



ส่งเสริมสโมสรของท่าน ในบทบาทคนทำจริง

เอกสารส่งเสริมสโมสรของท่านในบทบาทคนทำจริงเล่มนี้ แปลจากหลักสูตร *Promoting Your Club as People of Action* ภาษาอังกฤษที่ Learning Center บนเว็บไซต์ Rotary.org

ถึงแม้ว่าคณะกรรมการแปลเอกสารของศูนย์โรตารีในประเทศไทยได้แปลและทบทวนอย่างละเอียดแล้ว คณะกรรมการฯ ไม่สามารถที่จะรับรองความสมบูรณ์ของเอกสารเล่มนี้ได้ หากมีข้อความใดไม่ชัดเจน ขอให้อ้างอิงไปยังต้นฉบับภาษาอังกฤษ

คณะกรรมการแปลเอกสารโรตารีสากลของศูนย์โรตารีในประเทศไทย
กรกฎาคม 2566

ส่งเสริมสโมสรของท่านในบทบาทคนทำจริง (Promoting Your Club as People of Action)

สารบัญ

คนทำจริง	1
บอกเล่าเรื่องราวคนทำจริงของท่าน	3
การเข้าใจ	4
การเลือกรูปภาพและถ้อยคำ	7
การสร้างสื่อคนทำจริง	14
แบ่งปันเรื่องราวของคนทำจริง	16
สรุปและทรัพยากร	19

คนทำจริง

สโมสรที่ดำเนินการอย่างราบรื่น คือ สโมสรที่อยู่บนเส้นทางแห่งความสำเร็จ นายกสโมสร เลขานุการและเหรัญญิก ทุกคนต่างมีบทบาทสำคัญในการทำให้เกิดความสำเร็จ ซึ่งรวมไปถึง



เรื่องเล่าของคนทำจริงให้คำตอบเรียบง่ายและคงเส้นคงวาต่อคำถามที่ว่า โรตารีคืออะไร? เป็นการรวมพลังพวกเราให้อยู่ในแนวความคิดหนึ่งเดียวคือ บอกเล่าและแสดง ให้โลกรู้ว่าเราคือคนทำจริง

คนทำจริงเป็นมากกว่าการรณรงค์ทางการตลาด มันคือการบอกว่าเราคือใคร

มันเป็นแนวทางที่เราสามารถพูดคุยเกี่ยวกับตัวของเราเองเพื่อให้สาธารณชนเห็นโรตารีอย่างที่เราทำ นั่นคืออาสาสมัครที่ใช้การเชื่อมโยงและความเชี่ยวชาญเพื่อปฏิบัติการ และแก้ไขปัญหาในชุมชนของพวกเขาและชุมชนทั่วโลก การนำเสนอให้โรงเรียนเป็นคนทำจริง ช่วยให้ผู้อื่นเข้าใจพวกเรา และช่วยให้พวกเราสามารถสร้างการเชื่อมโยงกับสมาชิกมุ่งหวัง อาสาสมัครและผู้สนับสนุน

เสริมสร้างแบรนด์ของเราให้แข็งแกร่งและส่งเสริมภาพลักษณ์ของเรา

การตระหนักรู้ถึงโรตารีมีความหลากหลายอย่างกว้างขวางทั่วโลก ถึงแม้ว่าผู้คนมากมายจะได้ยินคำว่าโรตารี แต่มีจำนวนน้อยที่เข้าใจอย่างเต็มที่ที่เราทำอะไรหรือเราทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างไร

เราจะเพิ่มพูนความเข้าใจของผู้คนเกี่ยวกับโรตารีได้อย่างไร?

เราไม่สามารถสันนิษฐานว่าสมาชิกชุมชนจะรู้เรื่องผลงานดี ๆ ที่สโมสรและภาคทำ เราจำเป็นต้องบอกผู้คนที่เกี่ยวกับโครงการ ปฏิบัติการ และผลกระทบที่เราทำด้วย

การแสดงให้เห็นว่าเราตอบสนองความต้องการในชุมชน จะสร้างภาพลักษณ์ในทางบวกแก่สโมสรและสมาชิกของเรา

การสื่อข้อความคนทำจริงเป็นการให้เครื่องมือที่ทรงพลังแก่เราในการแสดงให้ชุมชนเห็นว่าเราทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่มีความหมาย



“ด้วยการบอกเล่าเรื่องราวโดยใช้เรื่องเล่าของคนทำจริง ท่านจะสร้างสรรค์แนวทางที่
คงเส้นคงวาและกระตุ้นความสนใจในการอธิบายถึงโรตารี และแบ่งปันผลกระทบที่
สโมสรทำในชุมชน”

— **Vicki Puliz** กรรมการบริหารโรตารีสากลปี **2564-66** อดีตผู้ว่าการภาค **5190**
สมาชิกสโมสรโรตารีสปาร์คส์ รัฐเนวาดา สหรัฐอเมริกา

บอกเล่าเรื่องราวคนทำจริงของท่าน



เรื่องราวคนทำจริงที่มีประสิทธิภาพจะแสดงให้เห็นถึงสมาชิกโรตารีที่ เป็นผู้ประสบความสำเร็จ คือ ผู้นำที่ทำงานร่วมกันในชุมชนเพื่อที่จะให้แรงบันดาลใจ เปลี่ยนแปลง เชื่อมโยง และยกย่องในสิ่งที่เป็นไปได้ มันแสดงให้เห็นว่าเราเป็นคนที่ทำงานสำเร็จ และ สนุกสนานไปกับการทำงาน การเติบโต และการเรียนรู้ร่วมกัน

องค์ประกอบของเรื่องราวคนทำจริงที่น่าสนใจ

อ่านเรื่องราวที่เกี่ยวกับคนทำจริงที่น่าสนใจที่สุดให้มากขึ้น

เห็นความสำคัญเกี่ยวกับความท้าทายของชุมชนที่เกี่ยวข้อง

แสดงให้เห็นว่าท่านมีส่วนเกี่ยวข้อง และทำงานในเรื่องที่ท้าทายซึ่งผู้คนในชุมชนมีความห่วงใยอย่างไร ตัวอย่างเช่น คนไร้บ้าน ใช้ข้อมูลจากการประเมินชุมชนและการประเมินผลโครงการเพื่อแสดงให้เห็นว่าท่านได้ช่วยเหลือชุมชนอย่างไร



In Seattle, #Rotary members are building 400 square feet tiny houses to provide shelter and stability for the homeless. #peopleofaction



อธิบายถึงการปฏิบัติงานของท่าน

อธิบายถึงแนวทางที่สำคัญซึ่งสโมสรหรือภาคยื่นมือเข้าจัดการกับประเด็นนั้น ในตัวอย่างนี้ สมาชิกโรตารีสร้างกลุ่มบ้านหลังเล็ก ๆ เพื่อลดจำนวนคนไร้บ้านในชุมชนของพวกเขา

แสดงให้เห็นถึงความร่วมมือหรือพันธมิตร

แสดงให้เห็นถึงพลังกำลังของการเชื่อมสัมพันธ์ของสโมสรกับชุมชน และศักยภาพที่จะบรรลุผลสำเร็จโดยการแสดงให้เห็นว่าท่านทำงานกับองค์กรอื่นๆ ในท้องถิ่นอย่างไร



รวมผู้รับประโยชน์เข้าไว้ด้วย

แสดงถึงผู้คนที่หรือองค์กรที่ได้รับผลกระทบจากสิ่งที่สโมสรทำ เพื่อต่อยอดผลลัพธ์ที่เปลี่ยนแปลงชีวิตซึ่งโครงการโรตารีสามารถทำให้เกิดขึ้นได้

แสดงผลกระทบในทางบวกต่อชุมชน

อธิบายการเปลี่ยนแปลงที่ท่านได้ทำในชุมชนเพื่อสร้างการเชื่อมโยงทางอารมณ์กับเรื่องราวและสโมสรของท่าน



โครงการของท่านไม่จำเป็นต้องซับซ้อนหรือได้รับทุนสนับสนุนระดับภาคหรือระดับโลกเพื่อที่จะเป็นเรื่องราวของคนทำจริง ไม่ต้องแม้แต่จะเกี่ยวข้องกับงบประมาณ เรื่องราวที่ดีที่สุดจำนวนมากของเราเกี่ยวข้องกับการเชื่อมความสัมพันธ์หรือการให้แรงบันดาลใจแก่ผู้อื่น

ดูตัวอย่างเรื่องราวของคนทำจริงและองค์ประกอบต่าง ๆ



ความท้าทายด้านสภาพอากาศมีผลอย่างมากต่อระบบนิเวศของเกาะนิวโพรวิเดนซ์ในประเทศบาฮามาส การทำลายล้างของพายุและการพังทลายของแนวชายฝั่งปีแล้วปีเล่าได้คุกคามชายฝั่งทะเล ในขณะที่เกิดเรื่องนี้ขึ้น ระดับน้ำได้เข้าถึงพื้นที่ภายในมากขึ้น ประเทศที่อยู่ในที่ต่ำเช่นบาฮามาส ประสบความเสียหาย และจะเป็นเช่นนี้ต่อไป

ในเดือนธันวาคม สโมสรโรตารี East Nassau, สโมสรโรทาแรคท์ East Nassau และสมาชิกโรตารีอื่น ๆ ในท้องถิ่นทำงานกับ Bahamas National Trust เพื่อปลูkdต้นโกงกางแดงเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งและรักษาระบบป่าโกงกางที่อยู่ทางเหนือของ Bonefish Pond ที่นิวโพรวิเดนซ์ ป่าโกงกางจะช่วยปกป้องเกาะจากการถูกทำลายที่เกี่ยวข้องกับสภาพอากาศและการสูญเสียชายฝั่งทะเล

“เมื่อระดับน้ำทะเลลดลง คุณจะได้เห็นผลงานของเรา” เอเดรียน ไวท์ แห่งสโมสรโรตารี East Nassau กล่าว “เมื่อระดับน้ำทะเลสูงขึ้น ผลงานของเราจะยังคงอยู่ที่นั่น ปกป้องประเทศของเรา”

นอกเหนือจากการปกป้องชายฝั่งทะเลเพื่อชนรุ่นต่อไปในอนาคตแล้ว ป่าโกงกางแดงยังเป็นที่อยู่อาศัยของพันธุ์ปลาน้ำจืดต่าง ๆ ที่ถือฤดูแล้งอุตสาหกรรมการประมงของประเทศ สโมสรยังได้ปลูkdต้นโกงกางเพิ่มขึ้นอีกในเดือนนี้

คนทำจริงเป็นผู้แก้ไขปัญหามีประสิทธิภาพ เรื่องราวนี้บ่งชี้ความท้าทายของชุมชน อธิบายถึงปฏิบัติการของสมาชิกโรตารีและผู้มีส่วนร่วม แสดงภาพการร่วมมือ อธิบายถึงผู้ได้รับประโยชน์ และแสดงถึงผลกระทบโดยรวม

ท่านสามารถบ่งชี้องค์ประกอบของคนทำจริงในเรื่องนี้ได้หรือไม่ จับคู่องค์ประกอบทางด้านซ้ายเพื่อเชื่อมโยงกับส่วนต่าง ๆ ของเรื่องราวที่แสดงถึงองค์ประกอบนั้น ๆ

1) ความท้าทาย	ก) ความเสียหายจากพายุและการกัดเซาะได้คุกคามชายฝั่งทะเลทำให้ระดับน้ำเข้าไปในพื้นที่ด้านในไกลจากชายฝั่งมากขึ้น
2) ความร่วมมือ	ข) การปกป้องชายฝั่งช่วยประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ลุ่มต่ำและทำงานเกี่ยวกับพาณิชย์ประมง
3) ผลกระทบ	ค) สมาชิกโรตารีปลูกต้นไม้ริ้วทางเพื่อปกป้องชายฝั่งจากการถูกทำลายมากขึ้น
4) ปฏิบัติการ	ง) สมาชิกโรตารีและโรทาแรคท์ทำงานร่วมกัน พร้อมกับผู้เชี่ยวชาญที่เป็นพันธมิตรของชุมชน
5) ผู้รับประโยชน์	จ) การปกป้องชายฝั่งลดภาวะน้ำท่วมและสนับสนุนอุตสาหกรรมการประมง

คำตอบ :

1) – ก, 2) – ง, 3) – จ, 4) – ค, 5) – ข

องค์ประกอบเพิ่มเติมซึ่งจะช่วยส่งเสริมเรื่องราวคนทำจริงของท่าน

การเลือกรูปภาพและถ้อยคำ



การเลือกรูปภาพ

รูปภาพในทางบวกของสมาชิกโรตารีในบทบาทคนทำจริงจะดึงดูดความสนใจของสาธารณชนและจุดประกายความสนใจในโรตารี เมื่อท่านถ่ายรูปหรือเลือกรูปภาพเพื่อแนบไปกับเรื่องราว จงจำไว้ว่า คำแนะนำเหล่านี้จะสร้างการสื่อข้อความคนทำจริงที่มีพลังมากขึ้น



คำแนะนำ 1

แสดงถึงชีวิตจริง ชีวิตประจำวัน



คำแนะนำ 2

จับความรู้สึกของการเคลื่อนไหวหรือปฏิบัติการ



คำแนะนำ 3

แสดงให้เห็นว่าผู้คนทำงานร่วมกันหรือเชื่อมสัมพันธ์กัน



คำแนะนำ 4

ใช้แสงที่อบอุ่นและสีธรรมชาติ



คำแนะนำ 5

เป็นตัวแทนความหลากหลายของสโมสรและชุมชน



คำแนะนำ 6

ใช้รูปภาพที่มีผู้คน 2-3 คนที่ผู้ดูสามารถเห็นได้ชัดเจน



คำแนะนำ 7

ใช้มุมกล้องที่แตกต่าง หรือตัดภาพที่เลือกเอาเฉพาะ
ส่วนที่ดึงดูดความสนใจของผู้คน

สรุป

ใช้ช่วงเวลาที่ดี เป็นเรื่องจริงที่แสดงให้เห็นว่าสมาชิกโรตารีทำงานร่วมกัน หรือทำงานร่วมกับผู้ที่ได้รับประโยชน์จากโครงการ จัดให้มีพื้นที่รอบ ๆ คนหรือสิ่งของรูปภาพเพื่อเขียนพาดหัวและเนื้อหาของเรื่องราว คิดถึงรูปภาพที่จะดึงดูดความสนใจของสาธารณชน

รูปภาพบางรูปไม่สื่อข้อความของการเป็นคนทำจริงที่มีพลัง หลีกเลี่ยงการใช้รูปภาพที่:



มีผู้คนมากมาย



แสงไม่ดี



ผู้คนที่ทำงานหรือมองดูกล้องตรง ๆ



ผู้คนที่กำลังจับมือทักทายกัน



คนยืนอยู่ที่แท่นบรรยาย



โฟกัสไม่ชัด



รูปภาพหน้าจอจากวิดีโอคอนเฟอร์เรนซ์



คนเพียงหนึ่งคน

หากท่านรวบรวมชุดรูปภาพ พยายามใช้รูปภาพที่มีพลังที่เราพูดถึง ท่านสามารถรวมเอารูปภาพ 1 หรือ 2 รูปแสดงรายละเอียดของโครงการหรือผลกระทบได้ แต่ต้องตรวจสอบให้แน่ใจว่ารูปภาพส่วนมากแสดงถึงผู้คนที่มีส่วนในปฏิบัติการ

ท่านสามารถดูคำแนะนำเพิ่มเติมได้ที่ [Brand Center](#)

ทบทวนสิ่งที่ท่านได้เรียนรู้จนถึงขณะนี้เกี่ยวกับเรื่องราวและรูปภาพของคนทำจริง อ่านข้อความข้างล่างและตัดสินใจว่าเป็นองค์ประกอบของข้อความที่สื่อความเป็นคนทำจริงที่มีอิทธิพลหรือไม่

	ใช่	ไม่ใช่
1. โซเชียลมีเดียที่โพสต์ข้อมูลเกี่ยวกับกำหนดการผู้บรรยายของท่าน		
2. รูปภาพที่แสดงให้เห็นสมาชิกโรตารีและสมาชิกชุมชนทำงานร่วมกัน		
3. โพสต์โซเชียลมีเดียที่แสดงว่าสโมสรของท่านปลูกต้นไม้ในสวนที่โรงเรียน		
4. รูปภาพที่แสดงให้เห็นโรแทเรียนหนึ่งคนนำเสนอที่แท่นบรรยาย		
5. เรื่องราวที่อธิบายว่าสโมสรของท่านปฏิบัติการเกี่ยวกับความท้าทายของชุมชนอย่างไร		
6. รูปภาพที่แสดงให้เห็นโรแทเรียน 2 คนทักทายและจับมือกัน		

คำตอบ

1) – ไม่ใช่, 2) – ใช่, 3) – ใช่, 4) – ไม่ใช่, 5) – ใช่, 6) – ไม่ใช่

ดูรูปภาพ 2 รูปต่อไปนี้และตัดสินใจว่าเหมาะสมสำหรับเรื่องราวของคนทำจริงหรือไม่



ท่านจะใช้รูปภาพนี้ในเรื่องราวคนทำจริงหรือไม่?

- ☐ ใช่
- ☐ ไม่ใช่

คำตอบ – ไม่ใช่

รูปภาพฝูงชน — ที่ถึงแม้จะมีหนึ่ง 1 คนที่เป็นศูนย์กลาง — หากปราศจากการกระทำ ก็จะไม่ใช่ว่าเลือกที่ดีสำหรับเรื่องราวคนทำจริง



ท่านจะใช้รูปภาพนี้ในเรื่องราวคนทำจริงหรือไม่?

- ☐ ใช่
- ☐ ไม่ใช่

คำตอบ – ใช่

นี่คือชีวิตจริง ช่วงเวลาที่เกิดขึ้นทุกวัน ที่แสดงให้เห็นว่าสมาชิกในชุมชนทำงานร่วมกัน ซึ่งจะเป็นตัวเลือกที่ดีสำหรับเรื่องราวคนทำจริง

i การยินยอมให้ใช้รูปภาพ

ตรวจสอบให้มั่นใจว่าได้รับการยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษรจากผู้ที่ปรากฏตัวอยู่ในรูปภาพของท่าน หากมีเด็ก ๆ ในรูปภาพต้องได้รับคำอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากบิดามารดาหรือผู้ปกครอง และต้องเก็บสำเนาคำอนุญาตเอาไว้ด้วย หากท่านไม่ได้ถ่ายรูปภาพเอง ต้องขออนุญาตใช้รูปภาพจากผู้ถ่ายภาพด้วย

ดูรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับการให้รูปและลิขสิทธิ์ได้จาก What You Need to Know about Creating Promotional Content

การเลือกใช้คำกริยาของคนทำจริงที่จะใช้ในรูปภาพ

โฆษณาและโพสต์โซเชียลมีเดียของคนทำจริง ใช้คำที่เจาะจงเฉพาะเพื่อเป็นหลักประกันว่าทุก ๆ ทุกสโมสรทั่วโลกใช้ข้อความที่คงเส้นคงวาเหมือนกัน คือ "มาร่วมมือกัน" (Together, We) พร้อมกับหนึ่งในคำกริยาหรือวลีที่ได้กำหนดไว้ดังนี้



เชื่อมสัมพันธ์ (Connect)



ให้พลัง (Empower)



ขจัดโปลิโอ (Eradicate Polio)



ต่อสู้ความหิวโหย (Fight hunger)



ให้แรงบันดาลใจ (Inspire)



เรียนรู้ (Learn)



ดูแลและให้คำปรึกษา (Mentor)



ส่งเสริมสันติภาพ (Promote peace)



รักษาชีวิต (Save lives)



เปลี่ยนแปลง (Transform)

พิจารณาว่าหนึ่งในแนวความคิดเหล่านี้จะจับคู่ได้ดีที่สุดกับเป้าหมายหรือผลกระทบของโครงการและรูปภาพที่ท่านตัดสินใจจะใช้

โปรดเลือกจากตัวเลือกเหล่านี้เท่านั้นในข้อความคนทำจริงของท่าน เราได้ตรวจสอบเพื่อให้แน่ใจแล้วว่ากลุ่มอื่น ๆ มิได้ใช้คำเหล่านี้ ตัวเลือกเหล่านี้เท่านั้นที่มีการอนุมัติเห็นชอบสำหรับการใช้ของโรตารี ดังนั้น จงหลีกเลี่ยงการใช้คำกริยาหรือวลีอื่น ๆ

เรามีองค์ประกอบเริ่มต้นสำหรับเรื่องราวคนทำจริงแล้ว มาเรียนรู้วิธีการสร้างสื่อคนทำจริงเพื่อแบ่งปันกับชุมชนกันเถอะ

การสร้างสื่อคนทำจริง

เมื่อเราบังคับองค์ประกอบของเรื่องราวที่ต้องการจะใช้ เลือกรูปภาพ และพิจารณาเกี่ยวกับคำกริยาของคนทำจริง ที่จะเหมาะสมมากที่สุดแล้ว ก็ถึงเวลาไปที่ Brand Center ใน My Rotary เพื่อสร้างโฆษณาหรือโพสต์โซเชียลมีเดียของท่าน

ทบทวนขั้นตอนเพื่อดูวิธีการที่ท่านสามารถสร้างและแบ่งปันเรื่องราวคนทำจริง

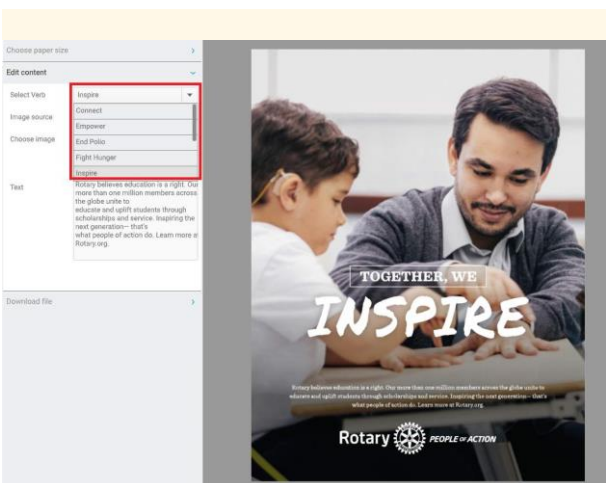
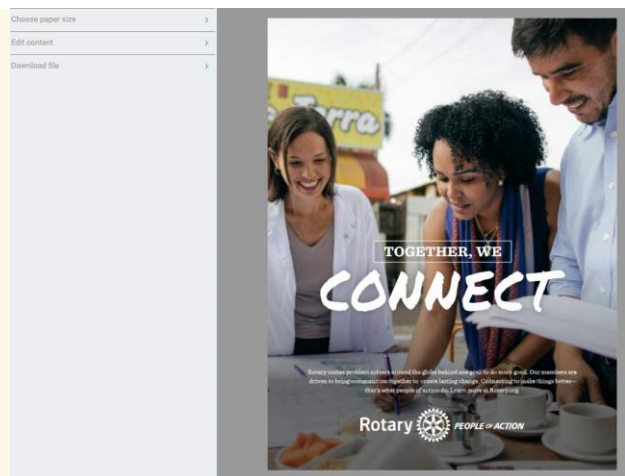


1. เลือกรูปแบบและช่องทาง

ตัดสินใจว่าท่านจะใช้ข้อความคนทำจริงในรูปแบบใด เช่น โฆษณาส่งพิมพ์หรือโฆษณาดิจิทัล และเลือกช่องทางที่จะใช้เพื่อบอกเล่าเรื่องราว เช่น เว็บไซต์ของสโมสรหรือแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย

2. เลือกต้นแบบ (Template)

ในตัวอย่างนี้ เรากำลังจะสร้างสรรค์โฆษณาส่งพิมพ์ ดังนั้น จึงเลือก template ของ People of Action ที่เป็น print ad



3. สร้างเรื่อง

เลือกหัวข้อ “มาร่วมกัน” ที่เกี่ยวข้อง เพิ่มรูปภาพ และจัดเนื้อหาที่เป็นข้อความ 2-3 ประโยคที่สรุปองค์ประกอบหลักของเรื่องราวคนทำจริงของสโมสรรีเฟรช หน้าจอเพื่อดูเวอร์ชันที่ปรับปรุงแล้วและทำการบันทึก (save)

โปรดสังเกตว่าเรื่องราวที่ถูกบันทึกเอาไว้ที่ **Brand Center** จะอยู่เพียงระยะสั้นเท่านั้น ท่านต้องดาวน์โหลดลงในคอมพิวเตอร์ทันทีเพื่อให้แน่ใจว่าจะสามารถเข้าถึงได้เมื่อต้องการใช้

4. แบ่งปันข้อความคนทำจริงของท่าน

โพสต์โฆษณาของท่านในสถานที่ต่าง ๆ รอบ ๆ ชุมชนหรือส่งให้ผู้ประกาศข่าวในท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมกิจกรรมของสโมสรซึ่งปรับปรุงชีวิตของผู้คน

เลือกรูปภาพเพื่อดูเนื้อหาในโฆษณาสิ่งพิมพ์



ในช่วงนี้ พิจารณาส่งสิ่งที่ได้เรียนรู้เกี่ยวกับการสร้างโฆษณาคนทำจริง

- 1) เหตุใดโฆษณาคนทำจริงจึงใช้เพียงตัวเลือกของคำ "มาร่วมมือกัน" (Together, We) ใน Brand Center เท่านั้น จึงเป็นสิ่งที่สำคัญ (เลือกทุกข้อที่ถูกต้อง)
 - ก) คำกริยาเหล่านี้จะคงเส้นคงวากับถ้อยคำในเรื่องราวที่สโมสรทั่วโลกใช้ร่วมกัน
 - ข) คำกริยาเหล่านี้ถูกพบว่าดึงดูดผู้คนมากกว่า
 - ค) คำกริยาเหล่านี้ ได้มีการทำให้ชัดเจนแล้วว่าสำหรับการใช้ของโรตารี

ข้อ ก) และ ค) ถูกต้อง

คำกริยาเหล่านี้ ใช้ได้อย่างถูกต้องตามที่ผู้เชี่ยวชาญทางกฎหมายได้ดำเนินการไว้แล้ว และข้อความของท่านจะคงเส้นคงวาเหมือนกับข้อความในเรื่องราวที่สโมสรทั่วโลกแบ่งปัน

- 2) ฉันสามารถเก็บโฆษณาที่สร้างขึ้นในแฟ้มต้นแบบที่ Brand Center เอาไว้ตลอดไปได้
 - ถูก
 - ผิด

คำตอบ : ผิด

เนื้อหาข้อความของท่านจะไม่ถูกบันทึกเอาไว้ที่ Brand Center ท่านจะต้องบันทึกส่วนที่ได้สร้างเอาไว้ในคอมพิวเตอร์เพื่อที่จะเข้าถึงได้อีกในระยะยาว

ท่านสามารถแสดงให้เห็นว่าสมาชิกโรตารีเป็นคนทำจริงได้ในแนวทางต่อไปนี้

- เพิ่มแบนเนอร์ดิจิทัลบนเว็บไซต์
- พัฒนาโฆษณาโซเชียลมีเดีย
- เพิ่มวิดีโอคนทำจริงบนเว็บไซต์ของท่าน
- ทำงานร่วมกับสถานีวิทย์ในท้องถิ่นเพื่อสร้างโฆษณาทางวิทยุ

แบ่งปันเรื่องราวของคนทำจริง



ในฐานะของผู้ที่มีอิทธิพลในสโมสรและชุมชน ท่านสามารถสร้างผลกระทบที่ยิ่งใหญ่และเข้าถึงสมาชิกมุงหวังได้โดยการแบ่งปันเรื่องราวคนทำจริงบนสื่อทางสังคม

--- Elizabeth Usovicz กรรมการบริหารโรตารีสากลปี 2564-66 อดีตผู้ว่าการภาค 6040 และสมาชิกสโมสรโรตารีแคนซัสซิตี-พลาซา รัฐมิสซูรี สหรัฐอเมริกา

โซเชี่ยลมีเดีย

การโพสต์เรื่องราวของคนทำจริงบนบัญชีโซเชี่ยลมีเดียของสโมสรเป็นหนึ่งในแนวทางที่ง่ายที่สุดในการแบ่งปันกับสาธารณชน ไม่เพียงแต่ฟรีเท่านั้น หากยังทำให้ท่านสามารถเลือกที่จะโพสต์เมื่อใดและที่ใดก็ได้

พิจารณาเกี่ยวกับเรื่องราวของท่านและบ่งชี้องค์ประกอบที่จะทำให้เรื่องราวนั้นเป็นเรื่องของคนทำจริง เน้นความสำคัญของแต่ละโพสต์ในองค์ประกอบต่อไปนี้หนึ่งเรื่องหรือมากกว่า

- ความท้าทาย
- ปฏิบัติการของท่าน
- ความร่วมมือของท่าน
- ผู้รับประโยชน์
- ผลกระทบที่ท่านทำ



ในโพสต์โซเชี่ยลมีเดีย โปรดใช้ #Rotary และ #PeopleofAction เพื่อช่วยให้ผู้คนที่น่าสนใจ ได้มองเห็นโพสต์ของท่าน

โพสต์โซเชี่ยลมีเดีย

มาดูกันว่าเรื่องราวของปาโกทางสามารถทำเป็นโพสต์โซเชี่ยลมีเดียได้ถึง 5 โพสต์อย่างไร



1. ความท้าทาย

ความท้าทายเรื่องภูมิอากาศมีผลกระทบต่อระบบนิเวศของเกาะนิวโพรวิเดนซ์ เราจำเป็นต้องปฏิบัติการเพื่อรักษาเกาะของเรา เรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับงานของเราในการปกป้องสิ่งแวดล้อมได้ที่ (เว็บไซต์ของสโมสร) #PeopleofAction #Rotary

2. ปฏิบัติการของท่าน

ในเวลาหนึ่งวัน เราปลูกต้นกล้าโกงกาง 50 ต้นที่อุทยานแห่งชาติ Bonefish Pond เพื่อช่วยปกป้องเกาะนิว-ไพรวิเดนซ์จากการถูกทำลายที่เกี่ยวกับภูมิอากาศและการสูญเสียชายฝั่งทะเล เรียนรู้ให้มากขึ้นว่าท่านจะสนับสนุนงานของเราเพื่อปกป้องสิ่งแวดล้อมได้อย่างไรที่ (เว็บไซต์ของสโมสร) #PeopleofAction #Rotary



3. ความร่วมมือของท่าน

สโมสรโรตาแรคท์ East Nassau และสมาชิกโรตารีในท้องถิ่นทำงานกับ Bahamas National Trust เพื่อปกป้องแนวชายฝั่งของเรา “นี่เป็นความริเริ่มที่ดีสำหรับโรตาแรคเตอร์และโรแทเรียนที่จะปฏิบัติการและปกป้องสิ่งแวดล้อมของพวกเขา” Rechea Delancy กล่าว เรียนรู้ว่าคนรุ่นเยาว์ทำงานกับชุมชนเพื่อทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้อย่างไรที่ (เว็บไซต์ของสโมสร) #PeopleofAction #Rotaract #Rotary

4. ผู้รับประโยชน์

ช่วยผู้คนที่ต้องจัดการกับน้ำท่วมในปัจจุบันและเพื่อรักษาสีเขียวให้แกชุมชนต่อไป สโมสรโรตารี East Nassau ปลูกต้นกล้าโกงกางที่อุทยานแห่งชาติ Bonefish Pond เรียนรู้ว่าคุณสามารถปฏิบัติการเพื่อช่วยผู้คนในชุมชนได้อย่างไรที่ (เว็บไซต์ของสโมสร) #PeopleofAction #Rotary



5. ผลกระทบที่ท่านทำ

การปกป้องแนวชายฝั่งของเราจากความเสียหายจากพายุและการสึกกร่อนในแนวทางที่สนับสนุนอุตสาหกรรมประมงและรักษาชายฝั่งเพื่อนาคต นั่นคือสิ่งที่คนทำจริงทำ เรียนรู้ให้มากขึ้นที่ (เว็บไซต์ของสโมสร) #PeopleofAction #Rotary

การโพสต์ข้อความ People of Action บนเว็บไซต์ของท่าน

เพิ่มข้อความ สื่อต่างๆ และวิดีโอคนทำจริง บนเว็บไซต์ของสโมสรหรือภาค ท่านสามารถจะ

- ใช้ต้นแบบ (Template) สำหรับ Digital Banner เพื่อสร้างกราฟิกคนทำจริง
- โปสต์วิดีโอคนทำจริง



Digital Horizontal Banner

คิดถึงทุกแนวทางที่ท่านจะสามารถแบ่งปันสื่อคนทำจริงได้นอกจากเว็บไซต์แล้ว สามารถใช้ใน

- โบรชัวร์สโมสร
- จดหมายข่าวของสโมสรหรือภาค
- โฆษณาที่เป็นสิ่งพิมพ์ในร้านค้าท้องถิ่น
- โฆษณาออนไลน์และโฆษณาสิ่งพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น
- โฆษณากลางแจ้งและบิลบอร์ดในชุมชน

สรุปและทรัพยากร



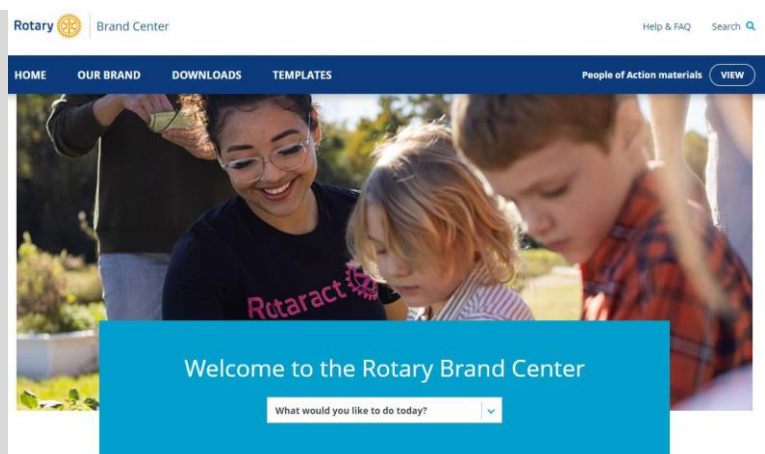
ท่านมีพลังที่จะเพิ่มความเข้าใจของผู้คนเกี่ยวกับโรตารีโดยการแสดงให้เห็นว่าสมาชิกของเราเป็นคนทำจริง คือการบอกเล่าและแสดงแก่สาธารณชนว่าท่านทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีในชุมชนของท่านอย่างไร

เมื่อสมาชิก 1.4 ล้านคนของเราแบ่งปันเรื่องราวของคนทำจริงกับสาธารณชน พวกเขาหน้าภาพของโรตารีมาสื่อให้มีชีวิตในแนวทางที่ผู้คนสามารถเข้าใจและเกี่ยวข้องได้



การเสริมสร้างภาพลักษณ์ของเราสามารถเพิ่มสมาชิก ทำให้อาสาสมัครมีส่วนร่วม ดึงดูดเพื่อนร่วมโครงการ และเป็นที่น่าสนใจของผู้บริจาค ทำให้พวกเราสามารถทำสิ่งดีๆ ในโลกได้มากขึ้น

ท่านสามารถค้นหาทรัพยากร
คนทำจริงได้ที่ **My Rotary** โดย
ไปที่ **Brand Center**



โปรดแบ่งปันผลงานดีๆ ของสโมสรต่อไปโดยการใช้สื่อคนทำจริง เช่น วิดีโอตัวอย่างซึ่งมีอยู่ที่ Brand Center
<https://www.youtube.com/watch?v=8b3Ea2o9JYA>

