่าเป้าหมายของคณะกรรมการจะบรรลุความสำเร็จได้ และจะเป็นประโยชน์แก่สโมสรและชุมชน
- โอกาสในมิตรภาพและการเป็นเครือข่าย
- งานที่มอบหมายให้ต้องใช้ความเชี่ยวชาญของกรรมการแต่ละคน
- ความพยายามที่จะทำให้งานของคณะกรรมการมีความสุขสนุกสนาน

งบประมาณ

ก่อนวันที่ 1 กรกฎาคม ท่านต้องทำงานร่วมกับประธานคณะกรรมการและเหรัญญิกสโมสรที่จะหมดวาระเพื่อกำหนดว่าคณะกรรมการของท่านต้องการเงินทุนอะไรบ้าง และขอให้รวมการเงินนั้นอยู่ในงบประมาณของสโมสร กิจกรรมการหาทุนใดๆ ที่วางแผนเอาไว้แล้วต้องรวมอยู่ในงบประมาณด้วย

ท่านต้องดูแลเงินทุน ธุรกรรมการเงินและรายงานต่างๆ ของคณะกรรมการ รวมทั้งระมัดระวังสถานการณ์งบประมาณตลอดเวลา การประชุมกับเหรัญญิกของสโมสรอย่างสม่ำเสมอจะช่วยให้สามารถปฏิบัติการได้ทันทีเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น

คำถามเพื่อการอภิปราย ในการอบรมภาคประจำปี



การอบรมภาคประจำปีเป็นโอกาสอันดียิ่งในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้นำสโมสรรับเลือกคนอื่นๆ
คำถามเหล่านี้จะช่วยท่านในการเตรียมตัวสำหรับการอบรม

หน้าที่รับผิดชอบของคณะกรรมการภาพลักษณ์สาธารณะของสโมสรมีอะไรบ้าง? และหน้าที่ของท่านใน
ฐานะประธานมีอะไรบ้าง?

คณะกรรมการของท่านได้รับมอบหมายให้ทำงานตามเป้าหมายของสโมสรในข้อใด?

ท่านจะทำอะไรได้บ้างเพื่อส่งเสริมโรตารีแก่ผู้ที่เป็นสมาชิกมุ่งหวัง และท่านจะทำงานร่วมกับใครบ้างในชุมชน
เพื่อส่งเสริมสโมสรของท่าน?

สโมสรของท่านจะใช้วิธีการที่มีนวัตกรรมอะไรบ้างในการเผยแพร่สโมสรในปีนี้?

ท่านจะมอบหมายงานอะไรบ้างให้กรรมการ และท่านจะสนับสนุนพวกเขาอย่างไร?

ท่านจะได้อย่างไรให้ศิษย์เก่าโปรแกรมมีส่วนร่วมในงานการส่งเสริม?

บอกเล่าเรื่องราวของโรตารี



วิธีพูดคุยเกี่ยวกับโรตารีและสโมสรของท่านเป็นการสร้างการรับรู้ของสาธารณชนว่าเราคือใคร เราทำอะไร และเหตุใดเราจึงทำสิ่งนั้น ภาพลักษณ์สาธารณะที่เข้มแข็งทำให้มั่นใจว่าชุมชนทุกแห่งจะรู้ว่าโรตารีเรียนคือคนพูดจริงทำจริง (People of Action) ซึ่งถูกขับเคลื่อนโดยความปรารถนาที่จะสร้างโอกาส ทำให้สังคมเข้มแข็ง และค้นหาวิธีการแก้ไขปัญหาคความท้าทายที่ยากยิ่งซึ่งมีผลกระทบในโลก

โรตารีมีทรัพยากรที่จะช่วยท่านในการจัดทำสารสำคัญของท่านให้พอเหมาะพอดีกับการจูงใจ ความสนใจ และระดับความรู้เกี่ยวกับโรตารีของผู้ฟังเฉพาะกลุ่ม หลังจากได้ฟังเรื่องราวเกี่ยวกับผลงานดีๆ ของสโมสรแล้ว สมาชิกของชุมชนอาจจะได้รับแรงบันดาลใจที่จะเรียนรู้เพิ่มเติมและสนับสนุนท่านโดยการเป็นอาสาสมัคร บริจาคเงิน หรือเป็นโรตารีเรียนด้วยตนเอง

ใช้เอกสารการรณรงค์ คนพูดจริงทำจริง (People of Action) ที่ [Brand Center](#) เพื่อบอกเล่าเรื่องราวของสโมสรและตอบคำถามต่างๆ ไป:

- โรตารีคืออะไร?
- โรตารีเรียนคือใคร?
- โรตารีเรียนทำให้เกิดผลกระทบอะไรในชุมชนของฉันและทั่วโลก?
- โรตารีแตกต่างกับองค์กรอื่นๆ อย่างไร?

ทรัพยากร คนพูดจริงทำจริง (People of Action) มีอาทิ:

- วีดีโอสั้นๆ (30 และ 90 วินาที)
- การโฆษณาที่เป็นสิ่งพิมพ์ ป้ายติดนอกสถานที่ และแบบดิจิทัล
- โฆษณาทางวิทยุ

เริ่มต้นวางแผนงานการรณรงค์ คนพูดจริงทำจริง (People of Action) ในท้องถิ่น ต้องบ่งชี้เรื่องราวที่แสดงถึงผลกระทบของสโมสรต่อชุมชน เมื่อท่านรู้เรื่องที่ต้องการจะบอกเล่า ท่านจะสามารถสร้างสรรค์โฆษณาที่จะนำเสนอสโมสร สื่อสารสำคัญ คนพูดจริงทำจริง (People of Action) และจับความสนใจของผู้ฟังได้ ใช้กระบวนการสามขั้นตอนต่อไปนี้ในการพัฒนาโฆษณาที่เป็นสิ่งพิมพ์ คนพูดจริงทำจริง ซึ่งมีลักษณะพิเศษเฉพาะของสโมสรและชุมชน:

1. เลือกทำกริยาที่เป็นการกระทำสำหรับหัวข้อเรื่องจากตัวเลือกที่ Brand Center หัวข้อเรื่อง "เราาร่วมกัน" (Together) แนะนำความคิดเห็นว่าผลกระทบที่เรากระทำมีผลจากที่มงาน และเป็นนัยในการเชิญชวนผู้ดู
2. ใช้ภาพเพื่อสนับสนุนยืนยันว่าเราเป็น คนพูดจริงทำจริง (People of Action) ต้องมั่นใจว่ารูปภาพแสดงให้เห็นคนมากกว่าหนึ่งคน
3. พัฒนาข้อความในสองถึงสามประโยค จัดทำถ้อยแถลงเกี่ยวกับองค์กรของเรา ให้บทพิสูจน์หรือสถิติเพื่อสนับสนุนถ้อยแถลง และจบลงด้วยการเรียกร้องให้ปฏิบัติ

[Brand Center](#) มีทรัพยากรเพิ่มเติมที่หลากหลายซึ่งจะช่วยท่านในการเล่าเรื่องที่ชัดเจนและกระตุ้นความสนใจซึ่งจะให้แรงบันดาลใจแก่ผู้ฟังในการมีส่วนร่วมกับเราและลงมือปฏิบัติ:

- คำแนะนำการณรงค์ คนพูดจริงทำจริง (People of Action)
- แนวทางการวางแผนงานกิจกรรม
- คำแนะนำในการเริ่มต้นอย่างรวดเร็วสำหรับเพจสื่อทางสังคมของสโมสร
- แนวทางสั้นๆ ในการเริ่มต้นเว็บไซต์สโมสร
- แนวทางการทำสานสัมพันธ์ของโรตารี

ที่ Brand Center จะมีการเพิ่มวัสดุอุปกรณ์ใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นจึงควรตรวจสอบบ่อยๆ

กลยุทธ์ในการส่งเสริม สโมสร



โดยการกระจายข่าวสารเกี่ยวกับผลกระทบของโรตารีที่มีต่อโลกนี้ ท่านสามารถช่วยสโมสรดังนี้:

- สร้างความตระหนักในกิจกรรมของสโมสรและงานของโรตารี
- ดึงดูดความสนใจและทำให้สมาชิกมีส่วนร่วม
- เพิ่มการบริจาคให้แก่มูลนิธิโรตารี
- สร้างการเป็นเพื่อนร่วมโครงการ อาสาสมัคร และการสนับสนุนสำหรับโครงการในท้องถิ่น

หน้าที่รับผิดชอบหลักของคณะกรรมการของท่านคือสร้างความตระหนักในชุมชนเกี่ยวกับโครงการและกิจกรรมของสโมสร ซึ่งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของสโมสร อ่านคำแนะนำข้างล่างเพื่อเป็นการเริ่มต้น

การประชาสัมพันธ์

- เชิญนักหนังสือพิมพ์จากสื่อในท้องถิ่นมาร่วมงานพิเศษของสโมสร โครงการที่ดึงดูดความสนใจของสื่อมักจะ:
 - ตอบสนองความต้องการของชุมชน สอดคล้องกับแนวโน้มของข่าวใหญ่
 - เกี่ยวข้องกับความพยายามระหว่างประเทศซึ่งสนับสนุนโดยสโมสรของท่านหรือสมาชิกสโมสร
 - เกี่ยวข้องกับเยาวชนในท้องถิ่นหรือสมาชิกของชุมชนที่มีชื่อเสียง
 - เน้นความสำคัญของผู้ร่วมโปรแกรมโรตารีหรือศิษย์เก่าและประสบการณ์ในวัฒนธรรมอื่น
 - รวมถึงกิจกรรมที่แสดงให้เห็นจากรูปภาพหรือวิดีโอที่น่าสนใจ
 - มีองค์ประกอบของนวัตกรรมหรือความเป็นเอกลักษณ์
- ดู[แนวทางการประชาสัมพันธ์ของโรตารี](#) (Rotary Public Relations Guide) เพื่อดูคำแนะนำต้นแบบ (Templates) และการปฏิบัติที่ดีที่สุดในการพัฒนาการรณรงค์การประชาสัมพันธ์

สื่อสัมพันธ์

- สร้างความสัมพันธ์กับนักข่าวในท้องถิ่นซึ่งจะลงข่าวในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับโครงการของสโมสร ค้นหาว่าพวกเขาชอบเรื่องราวประเภทใด ต้องการให้ติดต่ออย่างไร ต้องการช่วงเวลาจากการรับข่าวจนถึงการเผยแพร่บนหน้าใด และข้อมูลที่ต้องการได้รับ (เช่น เอกสารการให้ข่าว เอกสารภูมิหลัง รูปถ่าย วิดีโอ การสัมภาษณ์)
- เข้าถึงสื่อเป้าหมายด้วยเรื่องราวที่มีกำหนดเวลาเกี่ยวกับงานของสโมสรที่ตอบสนองประเด็นของชุมชน ส่งอีเมลถึงนักข่าวเป็นรายบุคคลซึ่งรวมถึง
 - ข้อมูลที่แสดงถึงความสำคัญของเรื่องราวและผลกระทบในทางบวกของโครงการ

- เรื่องส่วนตัวที่เน้นผลกระทบในงานของท่าน เช่น ผู้รับประโยชน์หรือสมาชิกสโมสรที่เกี่ยวพันใกล้ชิดกับประเด็นนั้น
- โอกาสในการสัมภาษณ์ผู้นำโครงการ ผู้ร่วมโครงการ หรือผู้รับประโยชน์จากโครงการ
- ภาพที่ช่วยบอกเล่าเรื่องราวของท่าน เช่น สมาชิกสโมสรมีส่วนร่วมอย่างกระตือรือร้นกับผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชน หรือการทำ หรือการลงมือทำงานอาสาสมัคร (Hands-On Volunteer Work)
- คำอธิบายที่สั้นกระชับเกี่ยวกับเรื่องราวในหัวข้อเรื่อง
- ขาวแจก (หากเลือกที่จะส่งขาวแจก) โดยการส่งรวมในอีเมลแทนที่จะเป็นไฟล์เอกสารแนบกับอีเมล
- แบ่งปันข่าวสารกับสื่อตามช่องทางสื่อทางสังคมของสโมสร
- ร่วมกับองค์กรที่ให้ความร่วมมือในการให้ข่าวแก่สื่อ
- อ้างอิงเอกสาร Media Crisis Management Points ที่ Brand Center (ใต้ Guidelines) เพื่อเป็นแนวทางกับการจัดการกับสื่อ (Media Crisis)

การตลาด

- หาโอกาสที่จะลง [โฆษณา คนพูดจริงทำจริง](#) (People of Action) ในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นและบนเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ดังกล่าว ขอให้สถานที่วิทยุในชุมชนออกอากาศโฆษณาดังกล่าว ขอให้สื่อต่างๆ เสนอการรณรงค์ให้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย
- สอบถามห้างร้านในท้องถิ่นว่าท่านสามารถเปิดโปโฆษณาและโปสเตอร์หรือทิ้งแผ่นพับเอาไว้ได้หรือไม่
- ติดตามกับผู้บรรยาย ผู้ที่ได้รับทุนสนับสนุน ผู้อุปถัมภ์ในอดีต และผู้บริจาคที่มีการติดต่อกับสโมสรของท่านเพื่อให้พวกเขาได้รู้วิธีการมีส่วนร่วมในโครงการและทำกิจกรรมของท่าน
- จัดหาวัสดุอุปกรณ์ให้สมาชิกสโมสรเพื่อการส่งเสริมโรตารีและสโมสรของท่าน ท่านสามารถใช้ต้นแบบ (Template) ที่สามารถปรับให้เหมาะสมที่ [Brand Center](#) เพื่อสร้างสรรค์แผ่นพับสมาชิกมุ่งหวัง
- ส่งเสริมให้สมาชิกติดเข็มโรตารีและพูดคุยเกี่ยวกับองค์กรโรตารี

สื่อทางสังคม

- โปสต์เนื้อหาที่สะดุดสายตาและมีถ้อยแถลงที่น่าสนใจเกี่ยวกับกิจกรรมของสโมสร
- แบ่งปันเรื่องราวส่วนตัวและข่าวคราวเกี่ยวกับโครงการและงานของสโมสร โดยการใช้แฮชแทค #PeopleofAction
- ใช้คำอ้างอิง รูปภาพ และวิดีโอจากผู้บรรยาย (โดยได้รับอนุญาต) และเชื่อมโยงกับเพจสื่อทางสังคมของพวกเขา
- จัดทำเพจสื่อทางสังคมของท่านเป็นปัจจุบัน โดยการแบ่งปันเนื้อหาจากช่องทางของโรตารีสากลและจากเพื่อนร่วมโครงการที่เชื่อถือได้
- ส่งเสริมให้สมาชิกแบ่งปันโปสต์ของสโมสรผ่านทางสื่อทางสังคมของพวกเขา
- ทำให้มั่นใจว่าเพจของท่านมีข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน และเน้นความสำคัญที่มุ่งสู่สาธารณชนทั่วไป

งานกิจกรรม

- ส่งเสริมให้สโมสรเป็นเจ้าภาพงานกิจกรรมที่มีเอกลักษณ์หนึ่งงานทุกปี เพื่อส่งเสริมความตระหนักในชุมชนอย่างต่อเนื่อง
- อุปถัมภ์งานพิเศษต่างๆ เช่น งานวิ่งมาราธอน การขี่จักรยาน และการหาทุนสำหรับโครงการหรือโปรแกรมของโรตารี
- จัดนิทรรศการที่พิพิธภัณฑ์ ศาลากลาง หรือห้องสมุด
- วางแผนงานและส่งเสริมโอกาสการเป็นเครือข่ายและกิจกรรมอื่นๆ ที่เน้นประโยชน์ของการเข้าร่วมในงานโรตารี

เว็บไซต์ของสโมสร

- ใช้ภาพและวิดีโอซึ่งแสดงถึงสมาชิกสโมสรที่ทำงานร่วมกัน มีความสนุกสนาน และทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีภายในชุมชน
- อุทิศส่วนหนึ่งของเว็บไซต์สโมสรให้แก่สาธารณะและส่งเสริมองค์กรท้องถิ่นให้เชื่อมโยงกับเว็บไซต์
- จัดให้ผู้อยู่อาศัยในชุมชนสนับสนุนสโมสรได้โดยง่าย โดยระบุความต้องการให้ชัดเจน เช่น วิธีการบริจาค อาสาสมัคร หรือการเป็นสมาชิก

พูดคุยกับคณะกรรมการของท่านเกี่ยวกับแนวทางอื่นๆ ในการส่งเสริมสโมสร และทำงานร่วมกับผู้นำสโมสรเพื่อกำหนดว่าใครจะเป็นผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับจดหมายข่าว เว็บไซต์ บัญชีสื่อทางสังคม เอกสารการตลาด และการสื่อสารอื่นๆ

ภาพลักษณ์ของสโมสรของท่าน



เมื่อสโมสรโรตารีของท่านมีภาพลักษณ์สาธารณะในทางบวก สมาชิกปัจจุบันจะมีแรงจูงใจและกระตือรือร้น และสมาชิกที่คาดหวังจะกระตือรือร้นในการเข้าร่วม ทำงานกับคณะกรรมการสมาชิกภาพของสโมสร เพื่อพูดคุยว่าภาพลักษณ์ของสโมสรในเรื่องใดที่อาจจะยับยั้งสมาชิกที่คาดหวังไม่ให้เข้าร่วมในโรตารีหรือไม่ และสร้างกลยุทธ์ที่จะเอาชนะประเด็นต่างๆ เหล่านั้น ปังชี้กลุ่มวิชาชีพหรือกลุ่มประชากรตามอายุซึ่งท่านต้องการมุ่งเป้าหมาย พิจารณาว่าสิ่งใดจะดึงดูดความสนใจของสมาชิกที่คาดหวังเหล่านี้ และกำหนดว่าสื่อใดน่าจะไปถึงพวกเขามากที่สุด

ทำภาพลักษณ์ของสโมสรให้ดีขึ้น

ทำงานกับเจ้าหน้าที่สโมสรเพื่อตัดสินใจว่าจะสร้างแบรนด์ของสโมสรอย่างไร ควรพิจารณาเรื่องเหล่านี้:

- ต้องมั่นใจว่าการสื่อสารของท่านแสดงถึงประสบการณ์ของสโมสรอย่างถูกต้อง มั่นใจว่าการประชุมสโมสรเป็นไปตามความคาดหวังที่ท่านวางเอาไว้ ภาพลักษณ์ของสโมสรที่ตื่นตัวอยู่เสมอไม่อาจจะส่งเสริมสมาชิกภาพได้หากมิได้สะท้อนถึงความเป็นจริง
- แจ้งให้สมาชิกทราบว่าพวกเขาเป็นผู้แทนของสโมสร และทุกสิ่งทีพวกเขาทำจะก่อให้เกิดภาพลักษณ์ของสโมสร กิจกรรมภายนอกโรตารีเป็นโอกาสที่จะดึงดูดความสนใจของสมาชิกใหม่และส่งเสริมวัฒนธรรมของสโมสร
- ปรับปรุงเพจสื่อทางสังคม เว็บไซต์ของสโมสร และ blog ให้เป็นปัจจุบัน เพื่อให้ทันสมัยมากขึ้น ต้องมั่นใจว่าสามารถหาข้อมูลการติดต่อกับท่านได้อย่างง่ายดาย ท่านสามารถดาวน์โหลดกราฟฟิกและแบนเนอร์ได้จาก [Brand Center](#) ของโรตารี

ขอให้สมาชิกสโมสรช่วย

ฐานสมาชิกภาพของท่านเป็นทรัพยากรที่มีค่าสำหรับคณะกรรมการ ทำให้สมาชิกและผู้ร่วมโปรแกรมในอดีตมีส่วนร่วมในความพยายามเกี่ยวกับภาพลักษณ์สาธารณะของท่านโดยให้พวกเขาเป็นผู้กระจายข่าวเกี่ยวกับโรตารีและกิจกรรมของสโมสร ต้องมั่นใจว่าสมาชิกทุกคนมีความรู้เกี่ยวกับโรตารีและโปรแกรมของโรตารี และส่งเสริมให้พวกเขาเผยแพร่พันธกิจและคุณค่าหลักของเราแก่ผู้ที่ติดต่อด้วยเป็นการส่วนตัว ผู้ติดต่อทางธุรกิจและวิชาชีพ เสนอแนะให้พวกเขาเชิญสมาชิกที่คาดหวังมาร่วมในงานกิจกรรมสโมสรและโครงการบำเพ็ญประโยชน์เพื่อให้มีประสบการณ์เกี่ยวกับสโมสรด้วยตนเอง

ประเด็นสำคัญ

ในการพูดคุยเกี่ยวกับโรตารี



ต่อไปนี้เป็นสารสำคัญที่จะช่วยท่านในการพัฒนาประเด็นสำคัญก่อนการให้สัมภาษณ์กับสื่อและเตรียมสุนทรพจน์สำหรับผู้ฟังภายนอก

สารลำดับแรกในการเกริ่นนำ

- ทุกวันนี้ ในชุมชนของเราและชุมชนทั่วโลก เพื่อนบ้านของเรากำลังเผชิญเรื่องท้าทายที่ยากลำบาก เช่น ความขัดแย้ง โรคภัยไข้เจ็บ และการขาดแคลนน้ำสะอาด สุขอนามัย การศึกษา และโอกาสในเรื่องของเศรษฐกิจ

สารสนับสนุน

- โรแทเรียนมีวิสัยทัศน์ในเรื่องที่เป็นไปได้สำหรับเพื่อนบ้านของพวกเขา โรแทเรียนระดมกำลังผู้นำอื่นๆ และผู้เชี่ยวชาญเพื่อลงมือปฏิบัติและทำงานสำเร็จ

เกี่ยวกับโรตารี – สารสำคัญ

- โรแทเรียนคือคนพูดจริงทำจริง (People of Action) ซึ่งถูกขับเคลื่อนโดยความปรารถนาที่จะสร้างโอกาสทำให้ชุมชนเข้มแข็ง และค้นหาแนวทางแก้ไขเรื่องท้าทายที่ยากลำบากซึ่งมีผลกระทบต่อผู้คนทั่วโลก
- โรตารีคือชุมชนของชายและหญิง 1.2 ล้านคนจากทั่วทุกทวีป วัฒนธรรม อาชีพและประสบการณ์ซึ่งเชื่อมโยงกันผ่านสโมสรโรตารีในท้องถิ่น
- สโมสรโรตารีทำโครงการทุกขนาดและให้แรงบันดาลใจแก่โรแทเรียน มิตรสหาย เพื่อนบ้าน และเพื่อนผู้ร่วมโครงการในการแบ่งปันวิสัยทัศน์ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อการแก้ปัญหาที่ยั่งยืน และลงมือนำความคิดไปสู่การกระทำ

สารสนับสนุน

- โดยการทำงานร่วมกับผู้ร่วมโครงการ เพื่อนบ้าน และมิตรสหาย พวกเรา:
 - ส่งเสริมสันติภาพ - สนับสนุนการเจรจาที่จะส่งเสริมความเข้าใจภายในวัฒนธรรมเดียวกันและข้ามวัฒนธรรม
 - ต่อสู้โรคภัยไข้เจ็บ - ให้ความรู้และเครื่องมือแก่ชุมชนเพื่อหยุดยั้งการแพร่กระจายของเชื้อโรคที่ป้องกันได้หรือโรคที่เป็นอันตรายถึงแก่ชีวิต
 - จัดหาน้ำสะอาด - แก้ปัญหาในชุมชนเพื่อนำน้ำสะอาดและบริการด้านสุขาภิบาลมาสู่ประชาชนจำนวนมากขึ้นทุกๆ วัน
 - ช่วยชีวิตแม่และเด็ก - ขยายโอกาสในการเข้าถึงการอนามัยที่มีคุณภาพ เพื่อที่แม่และเด็กจะสามารถมีชีวิตและเติบโตอย่างแข็งแรง
 - สนับสนุนการศึกษา - ขยายโอกาสในการศึกษา และให้พลังแก่ครูเพื่อให้แรงบันดาลใจแก่เด็กและผู้ใหญ่ในการเรียนรู้ได้มากขึ้น
 - พัฒนาเศรษฐกิจชุมชน - สร้างโอกาสให้แก่บุคคลและชุมชนที่จะเติบโตทางด้านการเงินและสังคม
 - ขจัดโปลิโอ - รวมพลังทั่วโลกเพื่อขจัดโปลิโอให้หมดไปอย่างถาวร

- โรตารีคือเพื่อนร่วมโครงการและทรัพยากรที่เชื่อถือได้ ด้วยสมาชิกและโครงการต่างๆ ในเกือบทุกส่วนของโลก จึงไม่มีขอบเขตในการทำสิ่งดีๆ ได้

เป้าหมายด้านมนุษยชาติที่มีความสำคัญสูงสุดของโรตารี คือ การขจัดโปลิโอทั่วโลก

- โรตารีและพันธมิตรใกล้จะขจัดโปลิโอให้หมดไปได้แล้ว โดยลดจำนวนผู้ป่วยด้วยโรคโปลิโอลงได้ถึง 99.9% ตั้งแต่ปี ค.ศ.1988
- บทบาทสำคัญของโรตารีคือการหาทุน การสนับสนุนและการขับเคลื่อนอาสาสมัคร
- โรตารีบริจาคเงินเพื่อความพยายามในการขจัดโปลิโอมากกว่า 2.2 พันล้านเหรียญและชั่วโมงการทำงานของอาสาสมัครนับไม่ถ้วนเพื่อปกป้องเด็กๆ กว่า 2.2 พันล้านคนใน 122 ประเทศจากโรคโปลิโอ
- โรตารีกำลังหาทุนอีก 50 ล้านเหรียญในแต่ละปีจนถึงปี 2020 เพื่อการขจัดโรคโปลิโอ และจะได้รับการสมทบ 2 ต่อ 1 จากมูลนิธิบิลล์แอนด์เมลอร์ลินดาเกตส์

โรตารีสร้างสันติภาพและความเข้าใจระหว่างประเทศ ไม่เพียงให้การศึกษาและการบำเพ็ญ

ประโยชน์เพื่อเพื่อนมนุษย์ แต่ยังพัฒนาผู้นำหนุ่มสาวอีกด้วย

- ผู้สำเร็จการศึกษามากกว่า 900 คนในโปรแกรมปริญญาโทของศูนย์สันติภาพโรตารี ทำงานอยู่ในตำแหน่งที่เป็นผู้ตัดสินใจที่สำคัญในรัฐบาล บริษัท และองค์กรต่างๆ ทั่วโลก
- โครงการเพื่อเพื่อนมนุษย์ของโรตารีช่วยป้องกันสาเหตุที่เป็นรากฐานของข้อขัดแย้ง เช่น ความยากจน การไม่รู้หนังสือ และการขาดแคลนน้ำสะอาด
- โปรแกรมการแลกเปลี่ยนเยาวชนของโรตารีส่งเสริมมิตรจิตระหว่างประเทศ โดยการจัดให้นักเรียนมัธยมปลายมากกว่า 8,000 คน ได้ไปอาศัยและศึกษาในประเทศต่างๆ กว่า 115 ประเทศในแต่ละปี
- โปรแกรมอินเทอร์แรคท์และโรทาแรคท์ของโรตารีพัฒนาผู้นำหนุ่มสาวโดยการส่งเสริมการบำเพ็ญประโยชน์ของอาสาสมัคร ความเป็นผู้นำและการพัฒนาวิชาชีพ

หากไม่มั่นใจในการตอบคำถามเกี่ยวกับโรตารี ควรดู[คำแนะนำเอกลักษณ์ของเสียงและภาพ](#) (Voice and Visual Identity Guidelines) ถึงวิธีการสื่อสารความสำคัญและคุณค่าของตราสัญลักษณ์ของโรตารี (Rotary's brand)

การใช้ตราสัญลักษณ์โรตารี



ภาพลักษณ์ขององค์กรที่เป็นที่รู้จักและยอมรับ (Masterbrand Signature) (โลโก้ทางการ) ของโรตารี บ่งชี้ถึงโรตารีและพันธสัญญาในการปรับปรุงชุมชนทั่วโลกให้ดีขึ้น โรตารีสากลเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าและตราสัญลักษณ์แห่งการบริการ (อ้างอิงตราสัญลักษณ์โรตารีและตามรายการคำแนะนำเอกลักษณ์ของเสียงและภาพ (Voice and Visual Identity Guidelines) และประมวลนโยบายโรตารี) เพื่อประโยชน์ของโรตารีทั่วโลก

เมื่อท่านผลิตตราสัญลักษณ์ของโรตารีขึ้นมาใหม่ ให้ใช้คำแนะนำเอกลักษณ์ของเสียงและภาพ (Voice and Visual Identity Guidelines) และประมวลนโยบายโรตารี (มาตรา 33) สโมสรสามารถดาวน์โหลดโลโก้โรตารีโรทาแรคท์ และโปรแกรมอื่นๆ ของโรตารีได้ที่ [Brand Center](#)

แนวทางการตั้งชื่อ

ในการตั้งชื่อกิจกรรม โครงการ โปรแกรม เว็บไซต์หรือสิ่งพิมพ์ สโมสรโรตารีหรือหน่วยงานอื่นๆ ของโรตารีต้องใช้ชื่อของตน และต้องไม่ใช่แต่เพียงคำว่า "โรตารี" เท่านั้น สโมสรสามารถเพิ่มชื่อสโมสรไว้ในชื่อโครงการ เป็นต้น ตัวอย่างการตั้งชื่อที่เหมาะสม เช่น

- โครงการทำความสะอาดของสโมสรโรตารีอีฟเวนสตัน
- สวนสาธารณะ 100 ปีโรตารีของสโมสรโรตารีเมาเทนซิดดี
- www.anycityrotaryclub.org

เอกลักษณ์ของสโมสรโรตารีซึ่งประกอบด้วยตราสัญลักษณ์โรตารีที่เป็นทางการพร้อมด้วยชื่อสโมสรควรจะใช้ในการสื่อสารทุกประเภทของสโมสร รวมทั้งเอกสารที่เกี่ยวกับกิจกรรม โครงการและโปรแกรมของสโมสร ดูคำแนะนำเฉพาะเรื่องสำหรับการตั้งชื่อโครงการของสโมสรที่ประมวลนโยบายโรตารี (Rotary Code of Policies) หรือ [ติดต่อผู้แทนฝ่ายสนับสนุนสโมสรและภาค](#)

เครื่องหมายโรตารีบนสินค้าเพื่อการหาทุน

มีผู้ขายที่ได้ลิขสิทธิ์เกือบ 160 รายที่ได้รับอนุญาตให้ผลิตสินค้าที่มีเครื่องหมายโรตารีและขายระบบการจัดการสโมสร รวมทั้งเครื่องมือออนไลน์อื่นๆ ดูรายชื่อผู้มีลิขสิทธิ์ทางการเพื่อการติดต่อได้ที่ My Rotary และ [Official Licensees](#) และ [Community Marketplace Resources](#) มีเพียงผู้ขายที่ได้รับลิขสิทธิ์เท่านั้นที่ได้รับอนุญาตให้ผลิตและขายสินค้าที่มีตราสัญลักษณ์โรตารี

หากสโมสรของท่านต้องการหาทุนสำหรับโครงการโดยการขายสินค้า ท่านสามารถขายผลิตภัณฑ์ที่มีตราสัญลักษณ์โรตารีในช่วงเวลาจำกัดตราบเท่าที่ท่านขายสินค้าจากผู้ได้รับลิขสิทธิ์จากโรตารีอย่างเป็นทางการและใส่รายละเอียดดังต่อไปนี้เอาไว้บนสิ่งของ

- ชื่อสโมสรโรตารี หรือ สัญลักษณ์ของสโมสร
- ชื่อโครงการหรืองานหาทุน
- วันเวลาของโครงการ

หากสโมสรต้องการขายของในโครงการหาทุนระยะยาว ท่านจะต้องสมัครขอลิขสิทธิ์ หากสโมสรต้องการซื้อสินค้าจากผู้ขายที่มีได้รับลิขสิทธิ์ ผู้ขายนั้นจะต้องได้รับอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์โรตารีโดยตรงจากโรตารีสากล โปรดติดต่อ rilicensing@rotary.org หากมีคำถามเกี่ยวกับลิขสิทธิ์

