



Strategie de comunicare & social media

Cum povestim Yellow lumii întregi

Poziționare, tonul vocii, publicuri-țintă, piloni de conținut, plan pe canale, calendar editorial și indicatori — tot ce ne trebuie ca să creștem o comunitate caldă și de încredere.

De ce avem nevoie de această strategie

Yellow face o muncă profundă și delicată: ajută copii, tineri și adulți cu nevoi speciale să devină independenți. Această muncă merită să fie **văzută, înțeleasă și susținută**. O comunicare coerentă ne aduce mai aproape de patru grupuri esențiale — părinți, sponsori, parteneri și voluntari — și transformă simpatia în acțiune: înscrieri, donații, parteneriate și oameni buni în echipă.

Documentul de față este un ghid practic. Îl poți folosi ca „busolă” pentru orice postare, campanie sau mesaj: cum sună Yellow, ce povestim, unde, cât de des și cum știm că funcționează.

Cuprins

01 Poziționare & idee centrală

03 Publicuri-țintă (4 persona)

05 Tonul vocii (do & don't)

07 Strategia pe canale

09 Idei de campanii

02 Obiective de comunicare

04 Mesaje-cheie pe public

06 Piloni de conținut

08 Ritm & calendar editorial

10 Indicatori (KPI) & pași următori

Ideea centrală

„Yellow este locul cald în care copiii, tinerii și adulții cu nevoi speciale învață, se împrietenesc și devin independenți — cu încredere și curaj, către un viitor fără obstacole.”

Esența brandului: căldură + competență. Suntem prietenoși și blânzi, dar și profesioniști și riguroși. Nu vindem milă, ci **speranță concretă și progres real**.

Personalitatea Yellow: optimist, cald, răbdător, respectuos, jucăuș fără a fi copilăros. Ca un mentor de încredere care crede în tine chiar și atunci când tu nu crezi.

Ce vrem să obținem

Obiectiv	Cum arată succesul
Notorietate & încredere	Yellow devine un nume cunoscut și respectat în comunitatea de educație specială din București.
Înscrieri	Familii care ne scriu și își aduc copiii în programe.
Fonduri	Donatori recurenți și sponsori care susțin activitățile.
Parteneriate	Companii și instituții pentru ateliere și integrare pe piața muncii.
Echipă	Voluntari și terapeuți buni care vor să ni se alăture.

Cui îi vorbim

Fiecare public are alte griji și alte motivații. Le vorbim la fel de cald, dar cu accente diferite.



Părinți & familii

CE SIMT

Grijă, oboseală, dorința de a găsi un loc sigur și oameni care le înțeleg copilul.

CE LE ARĂTĂM

Căldură, siguranță, competență, povești de progres, chipuri reale ale echipei.



Sponsori & donatori

CE SIMT

Vor să ajute, dar au nevoie de încredere și dovadă că banii lor schimbă ceva real.

CE LE ARĂTĂM

Impact concret, transparență, cifre, „ce face donația ta”, recunoștință.



Parteneri & instituții

CE SIMT

Caută parteneri serioși, cu misiune clară și beneficii de imagine și impact social.

CE LE ARĂTĂM

Profesionalism, metodă, rezultate, oportunități de colaborare și CSR.



Voluntari & terapeuți

CE SIMT

Vor sens, apartenență și un mediu în care să crească profesional.

CE LE ARĂTĂM

Cultura echipei, formare, „o zi la Yellow”, testimoniale, apeluri de recrutare.

Ce spunem fiecăruia

Public	Mesaj principal
Părinți & familii	„La Yellow, copilul tău e mai întâi un prieten. Construim încredere, apoi învățăm împreună abilitățile care aduc independență.”
Sponsori & donatori	„Donația ta nu se pierde într-un cont — devine o abilitate nouă, un pas spre autonomie, o familie care respiră mai ușor.”
Parteneri & instituții	„Împreună putem crea ateliere și locuri de muncă reale pentru tineri cu nevoi speciale. Un parteneriat cu impact social măsurabil.”
Voluntari & terapeuți	„Vino să fii mentor într-o echipă care crede în oameni. Aici, munca ta schimbă vieți — și te schimbă și pe tine.”

Mesaje-umbrelă (pentru toți)

- „Cu încredere și curaj către un viitor fără obstacole.”
- „Fiecare abilitate contează.”
- „O comunitate care învață împreună.”
- „Nu vindem milă. Construim independență.”

Cum sună Yellow

Cald, clar, demn. Vorbim ca un prieten priceput — niciodată de sus, niciodată siropos.

✓ Facem

- ✓ Vorbim despre oameni, nu despre „cazuri” sau „deficiențe”.
- ✓ Punem persoana pe primul loc: „un copil cu autism”, nu „un autist”.
- ✓ Spunem povești concrete, cu emoție reală și respect.
- ✓ Celebrăm progresul mic ca pe o victorie mare.
- ✓ Folosim un limbaj simplu, cald și accesibil.
- ✓ Cerem mereu acordul familiei înainte de a publica chipuri.

✗ Evităm

- ✗ Tonul de milă, victimizare sau „bietul de el”.
- ✗ Jargonul medical greu, fără explicații.
- ✗ Etichete și diagnostice folosite ca definiții ale persoanei.
- ✗ Promisiuni exagerate sau „miracole”.
- ✗ Imagini fără consimțământ sau care expun vulnerabilitatea.
- ✗ Formalismul rece și corporatist.

Identitate vizuală în social

Culori: galben Yellow (#FFCE03) + antracit (#231F20) pe fundal crem/alb. **Forme:** „blob”-uri organice, stele și motivul mâinilor din logo. **Fotografie:** naturală, luminoasă, caldă — momente reale de învățare și bucurie. **Font:** un serif prietenos pentru titluri + un sans rotunjit pentru text. Consecvența vizuală = recunoaștere instantă.

Despre ce postăm

Cinci teme care se repetă, echilibrând emoția, educația și apelul la acțiune.

30%
Povești

Povești de progres

Momente reale: primul cuvânt, prima prietenie, o abilitate nouă. Inima brandului. (Mereu cu acordul familiei.)

25%
Educație

Educație & resurse pentru părinți

Sfaturi practice, mituri demontate, explicații despre metode. Ne poziționează ca experți de încredere.

20%
Culise

În culise & metoda noastră

O zi la Yellow, echipa, cum arată o ședință, abordarea în 4 etape. Transparență care naște încredere.

15%
Comunitate

Comunitate & evenimente

Excursii, tabere, ateliere, sărbători, parteneri. Arătăm o comunitate vie și caldă.

10%
Acțiune

Apeluri la acțiune

Donații, înscrieri, recrutare voluntari, campanii. Clar, cald, fără presiune.

Unde și cum

Canal	Rol	Formate	Ritm
Instagram	Vitrina emoțională. Povești, culise, comunitate.	Reels, carusele, Stories	3–4 postări/săpt. + Stories zilnic
Facebook	Părinți & comunitate locală, evenimente, strângere de fonduri.	Postări, albume, evenimente, live	3 postări/săpt.
TikTok	Reach nou, conștientizare, umanizare prin video scurt autentic.	Video scurt, educativ & cald	2–3 postări/săpt.
LinkedIn	Sponsori, parteneri, instituții, recrutare specialiști.	Articole, impact, CSR, echipă	1–2 postări/săpt.
Newsletter	Relația profundă cu donatori & familii. „În familia Yellow.”	Email lunar	1/lună

Principii transversale

Un conținut, mai multe canale: o poveste devine Reel (IG/TikTok), postare (FB), articol (LinkedIn) și paragraf în newsletter. **Video întâi:** algoritmi și oamenii preferă mișcarea și chipurile. **Accesibilitate:** subtitrări la toate videoclipurile, text alternativ la imagini, contrast bun. **Consecvență > perfecțiune:** mai bine constant și autentic decât rar și șlefuit.

O lună la Yellow (exemplu)

Un ritm sustenabil de ~3–4 postări/săptămână, cu pilonii echilibrați. Un model pe care echipa îl poate repeta lună de lună.

Luni	Marți	Miercuri	Joi	Vineri	Weekend
S1 Culise „O zi la Yellow”		Educație Mit vs. adevăr		Poveste Progresul săptămânii	Comunitate Stories
S2 Educație Sfat pentru părinți		Poveste Testimonial familie		Acțiune Cum ajută donația ta	Comunitate Reel eveniment
S3 Culise Cunoaște echipa		Educație Metoda în 4 etape		Poveste Moment de bucurie	Comunitate Recap săptămână
S4 Acțiune Recrutare voluntari		Educație Resursă utilă		Poveste Absolvire / reper	Comunitate Mulțumiri

● **Povești** ● **Educație** ● **Culise** ● **Comunitate** ● **Acțiune**

Sfat: pregătește conținutul „în loturi” (batching) — o sesiune foto/video pe lună acoperă mare parte din postări. Programează din timp cu un instrument gratuit (Meta Business Suite).

Momente care mișcă comunitatea

„Unul câte unul” — seria de povești de progres

MEREU ACTIVĂ · TOATE CANALELE

O poveste recurentă de progres, spusă cald și cu respect. Firul narativ al brandului: fiecare obstacol învins, unul câte unul. Construiește atașament și încredere pe termen lung.

„Donează o abilitate” — campanie de strângere de fonduri

2-3X/AN · IG, FB, LINKEDIN, NEWSLETTER

Traducem donațiile în abilități concrete: „35 lei = o ședință de comunicare”. Transparent, tangibil, ușor de susținut. Ideal în decembrie (#GivingTuesday, sărbători) și la început de an școlar.

„O zi la Yellow” — culise & recrutare

TRIMESTRIAL · IG, TIKTOK, LINKEDIN

Video-serie care arată munca reală și cultura echipei. Atrage voluntari și terapeuți și liniștește părinții care vor să vadă „cum e cu adevărat”.

„Parteneri pentru independență” — B2B

CONTINUU · LINKEDIN + OUTREACH DIRECT

Poveștile parteneriatelor cu companii: ateliere, internshipuri, angajări. Poziționează Yellow ca partener CSR serios și inspiră alte companii să se alăture.

Cum știm că funcționează

Nu urmărim vanitatea cifrelor, ci relația și acțiunea. Analizăm lunar și ajustăm.



Creșterea comunității
(followers noi/lună)



Rata de engagement (salvări,
share, comentarii)



Vizionări video & reach nou



Mesaje & solicitări (înscriseri,
întrebări)



Donații & donatori recurenți



Parteneriate & voluntari noi

Primii pași (30–60 de zile)

1. **Setup:** conturi complete și consecvente pe IG, FB, TikTok, LinkedIn (bio, logo, link, culori).
2. **Kit vizual:** template-uri Canva pe cei 5 piloni + reguli de brand (culori, font, hashtag).
3. **Sesiune de conținut:** o zi de foto/video la centru (cu acorduri semnate) pentru primul lot.
4. **Calendar:** programează prima lună după modelul de la pag. 09.
5. **Consimțământ:** formular clar pentru familii privind folosirea imaginilor.
6. **Măsoară & învață:** raport lunar simplu; păstrează ce merge, ajustează restul.

Cu încredere și curaj către un viitor fără obstacole.