



พื้นฐาน
คณะกรรมการ
ภาพลักษณ์สาธารณะ
ปี 2020-21



เอกสารพื้นฐานคณะกรรมการภาพลักษณ์สาธารณะของสโมสรเล่มนี้ แปรจากหลักสูตร Club Public Image Committee Basics ฉบับภาษาอังกฤษที่ Learning Center บนเว็บไซต์ของ โรตารี

ถึงแม้ว่าคณะกรรมการแปลเอกสารของศูนย์โรตารีในประเทศไทยได้แปลและทบทวนอย่างละเอียดแล้ว โรตารีสากลและคณะกรรมการฯ ไม่สามารถที่จะรับรองความสมบูรณ์ของเอกสารเล่มนี้ได้ หากมีข้อความใดไม่ชัดเจน ขอให้อ้างอิงไปยังต้นฉบับภาษาอังกฤษ

คณะกรรมการแปลเอกสารโรตารีสากลของศูนย์โรตารีในประเทศไทย
ธันวาคม 2562

สารบัญ

รายละเอียดงานของประธานคณะกรรมการ	
ภาพลักษณ์สาธารณะของสโมสร	1
ทำงานกับคณะกรรมการของท่าน	2
การกำหนดเป้าหมาย	2
เป้าหมายที่มีประสิทธิภาพ	3
แผนปฏิบัติการ	3
การให้แรงจูงใจ	3
งบประมาณ	3
กลยุทธ์ในการส่งเสริมสโมสร	4
การประชาสัมพันธ์	4
สื่อสัมพันธ์	4
การตลาด	5
สื่อทางสังคม	5
งานกิจกรรม	6
เว็บไซต์ของสโมสร	6
ภาพลักษณ์ของสโมสร	7
ทำภาพลักษณ์ของสโมสรให้ดีขึ้น	7
ขอให้สมาชิกสโมสรช่วย	7
ประเด็นสำคัญในการพูดคุยเกี่ยวกับโรตารี	8
สารเกริ่นนำที่สำคัญ	8
สารสนับสนุน	8
เกี่ยวกับโรตารี - สารสำคัญ	8
สารสนับสนุน	8
การใช้ตราสัญลักษณ์โรตารี	10
แนวทางการตั้งชื่อ	10
เครื่องหมายโรตารีบนสินค้าเพื่อการหาทุน	10
บอกเล่าเรื่องราวของโรตารี	12
คำถามเพื่อการอภิปรายในการอบรมภาคประจำปี	14

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
กำหนดเป้าหมายของคณะกรรมการช่วยให้บรรลุเป้าหมายของสโมสร และติดตามความก้าวหน้าไปสู่เป้าหมายเหล่านั้น	ทำให้มั่นใจว่าการสื่อสารของสโมสรเป็นไปตามคำแนะนำเอกลักษณ์เสียงและภาพ (Voice and Visual Identity Guidelines) ของโรตารี
จัดการงบประมาณของคณะกรรมการ	ใช้เอกสารรณรงค์คนพูดจริงทำจริง (People of Action) เพื่อเพิ่มพูนความเข้าใจต่อโรตารีของสาธารณชน และก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในชุมชน
ทำงานร่วมกับคณะกรรมการอื่นๆ ของสโมสร และคณะกรรมการภาคเกี่ยวกับกิจกรรมหรือความคิดริเริ่มของสโมสรร่วมหลายๆ สโมสร	ใช้สื่อทางสังคมเพื่อสร้างความตระหนักในโรตารีและสโมสรของท่านในชุมชน
รายงานข้อมูลที่เป็นปัจจุบันของคณะกรรมการ แก่นายก คณะกรรมการบริหาร และสมาชิกสโมสรทั้งหมด	ส่งเสริมโครงการและกิจกรรมเพื่อให้เป็นที่น่าสนใจแก่สื่อมากขึ้น
ปกป้องความคาดหมายของสโมสรที่มีต่อคณะกรรมการของท่าน	

ทำงานกับ คณะกรรมการของท่าน



ท่านเป็นประธานคณะกรรมการภาพลักษณ์สาธารณะ ท่านจะทำอะไรเป็นสิ่งแรก? ท่านควรจะพบกับประธานที่กำลังจะหมดวาระ ทบทวนข้อบังคับและแผนกลยุทธ์ของสโมสร และหากจำเป็น ต้องเริ่มคิดว่าควรจะมีใครเป็นกรรมการอีกบ้าง นอกเหนือจากการเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องของกลยุทธ์ภาพลักษณ์สาธารณะของสโมสรแล้ว ท่านจะต้องบริหารคณะกรรมการด้วย

ในหลายๆ สโมสร กรรมการในคณะกรรมการชุดหนึ่งทำหน้าที่เป็นเวลา 3 ปี ดังนั้น จึงเป็นไปได้ว่ากรรมการในปัจจุบันบางคนอาจจะทำงานต่อเนื่องมาถึงปีของท่าน หากต้องมีการแต่งตั้งกรรมการในตำแหน่งที่ว่างลง ควรทำงานร่วมกับนายกฯ เลือกเพื่อหาผู้ที่มีประสบการณ์ในเรื่องต่างๆ ต่อไปนี้อย่างน้อยหนึ่งเรื่อง

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

ในฐานะประธาน ท่านจะต้องมอบหมายงาน ดังนั้น จึงต้องพิจารณาตัดสินใจว่าจะใช้ความชำนาญและความสนใจของกรรมการอย่างไรให้ดีที่สุด ท่านสามารถเตรียมการให้กรรมการดังนี้

- แจงให้ทราบถึงกิจกรรมและเป้าหมายของคณะกรรมการ
- จับคู่กรรมการใหม่กับกรรมการที่มีประสบการณ์มากกว่า
- ส่งเสริมการสื่อสารของผู้ที่ทำงานเหมือนกันในสโมสรอื่นๆ
- แจงรายการกิจกรรมและการประชุมต่างๆ ของภาค
- แบ่งปันทรัพยากรต่างๆ

ร่วมมือกับคณะกรรมการอื่นๆ ของสโมสรเพื่อทำให้เกิดผลกระทบสูงสุดทั้งสโมสร การประชุมคณะกรรมการบริหารสโมสรเป็นโอกาสอันดีที่จะได้พูดคุยกันอย่างต่อเนื่อง

การกำหนดเป้าหมาย

ในบทบาทของท่าน ท่านต้องมั่นใจว่าคณะกรรมการได้กำหนดเป้าหมายและทำงานบรรลุเป้าหมายประจำปี ซึ่งสนับสนุนแผนกลยุทธ์ของสโมสร ท่านจะกำหนดเป้าหมายร่วมกับนายกฯ เลือกและผู้นำสโมสรรับเลือกอื่นๆ ในการอบรมภาคประจำปี (District Training Assembly) นายกหรือเลขานุการสามารถใส่เป้าหมายที่ Rotary Club Central

เป้าหมายที่มีประสิทธิภาพ

เป้าหมายประจำปีของท่านต้องแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของคณะกรรมการและความสนใจของสโมสร เป้าหมายควรมีลักษณะดังนี้ คือ มีส่วนร่วม วัดผลได้ ทำท่าย สามารถประสบความสำเร็จได้ และมีกำหนดเวลาชัดเจน (ตัวอย่างเช่น สโมสรของเราจะสร้างเพจบนเฟซบุ๊กที่นำเสนอต่อภายนอกและเพิ่มจำนวน “like” ให้ได้มากกว่าปีที่ผ่านมาถึงร้อยละ 50)

แผนปฏิบัติการ

ทำงานร่วมกับคณะกรรมการของท่านเพื่อสร้างแผนปฏิบัติการ ซึ่งก็คือความต่อเนื่องของขั้นตอนเล็กๆ ที่จำเป็นในการบรรลุเป้าหมายประจำปีแต่ละเป้าหมาย ทุกขั้นตอนจะต้อง

- กำหนดว่าใครจะรับผิดชอบดำเนินการ
- ระบุวันครบกำหนด
- ตัดสินใจว่าจะวัดความก้าวหน้าและความสำเร็จอย่างไร
- พิจารณาทรัพยากรที่มีอยู่แล้วและหาทรัพยากรที่ต้องการให้ได้
- ประเมินความก้าวหน้าอย่างสม่ำเสมอและปรับเป้าหมายตามความจำเป็น

การให้แรงจูงใจ

หน้าที่รับผิดชอบส่วนหนึ่งในฐานะประธาน คือ ทำให้กรรมการของท่านมีแรงจูงใจอย่างต่อเนื่อง จงจำไว้ว่ากรรมการของท่านเป็นอาสาสมัคร สิ่งที่จะจูงใจโดยทั่วไปได้แก่

- ความมั่นใจว่าเป้าหมายของคณะกรรมการจะบรรลุความสำเร็จได้ และจะเป็นประโยชน์แก่สโมสรและชุมชน
- โอกาสในมิตรภาพและการเป็นเครือข่าย
- งานที่มอบหมายให้ต้องใช้ความเชี่ยวชาญของกรรมการแต่ละคน
- ความพยายามที่จะทำให้งานของคณะกรรมการมีความสนุกสนาน

งบประมาณ

ก่อนวันที่ 1 กรกฎาคม ท่านต้องทำงานร่วมกับประธานคณะกรรมการและเหรัญญิกสโมสรที่จะหมดวาระเพื่อปรึกษาหารือเรื่องการเงินที่คณะกรรมการของท่านต้องการ และขอให้รวมการเงินนั้นเอาไว้ในงบประมาณของสโมสร ต้องพิจารณากิจกรรมการหาทุนที่วางแผนเอาไว้แล้วด้วย

ท่านต้องดูแลกองทุน ธุรกรรมการเงินและรายงานต่างๆ ของคณะกรรมการ รวมทั้งระมัดระวังสถานะของงบประมาณตลอดเวลา การประชุมกับเหรัญญิกของสโมสรอย่างสม่ำเสมอจะช่วยให้สามารถปฏิบัติการได้ทันทีเมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น

กลยุทธ์ในการส่งเสริมสโมสร



การกระจายข่าวสารเกี่ยวกับผลกระทบของโรตารีที่มีต่อโลกจะทำให้ท่านสามารถช่วยสโมสรได้ดังนี้

- สร้างความตระหนักในกิจกรรมของสโมสรและผลงานของโรตารี
- ดึงดูดความสนใจและทำให้สมาชิกมีส่วนร่วม
- เพิ่มการบริจาคให้แก่มูลนิธิโรตารี
- สร้างการเป็นเพื่อนร่วมโครงการ อาสาสมัคร และการสนับสนุนสำหรับโครงการในท้องถิ่น

หน้าที่รับผิดชอบหลักของคณะกรรมการคือสร้างความตระหนักในชุมชนเกี่ยวกับโครงการและกิจกรรมของสโมสร ซึ่งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของสโมสร อ่านคำแนะนำข้างล่างเพื่อเป็นการเริ่มต้น

การประชาสัมพันธ์

- เชิญนักหนังสือพิมพ์จากสื่อในท้องถิ่นมาร่วมงานกิจกรรมพิเศษของสโมสร โครงการที่ดึงดูดความสนใจของสื่อมักจะ
 - ตอบสนองความต้องการของชุมชน หรือประจวบกับสิ่งที่กำลังเป็นที่นิยมในข่าว
 - เกี่ยวข้องกับความพยายามระหว่างประเทศซึ่งสนับสนุนโดยสโมสรของท่านหรือสมาชิกสโมสร
 - เกี่ยวข้องกับเยาวชนในท้องถิ่นหรือสมาชิกของชุมชนที่มีชื่อเสียง
 - เน้นความสำคัญของผู้ร่วมโปรแกรมโรตารีหรือศิษย์เก่าและประสบการณ์ในวัฒนธรรมอื่น
 - รวมกิจกรรมที่แสดงให้เห็นจากรูปภาพหรือวิดีโอที่น่าสนใจ
 - มีองค์ประกอบของนวัตกรรมหรือความเป็นเอกลักษณ์
- ดูคำแนะนำต้นแบบ (Templates) และการปฏิบัติที่ดีที่สุดในการพัฒนาการรณรงค์การประชาสัมพันธ์ได้จากแนวทางการประชาสัมพันธ์ของโรตารี (*Rotary Public Relations Guide*)

สื่อสัมพันธ์

- สร้างความสัมพันธ์กับนักข่าวในท้องถิ่นซึ่งจะลงข่าวในหัวข้อที่เกี่ยวกับโครงการของสโมสร ค้นหาว่าพวกเขาชอบเรื่องราวประเภทใด ต้องการให้ติดต่ออย่างไร ต้องการช่วงเวลาจากการรับข่าวจนถึงการเผยแพร่ทันใด และข้อมูลที่ต้องการได้รับ (เช่น เอกสารการให้ข่าว เอกสารภูมิหลัง รูปถ่าย วิดีโอ การสัมภาษณ์)
- เข้าถึงสื่อเป้าหมายด้วยเรื่องราวที่มีกำหนดเวลาเกี่ยวกับงานของสโมสรที่ตอบสนองประเด็นของชุมชน ส่งอีเมลถึงนักข่าวเป็นรายบุคคลซึ่งรวมถึง
 - ข้อมูลที่แสดงถึงความสำคัญของเรื่องราวและผลกระทบในทางบวกของโครงการ

- เรื่องเฉพาะตัวที่เน้นผลกระทบในผลงานของท่าน เช่น ผู้รับประโยชน์หรือสมาชิกสโมสรที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับประเด็นนั้น
- โอกาสในการสัมภาษณ์ผู้นำโครงการ ผู้ร่วมโครงการ หรือผู้รับประโยชน์จากโครงการ
- ภาพที่ช่วยบอกเล่าเรื่องราวของท่าน เช่น สมาชิกสโมสรมีส่วนร่วมอย่างกระตือรือร้นกับผู้อยู่อาศัยในชุมชน หรือลงมือทำงานอาสา
- คำอธิบายที่สั้นกระชับเกี่ยวกับเรื่องราวตามหัวข้อเรื่อง
- ข่าวแจก (หากเลือกที่จะส่งข่าวแจก) ที่ส่งเป็นข้อความในตัวอีเมลแทนการส่งเป็นเอกสารแนบไปกับอีเมล
- แบ่งปันข่าวสารกับสื่อตามช่องทางสื่อทางสังคมของสโมสร
- ร่วมกับองค์กรที่ให้ความร่วมมือในการให้ข่าวแก่สื่อ
- อ้างอิงเอกสาร Media Crisis Management Points ที่ Brand Center (ได้ Guidelines) เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการกับสื่อ (Media Crisis)

การตลาด

- หาโอกาสที่จะลงโฆษณาคนพูดจริงทำจริง (*People of Action*) ในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นและบนเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์นั้น ขอให้สถานีวิทยุในชุมชนออกอากาศโฆษณาดังกล่าว ขอให้สื่อต่างๆ เสนอการรณรงค์ให้หากไม่มีค่าใช้จ่าย
- สอบถามห้างร้านในท้องถิ่นว่าจะสามารถปิดโปสเตอร์และโปสเตอร์หรือทิ้งแผ่นพับเอาไว้ได้หรือไม่
- ติดตามกับผู้บรรยาย ผู้ที่ได้รับทุนสนับสนุน ผู้อุปถัมภ์ในอดีต และผู้บริจาคที่มีการติดต่อกับสโมสร เพื่อให้พวกเขาเข้าใจวิธีการมีส่วนร่วมในโครงการและงานกิจกรรมของท่าน
- จัดหาวัสดุอุปกรณ์ให้สมาชิกสโมสรเพื่อการส่งเสริมโรตารีและสโมสรของท่าน ท่านสามารถใช้ต้นแบบ (Template) ที่สามารถปรับให้เหมาะสมที่ Brand Center เพื่อสร้างสรรค์แผ่นพับสมาชิกมุ่งหวัง
- ส่งเสริมให้สมาชิกติดเข็มโรตารีและพูดคุยเกี่ยวกับองค์กรโรตารี

สื่อทางสังคม

- โปสต์เนื้อหาที่สะดุดสายตาและมีถ้อยแถลงที่น่าสนใจเกี่ยวกับกิจกรรมของสโมสร
- แบ่งปันเรื่องราวส่วนตัวและข่าวสารเกี่ยวกับโครงการและงานของสโมสร โดยการใช้แฮชแท็ก #PeopleofAction
- ใช้คำอ้างอิง รูปถ่าย และวิดีโอของผู้บรรยาย (โดยได้รับอนุญาต) และเชื่อมโยงกับเพจสื่อทางสังคมของพวกเขา
- จัดทำเพจสื่อทางสังคมให้เป็นปัจจุบันเสมอ โดยการแบ่งปันเนื้อหาจากช่องทางของโรตารีสากลหรือจากเพื่อนร่วมโครงการที่เชื่อถือได้
- ส่งเสริมให้สมาชิกแบ่งปันโปสต์ของสโมสรผ่านทางสื่อทางสังคมของพวกเขา
- เพจของท่านต้องมีข้อมูลที่เป็นปัจจุบัน และเน้นสารสำคัญสำหรับสาธารณชนทั่วไป

งานกิจกรรม

- ส่งเสริมให้สโมสรเป็นเจ้าภาพงานกิจกรรมที่มีเอกลักษณ์ (Signature Event) หนึ่งงานทุกปี เพื่อส่งเสริมความตระหนักในชุมชนอย่างต่อเนื่อง
- อุปถัมภ์งานพิเศษต่างๆ เช่น งานวิ่งมาราธอน การปั่นจักรยาน และการหาทุนสำหรับโครงการหรือโปรแกรมของโรตารี
- จัดนิทรรศการที่พิพิธภัณฑ์ ศาลากลาง หรือห้องสมุด
- วางแผนงานและส่งเสริมโอกาสการเป็นเครือข่ายและกิจกรรมอื่นๆ ที่เน้นประโยชน์ของการเข้าร่วมในโรตารี

เว็บไซต์ของสโมสร

- ใช้ภาพและวิดีโอซึ่งแสดงให้เห็นสมาชิกสโมสรทำงานร่วมกัน มีความสนุกสนาน และทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงที่ดีภายในชุมชน
- อุทิศส่วนหนึ่งของเว็บไซต์สโมสรเพื่อสาธารณประโยชน์และส่งเสริมองค์กรท้องถิ่นให้เชื่อมโยงกับเว็บไซต์ของสโมสร
- จัดให้ผู้อยู่อาศัยในชุมชนสนับสนุนสโมสรได้โดยง่ายขึ้น โดยระบุความต้องการให้ชัดเจน เช่น วิธีการบริจาค วิธีเป็นอาสาสมัคร หรือวิธีการเป็นสมาชิก

พูดคุยกับคณะกรรมการของท่านเกี่ยวกับแนวทางอื่นๆ ในการส่งเสริมสโมสร และทำงานกับผู้นำสโมสร เพื่อกำหนดว่าใครจะเป็นผู้รับผิดชอบเกี่ยวกับจดหมายข่าว เว็บไซต์ บัญชีสื่อทางสังคม เอกสารการตลาด และการสื่อสารอื่นๆ

ภาพลักษณ์ของสโมสร



เมื่อสโมสรโรตารีของท่านมีภาพลักษณ์สาธารณะในทางบวก สมาชิกปัจจุบันจะมีแรงจูงใจและกระตือรือร้น และสมาชิกที่คาดหวังจะอยากเข้าร่วม ควรทำงานกับคณะกรรมการสมาชิกภาพของสโมสร เพื่อพูดคุยว่ามีภาพลักษณ์ของสโมสรในเรื่องใดที่อาจจะยับยั้งสมาชิกที่คาดหวังไม่ให้เข้าร่วมในโรตารีหรือไม่ และสร้างกลยุทธ์ที่จะเอาชนะปัญหาต่างๆ เหล่านั้น บังชี้กลุ่มเป้าหมายด้านวิชาชีพหรือกลุ่มประชากรตามอายุ พิจารณามีอะไรที่ดึงดูดความสนใจของสมาชิกที่คาดหวังเหล่านี้ได้บ้าง และกำหนดว่าสื่อใดน่าจะเข้าถึงพวกเขาได้มากที่สุด

ทำภาพลักษณ์ของสโมสรให้ดีขึ้น

ทำงานกับเจ้าหน้าที่สโมสรเพื่อตัดสินใจว่าจะสร้างแบรนด์ของสโมสรอย่างไร ควรพิจารณาเรื่องเหล่านี้

- การสื่อสารของท่านต้องแสดงถึงประสบการณ์ของสโมสรอย่างถูกต้อง มั่นใจว่าการประชุมสโมสรเป็นไปตามความคาดหวังที่กำหนดไว้ ภาพลักษณ์ของสโมสรที่ตื่นตัวอยู่เสมอไม่อาจจะส่งเสริมสมาชิกภาพได้ หากมิได้สะท้อนถึงความเป็นจริง
- แจ้งให้สมาชิกทราบว่าพวกเขาเป็นผู้แทนของสโมสร และทุกสิ่งทีพวกเขาทำจะก่อให้เกิดภาพลักษณ์ของสโมสร กิจกรรมภายนอกโรตารีเป็นโอกาสที่จะได้ดึงดูดความสนใจของสมาชิกใหม่และส่งเสริมวัฒนธรรมของสโมสร
- ปรับปรุงเพจสื่อทางสังคม เว็บไซต์ของสโมสร และบล็อกให้เป็นปัจจุบันเพื่อให้น่าสนใจมากขึ้น ต้องมั่นใจว่าจะสามารถหาข้อมูลการติดต่อกับท่านได้ง่าย ดาวน์โหลดกราฟฟิคและแบนเนอร์ได้จาก Brand Center ของโรตารี

ขอให้สมาชิกสโมสรช่วย

ฐานสมาชิกภาพของท่านเป็นทรัพยากรที่มีค่าสำหรับคณะกรรมการ ทำให้สมาชิกและผู้ร่วมโปรแกรมในอดีตมีส่วนร่วมในความพยายามเกี่ยวกับภาพลักษณ์สาธารณะโดยให้พวกเขาเป็นผู้กระจายข่าวเกี่ยวกับโรตารี และกิจกรรมของสโมสร ต้องมั่นใจว่าสมาชิกทุกคนมีความรู้เกี่ยวกับโรตารีและโปรแกรมของโรตารี และส่งเสริมให้เผยแพร่พันธกิจและคุณค่าหลักของโรตารีแก่ผู้ที่ติดต่อด้วยเป็นการส่วนตัว ผู้ติดต่อทางธุรกิจและวิชาชีพ เสนอแนะให้พวกเขาเชิญสมาชิกที่คาดหวังมาร่วมในงานกิจกรรมสโมสรและโครงการบำเพ็ญประโยชน์เพื่อให้มีประสบการณ์เกี่ยวกับสโมสรด้วยตนเอง

ประเด็นสำคัญ ในการพูดคุยเกี่ยวกับโรตารี



สารสำคัญที่จะช่วยท่านในการพัฒนาประเด็นสำคัญก่อนการให้สัมภาษณ์กับสื่อและเตรียมสุนทรพจน์สำหรับผู้ฟังภายนอกมีดังนี้

สารเกริ่นนำที่สำคัญ

- ทุกวันนี้ ในชุมชนของเราและชุมชนทั่วโลก เพื่อนบ้านใกล้เรือนเคียงของเรากำลังเผชิญกับความท้าทายที่ยากลำบาก เช่น ความขัดแย้ง โรคภัยไข้เจ็บ และการขาดแคลนน้ำสะอาด สุขอนามัย การศึกษา และโอกาสในเรื่องของเศรษฐกิจ

สารสนับสนุน

- โรแทเรียนมีวิสัยทัศน์เกี่ยวกับสิ่งที่เป็นไปได้สำหรับเพื่อนบ้าน โรแทเรียนระดมกำลังผู้นำอื่น ๆ และผู้เชี่ยวชาญเพื่อลงมือปฏิบัติและทำจนสำเร็จ

เกี่ยวกับโรตารี – สารสำคัญ

- โรแทเรียนคือ คนพูดจริงทำจริง (*People of Action*) ซึ่งถูกขับเคลื่อนโดยความปรารถนาที่จะสร้างโอกาสทำให้ชุมชนเข้มแข็ง และค้นหาแนวทางแก้ไขเรื่องท้าทายที่ยากยิ่งซึ่งมีผลกระทบต่อผู้คนทั่วโลก
- โรตารีคือชุมชนของชายและหญิง 1.2 ล้านคนจากทั่วทุกทวีป วัฒนธรรม อาชีพและประสบการณ์ซึ่งเชื่อมโยงกันผ่านสโมสรโรตารีในท้องถิ่น
- สโมสรโรตารีทำโครงการทุกขนาดและให้แรงบันดาลใจแก่โรแทเรียน มิตรสหาย เพื่อนบ้าน และเพื่อนผู้ร่วมโครงการในการแบ่งปันวิสัยทัศน์ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อการแก้ปัญหาที่ยั่งยืน และลงมือนำความคิดไปสู่การกระทำ

สารสนับสนุน

- โดยการทำงานร่วมกับผู้ร่วมโครงการ เพื่อนบ้านและมิตรสหาย พวกเรากำลังทำงาน เช่น
 - ส่งเสริมสันติภาพ - สนับสนุนการเจรจาที่จะส่งเสริมความเข้าใจภายในวัฒนธรรมเดียวกันและข้ามวัฒนธรรม
 - ต่อสู้โรคภัยไข้เจ็บ - ให้ความรู้และเครื่องมือแก่ชุมชนเพื่อหยุดการแพร่กระจายของเชื้อโรคที่ป้องกันได้หรือโรคที่เป็นอันตรายถึงแก่ชีวิต
 - จัดหาน้ำสะอาด - แก้ปัญหาในชุมชนเพื่อนำน้ำสะอาดและบริการด้านสุขภาพมาสู่ประชาชนจำนวนมากขึ้นทุก ๆ วัน

- ช่วยชีวิตแม่และเด็ก - ขยายโอกาสในการเข้าถึงการอนามัยที่มีคุณภาพ เพื่อที่แม่และเด็กจะสามารถมีชีวิตและเติบโตอย่างแข็งแรง
- สนับสนุนการศึกษา - ขยายโอกาสในการศึกษา และให้พลังแก่ครูเพื่อให้แรงบันดาลใจแก่เด็กและผู้ใหญ่ในการเรียนรู้ได้มากขึ้น
- พัฒนาเศรษฐกิจชุมชน - สร้างโอกาสให้แก่บุคคลและชุมชนที่จะเติบโตทางด้านการเงินและสังคม
- ขจัดโปลิโอ - รวมพลังทั่วโลกเพื่อขจัดโปลิโอให้หมดไปอย่างถาวร
- โรตารีคือเพื่อนร่วมโครงการและทรัพยากรที่เชื่อถือได้ ด้วยสมาชิกและโครงการต่างๆ ในเกือบทุกส่วนของโลก จึงไม่มีขอบเขตในการที่เราจะทำได้

เป้าหมายด้านมนุษยชาติที่มีความสำคัญสูงสุดของโรตารีคือการขจัดโปลิโอทั่วโลก

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

โรตารีสร้างสันติภาพและความเข้าใจระหว่างประเทศ ไม่เพียงให้การศึกษาและการบำเพ็ญประโยชน์เพื่อเพื่อนมนุษย์ 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 ควรดูคำแนะนำเอกลักษณ์เสียงและภาพ (Voice and Visual Identity Guidelines) ถึงวิธีการสื่อสารความสำคัญและคุณค่าของแบรนด์ของโรตารี (Rotary's Brand)

การใช้ตราสัญลักษณ์โรตารี



ภาพลักษณ์ขององค์กรที่เป็นที่รู้จักและยอมรับ (Masterbrand Signature) (โลโก้ทางการ) ของโรตารี บ่งชี้ถึงโรตารีและพันธสัญญาในการปรับปรุงชุมชนทั่วโลกให้ดีขึ้น โรตารีสากลเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าและตราสัญลักษณ์แห่งการบริการ [หมายถึงตราสัญลักษณ์โรตารีและอ้างอิงรายการคำแนะนำเอกลักษณ์เสียงและภาพ (Voice and Visual Identity Guidelines) และประมวลนโยบายโรตารี (Rotary Code of Policies)] เพื่อประโยชน์ของโรแทเรียนทั่วโลก

เมื่อผลิตตราสัญลักษณ์ของโรตารีขึ้นมาใหม่ ให้ใช้คำแนะนำเอกลักษณ์เสียงและภาพ (Voice and Visual Identity Guidelines) และประมวลนโยบายโรตารี (Rotary Code of Policies) (มาตรา 33) สโมสรสามารถดาวน์โหลดโลโก้ของโรตารี โรทาแรคท์ และโปรแกรมอื่นๆ ของโรตารีได้ที่ Brand Center

แนวทางการตั้งชื่อ

ในการตั้งชื่อกิจกรรม โครงการ โปรแกรม เว็บไซต์หรือสิ่งพิมพ์ สโมสรโรตารีหรือหน่วยงานอื่นๆ ของโรตารี ต้องใช้ชื่อของตน และต้องไม่ใช่แต่เพียงคำว่า “โรตารี” เท่านั้น สโมสรสามารถเพิ่มชื่อสโมสรไว้ในชื่อโครงการ เป็นต้น ตัวอย่างการตั้งชื่อที่เหมาะสม เช่น

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

เอกลักษณ์ของสโมสรโรตารีซึ่งประกอบด้วยตราสัญลักษณ์โรตารีที่เป็นทางการพร้อมด้วยชื่อสโมสรควรจะใช้ในการสื่อสารทุกประเภทของสโมสร รวมทั้งเอกสารที่เกี่ยวกับกิจกรรม โครงการและโปรแกรมของสโมสร คำแนะนำเฉพาะเรื่องสำหรับการตั้งชื่อโครงการของสโมสรที่ประมวลนโยบายโรตารี (Rotary Code of Policies) หรือติดต่อผู้แทนฝ่ายสนับสนุนสโมสรและภาค

เครื่องหมายโรตารีบนสินค้าเพื่อการหาทุน

มีผู้ขายที่ได้ลิขสิทธิ์เกือบ 160 รายที่ได้รับอนุญาตให้ผลิตสินค้าที่มีเครื่องหมายโรตารีและขายระบบการจัดการสโมสร รวมทั้งเครื่องมือออนไลน์อื่นๆ ดูรายชื่อผู้มีลิขสิทธิ์ทางการเพื่อการติดต่อได้ที่ My Rotary และ Official Licensees และ Community Marketplace Resources มีเพียงผู้ขายที่ได้รับลิขสิทธิ์เท่านั้นที่ได้รับอนุญาตให้ผลิตและขายสินค้าที่มีตราสัญลักษณ์โรตารี

หากสโมสรของท่านต้องการหาทุนสำหรับโครงการโดยการขายสินค้า ท่านสามารถขายผลิตภัณฑ์ที่มีตราสัญลักษณ์โรตารีในช่วงเวลาจำกัดทราบเท่าที่ท่านซื้อสินค้าจากผู้ได้รับลิขสิทธิ์จากโรตารีอย่างเป็นทางการ และใส่รายละเอียดดังต่อไปนี้เอาไว้บนสิ่งของ

- ชื่อสโมสรโรตารีหรือสัญลักษณ์ของสโมสร
- ชื่อโครงการหรืองานหาทุน
- วันเวลาของโครงการ

หากสโมสรต้องการขายของในโครงการหาทุนระยะยาวจะต้องสมัครขอลิขสิทธิ์ หากสโมสรต้องการซื้อสินค้าจากผู้ขายที่มีได้รับลิขสิทธิ์ ผู้ขายนั้นจะต้องได้รับอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์โรตารีโดยตรงจากโรตารีสากล โปรดติดต่อ rilicensingservices@rotary.org หากมีคำถามเกี่ยวกับตราสัญลักษณ์โรตารีบนสินค้า

บอกเล่าเรื่องราวของโรตารี



วิธีพูดคุยเกี่ยวกับโรตารีและสโมสรของท่านเป็นการสร้างการรับรู้ของสาธารณชนว่าเราคือใคร เราทำอะไร และเหตุใดเราจึงทำสิ่งนั้น ภาพลักษณ์สาธารณะที่เข้มแข็งทำให้มั่นใจว่าชุมชนทุกแห่งจะรู้ว่าโรแทเรียนคือ *คนพูดจริงทำจริง (People of Action)* ซึ่งถูกขับเคลื่อนด้วยความปรารถนาที่จะสร้างโอกาส ทำให้สังคมเข้มแข็ง และค้นหาวิธีการแก้ไขปัญหาความท้าทายที่ยากยิ่งซึ่งมีผลกระทบต่อโลก

โรตารีมีทรัพยากรที่จะช่วยท่านในการจัดทำสารสำคัญของท่านให้เหมาะกับการจูงใจ ความสนใจและระดับความรู้เกี่ยวกับโรตารีเป็นการเฉพาะสำหรับผู้รับสารของท่าน หลังจากได้ฟังเรื่องราวเกี่ยวกับผลงานดี ๆ ของสโมสรแล้วสมาชิกของชุมชนอาจจะได้รับแรงบันดาลใจที่จะเรียนรู้เพิ่มเติมและสนับสนุนท่านโดยการเป็นอาสาสมัคร บริจาคเงิน หรือเป็นโรแทเรียนเอง

ใช้เอกสารการรณรงค์*คนพูดจริงทำจริง (People of Action)* ที่ Brand Center เพื่อบอกเล่าเรื่องราวของสโมสรและตอบคำถามต่างๆ ไป

- โรตารีคืออะไร?
- โรแทเรียนคือใคร?
- โรแทเรียนทำให้เกิดผลกระทบอะไรในชุมชนของฉันและทั่วโลก?
- โรตารีแตกต่างกับองค์กรอื่นๆ อย่างไร?

ทรัพยากร*คนพูดจริงทำจริง (People of Action)* มีอาทิ

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

เริ่มต้นวางแผนงานการรณรงค์*คนพูดจริงทำจริง (People of Action)* ในท้องถิ่น ต้องบ่งชี้เรื่องราวที่แสดงถึงผลกระทบของสโมสรต่อชุมชน เมื่อท่านเข้าใจเรื่องที่ต้องการจะบอกเล่า ท่านจะสามารถสร้างสรรค์โฆษณาที่จะอธิบายถึงสโมสร สื่อสารข้อความเกี่ยวกับ*คนพูดจริงทำจริง (People of Action)* และจับความสนใจของผู้ฟังได้ ใช้กระบวนการ 3 ขั้นตอนต่อไปนี้ในการพัฒนาโฆษณา*คนพูดจริงทำจริง (People of Action)* ที่เป็นสิ่งพิมพ์ซึ่งมีลักษณะพิเศษเฉพาะของสโมสรและชุมชน

1. เลือกคำกริยาที่บ่งชี้การกระทำเป็นหัวเรื่องจากตัวเลือกที่ Brand Center หัวเรื่องที่ว่า “เราด้วยกัน” (Together, We) เกริ่นนำความคิดว่าผลกระทบของเราเกิดจากการกระทำร่วมกัน และมีความหมายเป็นนัยถึงการเชิญชวนผู้ชม

2. ใช้ภาพเพื่อสนับสนุนยืนยันว่าเราเป็นคนพูดจริงทำจริง (*People of Action*) ต้องมั่นใจว่ารูปภาพแสดงให้เห็นคนมากกว่าหนึ่งคน
3. สร้างเนื้อหาสั้นๆ จัดทำถ้อยแถลงเกี่ยวกับองค์กรของเราในสองถึงสามประโยค จัดหาหลักฐานหรือสถิติเพื่อสนับสนุนถ้อยแถลงนั้น และจบลงด้วยการเรียกร้องให้ลงมือกระทำ

Brand Center มีทรัพยากรเพิ่มเติมที่หลากหลายซึ่งจะช่วยท่านในการเล่าเรื่องราวได้ชัดเจนและกระตุ้นความสนใจซึ่งจะให้แรงบันดาลใจแก่ผู้ฟังในการมีส่วนร่วมร่วมกับเราและลงมือปฏิบัติ

- คำแนะนำการณรงค์คนพูดจริงทำจริง (*People of Action Campaign Guidelines*)
- แนวทางการวางแผนงานกิจกรรม (*Event Planning Guide*)
- คำแนะนำในการเริ่มต้นอย่างรวดเร็วสำหรับเพจสื่อทางสังคมของสโมสร (*Quick Start Guide for Club Social Media Pages*)
- คำแนะนำในการเริ่มต้นเว็บไซต์สโมสร (*Quick Start Guide for Club Websites*)
- แนวทางการสื่อข้อความของโรตารี (*Rotary Messaging Guide*)

ที่ Brand Center จะมีการเพิ่มวัสดุอุปกรณ์ใหม่ๆ อย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นจึงควรจะตรวจดูบ่อยๆ

คำถามเพื่อการอภิปราย ในการอบรมภาคประจำปี



การอบรมภาคประจำปีเป็นโอกาสอันดียิ่งในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้นำสโมสรรับเลือกคนอื่นๆ
คำถามเหล่านี้จะช่วยท่านในการเตรียมตัวสำหรับการอบรม

หน้าที่รับผิดชอบของคณะกรรมการภาพลักษณ์สาธารณะของสโมสรมีอะไรบ้าง? และหน้าที่ของท่านใน
ฐานะประธานมีอะไรบ้าง?

คณะกรรมการของท่านได้รับมอบหมายให้ทำงานตามเป้าหมายของสโมสรในข้อใด?

ท่านจะทำอะไรได้บ้างเพื่อส่งเสริมโรตารีแก่สมาชิกมุ่งหวัง และจะทำงานร่วมกับใครบ้างในชุมชนเพื่อส่งเสริม
สโมสร?

ท่านจะใช้วิธีการที่มีนวัตกรรมอะไรบ้างเพื่อส่งเสริมสโมสรในปีนี้?

ท่านจะมอบหมายงานอะไรบ้างให้กรรมการ และท่านจะสนับสนุนพวกเขาอย่างไร?

ท่านจะทำอย่างไรให้ศิษย์เก่าโปรแกรมมีส่วนร่วมในงานการส่งเสริม?

