

KORNIZA E TREGIMIT TË TË DHËNAVE NË SEKTORIN PUBLIK

Konceptoni

1 MOTIVIMI mendoni 'pse'

- Cili është qëllimi juaj?
Çfarë dëshironi të arrini?
- Çfarë do të ndryshojë për shkak të komunikimit tuaj?
- Cilat nga nevojat nga audienca juaj mund të plotësohen?

2 MESAZHI gruponi gjetjen me një fjali

- Cila është pjesa kritike e informacionit që audienca duhet të kupton dhe mban mend?
- Çfarë duhet audienca të ju përcjell miqve, kolegëve të tyre, apo eprorëve?

3 AUDIENCA identifikoni audiencën

- Cili person apo grup prej njerëzish do të preken më shumë nga komunikimi juaj?
- Është një person apo një grup prej njerëzish – dhe çfarë i lidh ata?
- Çfarë niveli i njohurive financiare mund të prisni nga audienca juaj?
- Çfarë përvojash, nevojash, shpresash dhe ëndrrash kanë ata të përbashkët?

4 TONI vendosni tonin

- A është mesazhi kryesor një fjalë paralajmëruese ose një shkak për festë?
- A është objektivi një thirrje e përgjithshme për veprim apo apel urgjent?
- Çfarë emocione do të dëshironi për të përcjellë?
- Si dëshironi grupi i synuar të reagojë?
- Çfarë shoqërime emocionale ka grupi i synuar me mesazhin kryesor?

5 KANALET E KOMUNIKIMIT mendoni metodën e komunikimit

- Përmes cilit medium dhe kanal mund të arrini grupi tuaj të synuar?
- Cili medium do t'ju tregonte historinë më mirë?
- Çfarë burimesh keni në dispozicion?

6 PËRZGJEDHJA E TË DHËNAVE Identifikoni numrat kyç

- Cilat shifra ju nevojiten të prezantoni për të përcjellë mesazhin tuaj?
- Si mund ta thjeshtoni prezantimi e numrave tuaj?
- A do të ndihmonte për të vizualizuar të dhëna? Nëse po, cili lloj vizualizimi është më i përshtatshëm?

7 ARKTITEKTURA E TREGIMIT Zgjedheni strukturën e narrativit

- A përcjellët mesazhi kyç më i mirë përmes një njeriu? Nëse po, formati i udhëtimit të heroit mund të jetë më i miri.
- A ka ndonjë problem për t'u zgjidhur, dhe a ka të ndryshme të mundshme skenarët? Nëse po, formati nga i varfëri në të pasur mund të jetë një zgjedhje e mire.
- Nëse asnjë nga sa më sipër nuk duket i përshtatshëm, a mund të pasojë historia - vijë e thjeshtë?

Caktoni bazën

Caktoni mediat

8 PUNA ME TEKST shkruani paraprakisht

- A është i qartë dhe konciz formulimi juaj? A është gjuha juaj të përshtatshme për niveli i arsimimit të grupit?
- A do të ishte më e lehtë të lexohej nëse e ke formatuar tekstin tënd?
- Cilat janë aspektet kryesore vizuale e tekstit? A ka ndonjë seksione verbal ku mund zëvendësohet me vizualizime?

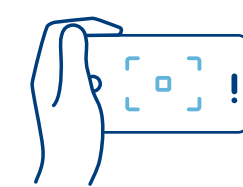
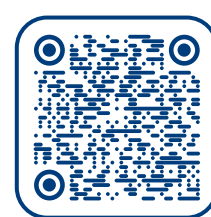
9 PUNA ME VIZUALIZIME zgjedhni llojin e vizualizimit

- A janë të përshtatshme të dhënat tuaja për vizualizimin e të dhënave apo për një infografikë?
- Në rastin e grupeve të të dhënave më të gjera, çfarë vizualizimi të të dhënave ilustron më së miri mesazhin?
- Në rastin e grupeve të të dhënave të vogla ose cilësore, cila është pamja vizuale dhe historia e infografikës suaj? Çfarë elementesh duhet të përmbajë?
- A ka ndonjë specifikim të identitetit të korporatës që duhet ndjeket apo përfshihet?

- Përdorni vetëm të dhëna të besueshme
- Shmangni numrat dhjetorë dhe thyesat
- Zbërtheni numrat e mëdhenj në njësi më të vogla
- Mos shfaqni llogaritjet
- Përdorni variabla të përbëra
- Shtoni vlerat e referencës
- Ofroni mënyra alternative të përfaqësimit
- Jini të vetëdijshëm për paragjykimet
- Siguroni një pamje të ekuilibruar

- Shpjegoni gjetjen tuaj kryesore në 60 sekonda
- Reduktojeni në një fjali për mesazhin kryesor
- Përvijoni përmbajtjen në tabelën e tregimeve
- Zgjidhni një hark tregimi të përshtatshëm

Merrni udhëzuesin në formë elektronike



1 Instaloni aplikacionin Artvive

2 Skanoni figurat me Artvive



TË DHËNAT



NARRATIVI



NGA RAPORTIMI NË KOMUNIKIM



GJUHA



VIZUALIZIMI