



**SERVE TO
CHANGE LIVES**

การใช้ ภาพลักษณ์โรตารี ในการทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่ถูกต้อง

อน.ปรีชา กลิ่นแก้ว
สโมสรรโรตารีพระนคร

ประธานคณะกรรมการภาพลักษณ์
และการสื่อสารสาธารณะ ปี 2563-65
โรตารีภาค 3350

โปรดส่งแบบฟอร์มประเมินผลการอบรมฯครั้งนี้ ที่



ระยะเวลาในการอบรมฯ 60 นาที

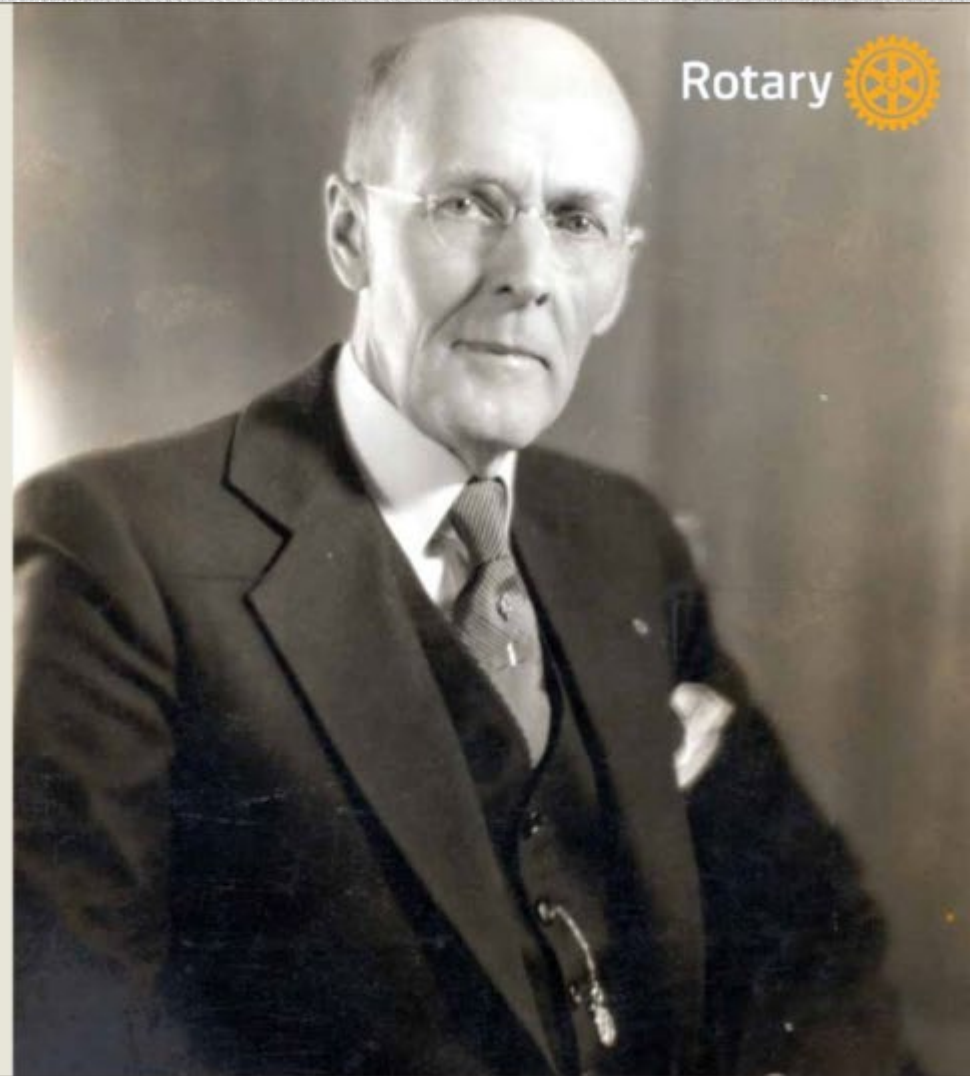
- บรรยาย 20 นาที
- บทสนทนา 3 เรื่อง 30 นาที
- ถาม-ตอบ 10 นาที

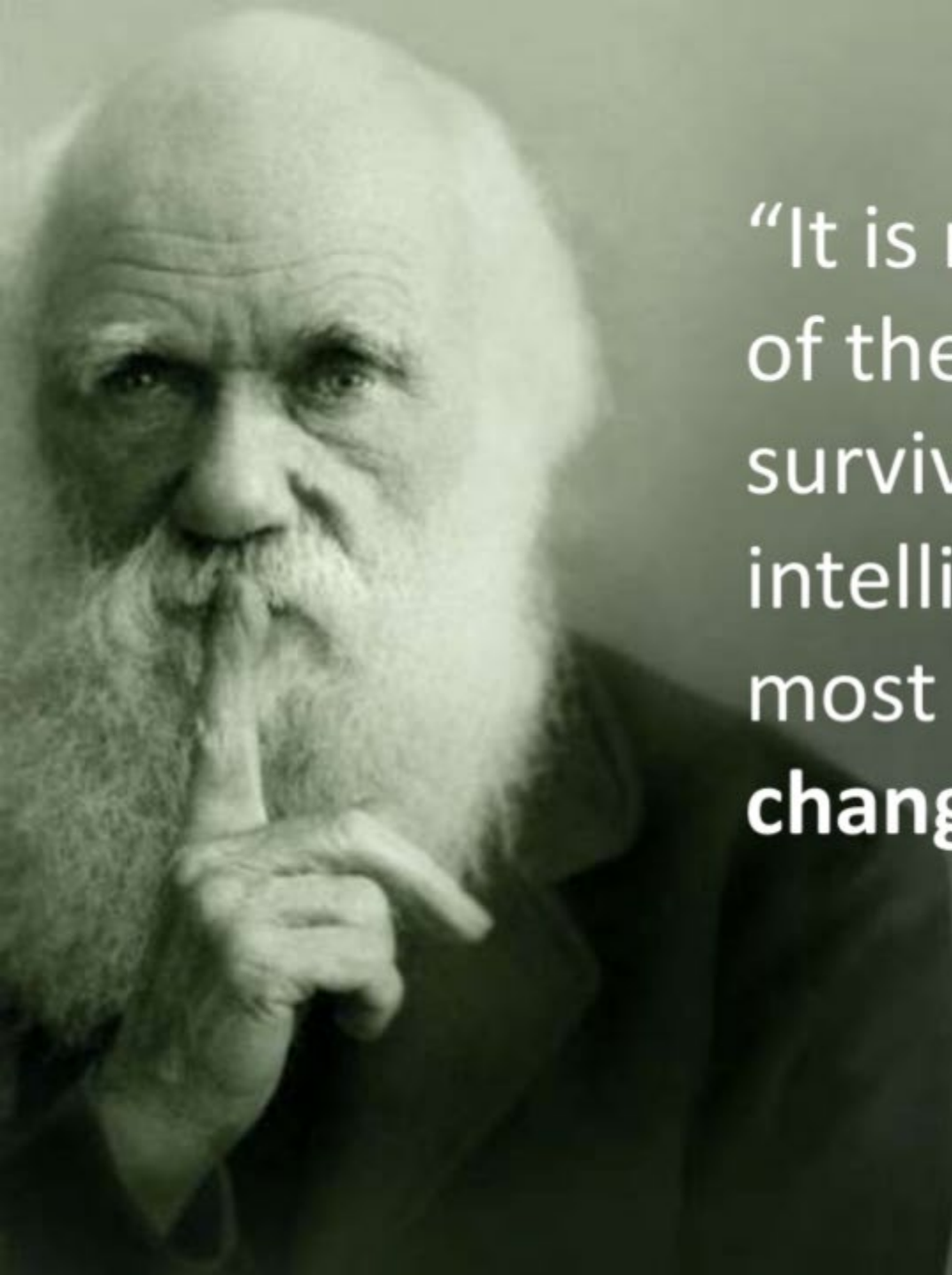


SERVE TO CHANGE LIVES
เปลี่ยนชีวิต ด้วยจิตบริการ

**“This is a changing world;
we must be prepared to
change with it. The story
of Rotary will have to be
written again and again.”**

Paul Harris
founder of Rotary
1935





“It is not the strongest of the species that survive, nor the most intelligent, but the one most responsive to **change**”.

Charles Darwin

วิสัยทัศน์โรตารี



**TOGETHER, WE SEE A WORLD
WHERE PEOPLE UNITE AND TAKE ACTION
TO CREATE LASTING
CHANGE ACROSS THE GLOBE,
IN OUR COMMUNITIES, AND IN OURSELVES.**

ROTARY VISION

แนวทางการดำเนินงานด้านภาพลักษณ์โรตารี

- **แบรนด์โรตารีที่แข็งแกร่งอย่างสม่ำเสมอ**

Brand Consistency

- **การรณรงค์ “คนพูดจริงทำจริง” : ภาพ เสียงและวิดีโอ**

People of action campaign : Photo, Voice & Video

- **การเล่าเรื่องราวโรตารีผ่านสื่อสาธารณะ**

Telling about Rotary story via Public Media.



SERVE TO CHANGE LIVES



**SERVE TO
CHANGE LIVES**

ภาพลักษณ์โรตารี

**ROTARY'S PUBLIC
IMAGE**

ภาพลักษณะโรตารีคืออะไร

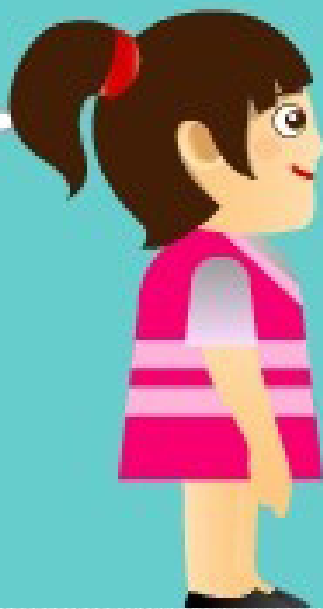


ภาพลักษณ์ของเรา

ไม่ใช่เพียงแค่เรา
มองเห็นภาพตัวเรา
แต่ยังรวมถึงสิ่งที่
คนอื่นมองเห็นและ
คิดถึงเกี่ยวกับเรา



คนจำโรตารีได้เป็นแค่จุดเริ่มต้น เราจำเป็นต้องเล่า
เรื่องราวโรตารี อธิบายสิ่งเราทำ และผลดีที่
เกิดขึ้น เขาจะเข้าใจ และอยากเข้ามีส่วนร่วม



SERVE TO CHANGE LIVES

โรตารีรวมผู้นำจากทั่วทุกทวีป ซึ่งมีวัฒนธรรมและอาชีพ
ที่แตกต่างกัน มาแลกเปลี่ยนความคิด แล้วร่วมกันลงมือ
สร้างสรรค์เปลี่ยนแปลงสิ่งดี ๆ ให้กับชุมชนต่าง ๆ ทั่วโลก



ทำไมคุณยังไม่สนใจมาร่วมกับพวกเราอีกหรือ?



ภาพลักษณะโรตารี
ของเราถูกกำหนดโดย
สิ่งที่พวกเขาเคยได้ยื่น
หรือไม่เคยได้ยื่น
และอาจเข้าใจผิด ๆ

การรู้จัก

และ

จดจำโรตารี

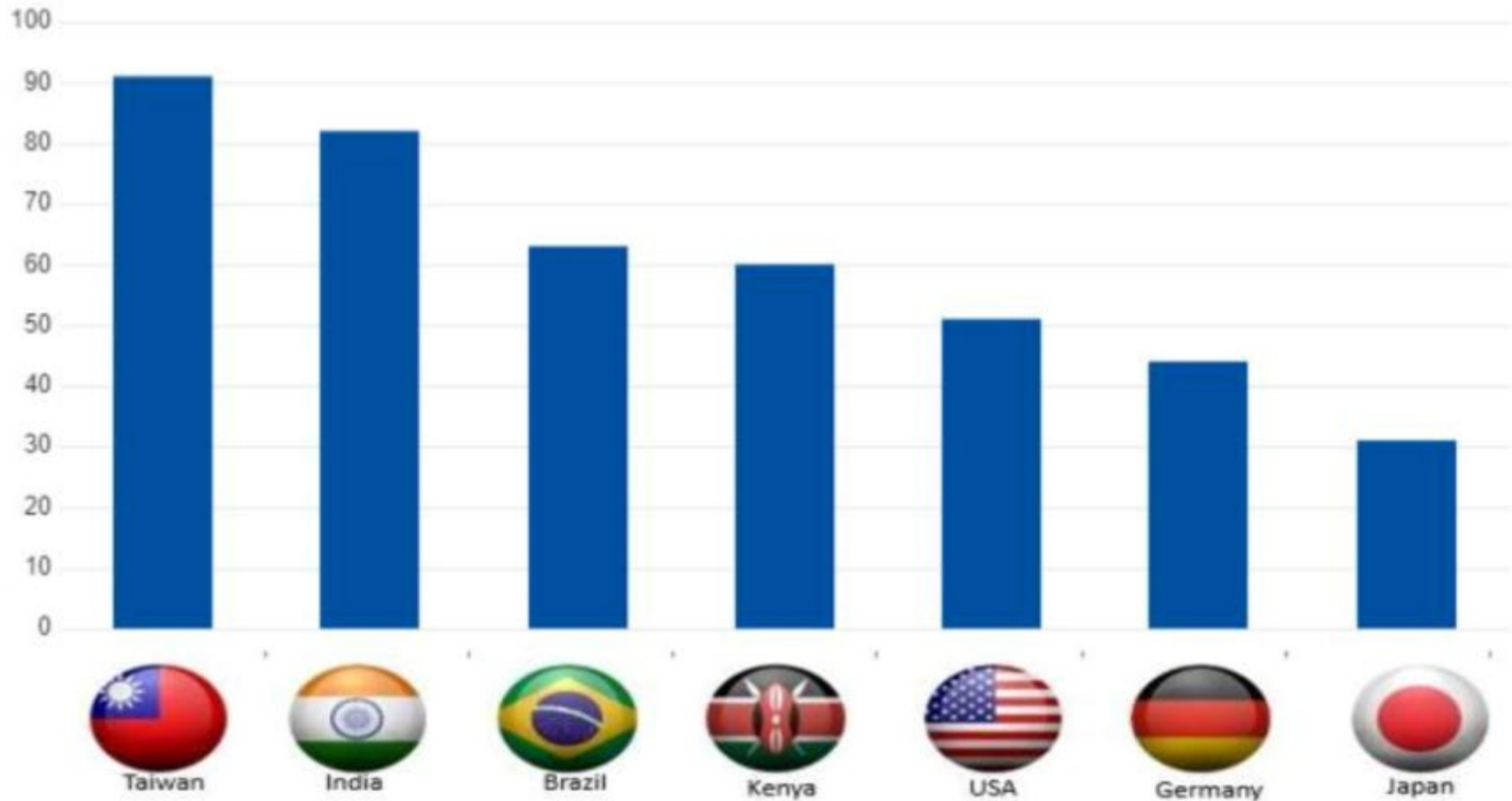


ผู้คนที่รู้จักโรตารีแตกต่างกันอย่างมากทั่วโลก

การสำรวจเมื่อปีค.ศ. 2018 เปิดเผยว่า เราควร
ปรับปรุง การจดจำ แบนด์โรตารี

ของพวกเขา

เมื่อถูกถามว่า “คุณเคยได้ยินเกี่ยวกับองค์กร โรตารีหรือไม่”



Source: Rotary's public image survey, 2018

จงพูดเป็นเสียงเดียวกันอย่างสม่ำเสมอ

**NO OTHER ORGANIZATION IS QUITE LIKE ROTARY.
BY USING OUR UNIQUE VOICE CONSISTENTLY
IN ALL OUR MESSAGING, WE CAN ENSURE THAT
OUR COMMUNICATIONS REFLECT OUR DISTINCT
CHARACTER.**

หลายคนคงเคยถูกถามว่า “โรตารีคืออะไร”
และเราก็ตอบกันไปต่างๆ นานา มากมาย
เหมือนกันกับเวลาไปถามคนในชุมชนต่างๆ ทั่วโลก
เราจะได้รับคำตอบที่หลากหลายเช่นกัน

ถาม “คุณจะคิดถึงอะไร เมื่อได้ยินคำว่า โรตารี”

A phone.

It's a nonprofit with branches in main cities around the world.

A meeting of company presidents.

A bunch of guys meeting, having lunch, and singing.

It's an international club with vaccination programs.

It's like a secret society.

I have no idea.

การสร้างความปลอดภัยที่ดี

ภาพลักษณ์ของเราถูกกำหนดมาจาก ว่าเราพูดคุยเกี่ยวกับโรตารีอย่างไร บ่อยแค่ไหน ถ้าเราไม่ค่อยเล่าเรื่องราวโรตารีให้สาธารณชน พวกเขาอาจจะรับรู้ความจริงครึ่ง ๆ กลาง ๆ และเป็นอันตรายต่อภาพลักษณ์ของเรา ทำให้แบรนด์โรตารีอ่อนแอ

คำพูดและพฤติกรรมของเรา อาจสร้าง
ความเข้าใจผิดต่อ โรตารี โดยไม่ตั้งใจ



ตัวอย่าง การทำให้ภาพลักษณ์โรตารีเข้มแข็งหรืออ่อนแอ

การมีสมาชิกภาพ
ที่หลากหลาย
ในสโมสร

ข

ลงภาพถ่ายที่ไม่ได้
สะท้อนความหลากหลาย
ในสโมสรและในชุมชน

อ

คุณคิดว่า
ไม่ต้องโปรโมทสโมสร
เพราะว่าทุกคนรู้เกี่ยวกับ
โรตารีแล้ว

อ

ดึงอดีตผู้ที่เคยร่วม
โปรแกรมกับโรตารี
เข้ามาร่วมกิจกรรม
ของสโมสร

ข

ไฝ่หาทำโครงการ
หรือกิจกรรม
ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน

ข

จะเชิญเฉพาะสมาชิก
เท่านั้น ให้เข้ามาร่วม
กิจกรรมในชุมชน
ของสโมสร

อ

ละเอียดที่จะปรับปรุง
เว็บไซต์ เฟสบุค
และไลน์สโมสร

อ

ลงภาพของสมาชิก
ขณะกำลังทำกิจกรรม
โครงการบริการ

ข

ดึงองค์กรท้องถิ่น
เข้ามามีส่วนร่วม
เพื่อให้เพิ่มผลกระทบ
ต่อชุมชน

ข

ทำโครงการอย่างเต็ม
Signature Project
ทุก ๆ ปี เพราะ
สมาชิกชอบโครงการ

อ

โปรโมทส่งเสริม
สมาชิกให้เป็น
People of Action
คนลงมือทำ

ข

ลงภาพการประชุม
หรือภาพสมาชิก
ขณะรับประทานอาหาร
จำนวนหลาย ๆ ภาพ

อ



**SERVE TO
CHANGE LIVES**

ประโยชน์ของ

ภาพลักษณ์ที่เข้มแข็ง

THE BENEFITS OF A

STRONG PUBLIC IMAGE



สมาชิกผู้มุ่งหวัง

หากท่านเล่าเรื่องราวของสโมสรโรตารีในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงชุมชนของท่านให้ดีขึ้น จะจุดประกายความสนใจของสมาชิกผู้มุ่งหวัง และจะทำให้ท่านบรรลุเป้าหมายสมาชิกภาพของสโมสร



สมาชิกปัจจุบัน

ลงข่าวผลงานดี ๆ ของสโมสรในสื่อท้องถิ่นและบนสื่อสังคมต่าง ๆ สามารถ
ผูกสมาชิกไว้กับสโมสร การให้สมาชิกได้มีส่วนร่วม เป็นสิ่งที่ยากมากที่จะ
ทำให้เขาได้ภาคภูมิใจกับความสำเร็จของสโมสร



จิตอาสา ผู้ร่วมกิจกรรม และผู้บริจาค

คนในชุมชน จะบริจาคทรัพย์และเวลาส่วนตัว หากเขาเห็นว่าโครงการ
สโมสรรของท่านมีผลดีต่อชุมชน และจะง่ายในการหาผู้มาร่วมทำกิจกรรม
ถ้าเขารู้จักและมีความเชื่อถือสโมสรรของท่าน



**SERVE TO
CHANGE LIVES**

ภาพลักษณ์โรตารี
ในชุมชนของท่าน

**ROTARY PUBLIC IMAGE
IN YOUR COMMUNITY**





ในฐานะสมาชิกโรตารี ท่านคือ

แบรนด์แอมบาสเดอร์ของโรตารี

เพราะท่านมีประสบการณ์ตรง

อยู่ในตำแหน่งที่ดีที่สุดที่จะยกระดับ
การรับรู้และความเข้าใจโรตารี

ผลกระทบของสโมสรท่านที่มีต่อชุมชน
นั้น ท่านทรงอิทธิพลสูงต่อผู้คนที่จะคิด
อย่างไรเกี่ยวกับโรตารี

จงช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์สโมสร์ของท่าน ให้แข็งแกร่งอย่างสม่ำเสมอในชุมชน

- ประชาสัมพันธ์โครงการ และกิจกรรมที่บ่งบอกให้เห็นถึงการมีวิสัยทัศน์ยาวไกลของสโมสร์
- บอกเล่าเรื่องราวเกี่ยวกับผลกระทบของโครงการต่อวิถีชีวิตของคนในชุมชนของท่าน
- นำเสนอถึงความมุ่งมั่นของสโมสร์ และการเป็น **คนพูดจริงทำจริง People of Action** ของโรตารี



**SERVE TO
CHANGE LIVES**

**เว็บไซต์โรตารีของท่าน
แหล่งเรียนรู้และเครื่องมือ
ช่วยสร้างภาพลักษณ์โรตารี**

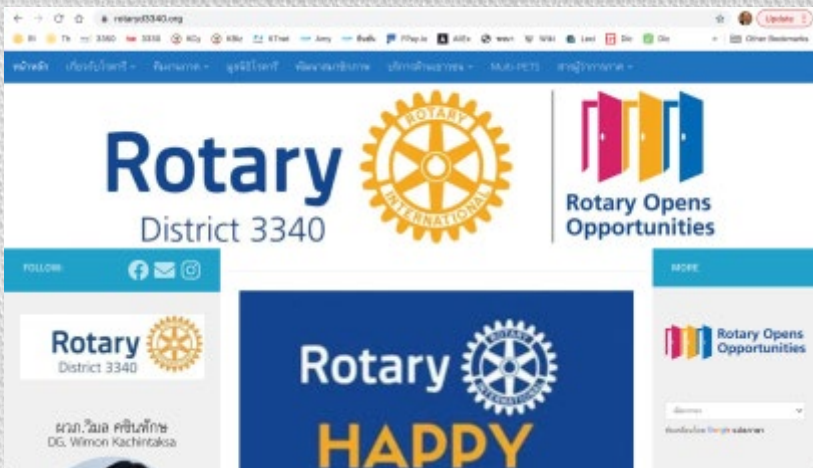
www.rotary.org



www.rotarythailand.org



www.rotaryd3340.org



www.rotary3350.org



www.rotary.org

rotary.org/en



3350 3330 KCy KBiz KTnet Amy อื่นอื่น FPay.io AliEx พจนานุกรม Wiki Lexi Dic Dic



My Rotary Club Finder



JOIN DONATE

About Rotary

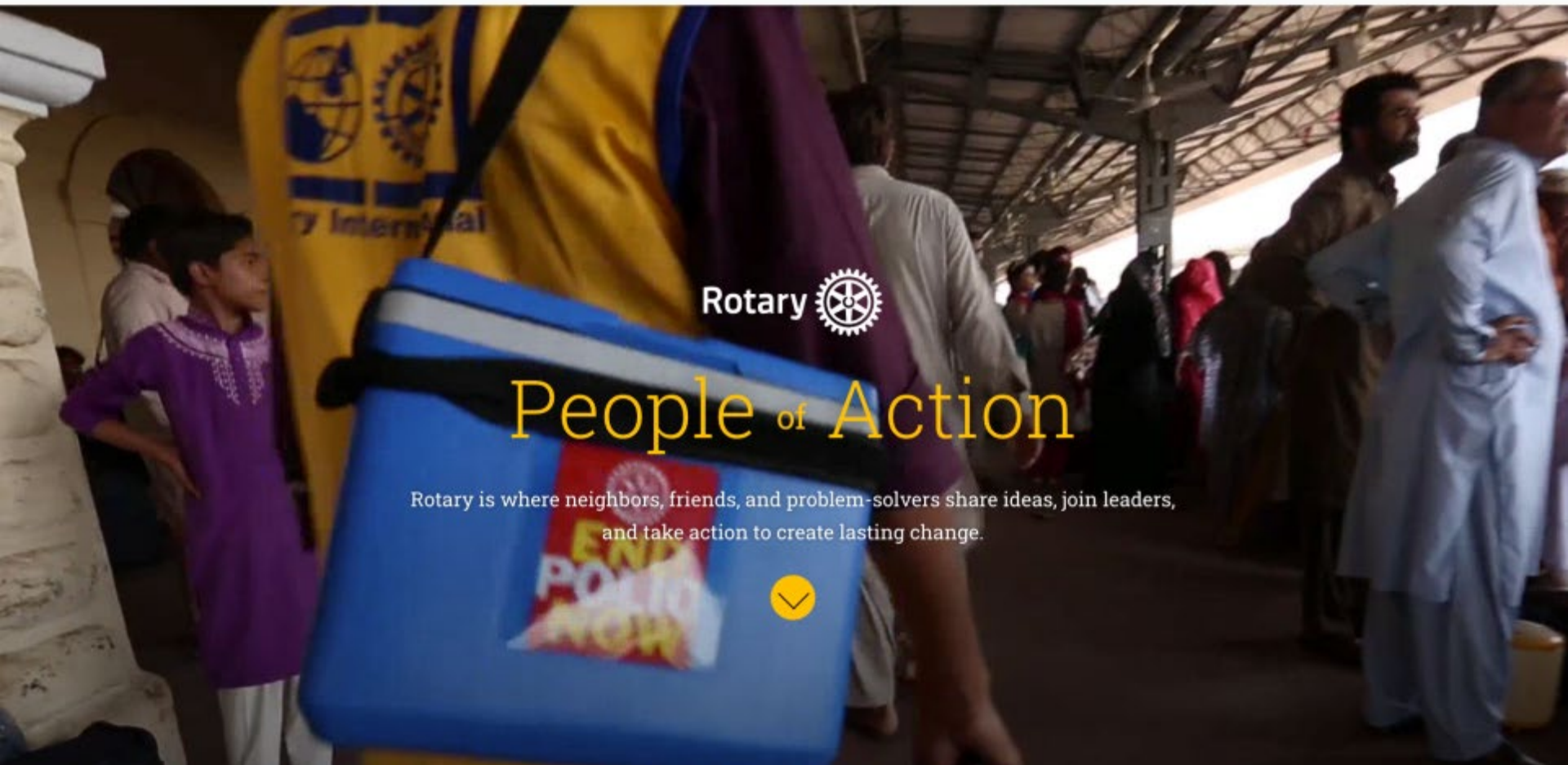
Get Involved

Our Causes

Our Programs

News & Features

For Members



Rotary 

People of Action

Rotary is where neighbors, friends, and problem-solvers share ideas, join leaders, and take action to create lasting change.



https://my.rotary.org/en

My Rotary



LEARNING & REFERENCE / Learning Center

learn.rotary.org/members/learn/catalog

RI Th 3350 3330 KCy KBiz KTnet Army FPay.io AllEx Wiki Lexi Dic

Rotary Search content in the platform



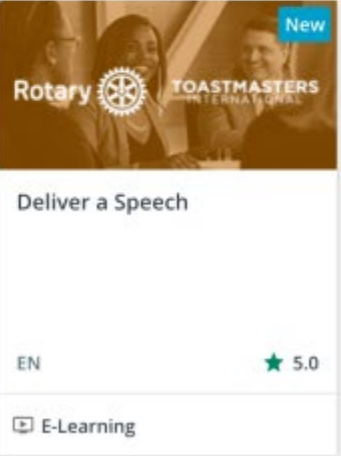

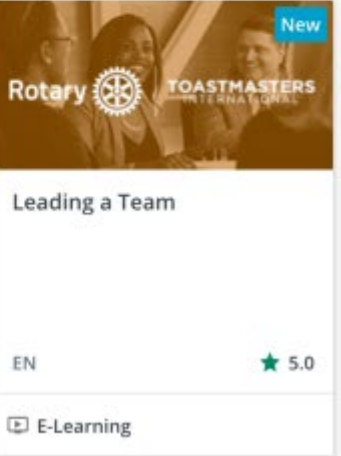
Course Catalogs

All your courses and learning plans in which you're enrolled, including all your courses and learning plans in progress and already completed.

CATEGORIES FILTERS Search for... CARDS A-Z

Featured Courses – All languages

1/5 < >

 <p>Develop a Speech</p> <p>EN ★ 5.0</p> <p>E-Learning</p>	 <p>Inspirational Speech</p> <p>EN ★ 5.0</p> <p>E-Learning</p>	 <p>Deliver a Speech</p> <p>EN ★ 5.0</p> <p>E-Learning</p>	 <p>Leadership Basics</p> <p>EN ★ 5.0</p> <p>E-Learning</p>	 <p>Leading a Team</p> <p>EN ★ 5.0</p> <p>E-Learning</p>
--	---	--	--	---

ค้นหาบทเรียนภาพลักษณ์ด้วยคำว่า **public image**

learn.rotary.org/members/learn/catalog?ctldoc-catalog-0=se-"public%20image"

RI Th 3350 3330 KCy KBiz KTnet Amy ยินฮัน FPay.io AliEx พจนา Wiki Lexi Dic



Search content in the platform



Course Catalogs

All your courses and learning plans in which you're enrolled, including all your courses and learning plans in progress and already completed.

CATEGORIES

FILTERS

public image



4 items



Building Rotary's Public Image

ENROLLED

EN | 15m 00s

★ 5.0

E-Learning



Club Public Image Committee Basics

ENROLLED

7 courses | 2h 00m

Learning Plan



District Public Image Committee Intermediate

ENROLLED

4 courses | 1h 15m

Learning Plan



Promoting Your Club as People of Action

ENROLLED

EN | 15m 00s

★ 5.0

E-Learning

ประกาศนียบัตรรับรองผลการเรียน



Learning and Development

Certifies that

Preecha Klinkaeo

has successfully completed

Promoting Your Club as People of Action

on 2/24/21

NEWS & MEDIA / Brand Center

WELCOME TO THE BRAND CENTER

Tell the story of Rotary and how we are people of action in your community and around the world.



Join Leaders. Exchange Ideas. Take Action.



PEOPLE OF ACTION

Get everything you need from Rotary's latest public image campaign.

[LEARN MORE](#)

TELL ROTARY'S STORY
VOICE AND VISUAL
IDENTITY GUIDELINES



GUIDELINES

Apply our messaging and visual guidelines to your communications to tell Rotary's story in a consistent and engaging way.

[LEARN MORE](#)



LOGOS

Download high-resolution logos and Rotary graphics.

[LEARN MORE](#)



MATERIALS

Use our customizable materials to promote your club, projects, and programs.

[LEARN MORE](#)



ADS

Download online, print, outdoor, and radio ads to promote Rotary in your community.

[LEARN MORE](#)



IMAGES & VIDEO

Select images or videos that capture Rotary's essence and reflect our work and our members.

[LEARN MORE](#)

โปสเตอร์ที่ชนะการประกวด ภาพ PEOPLE OF ACTION



**3350
Award
&
The
Zone
Winner**



**3340
Award
&
1st.
Runner
Up**



**3350
Award**



**3350
Award
&
2nd.
Runner
Up**



VOICE AND VISUAL IDENTITY GUIDELINES

2019-2020



คำแนะนำเอกลักษณ์ ของเสียงและภาพ

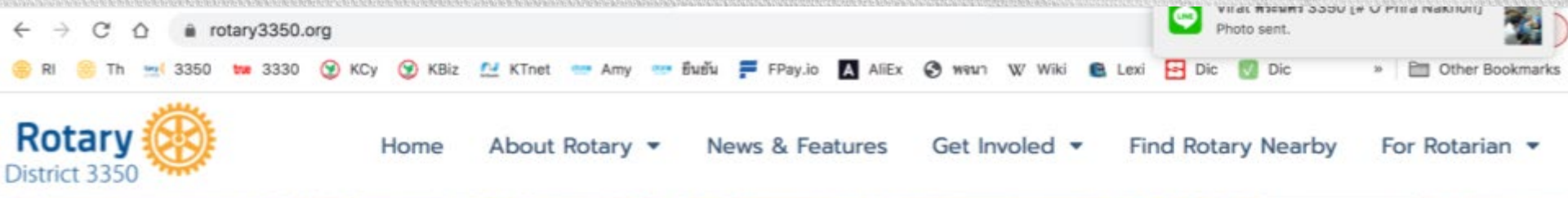
(Voice and Visual Identity Guidelines 2019-20)

แบรนด์เป็นมากกว่าโลโก้

แบรนด์นั้นใหญ่กว่าโลโก้ ใหญ่กว่าวงล้อโรตารีมาก
และมันคือการรับรู้ : ของบุคคลภายนอก
คิดถึงพวกเราหรือมองโรตารีเราว่าเป็นเช่นไร
ไม่ใช่เพียงแค่เรามองเห็นตัวเราตัวเอง

A BRAND IS MORE THAN A LOGO. ROTARY'S BRAND IS MUCH BIGGER THAN ITS WHEEL. IT'S A PERCEPTION: IT'S HOW OTHERS THINK ABOUT US, NOT JUST HOW WE SEE OURSELVES.

เว็บไซต์ของภาค 3350 www.rotary3350.org



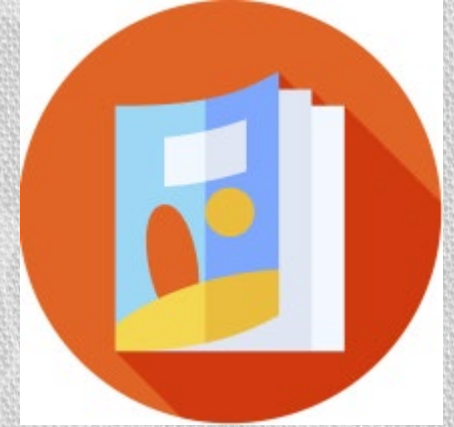
จำนวนสโมสรโรตารี

ในภาค 3350 141 สโมสร

(Remark: at 1 July 2020)



ภูมิทัศน์ สื่อสาธารณะ Public Media Landscape



สื่อสังคมในปัจจุบัน Current Social Media



ตัวอย่างการตั้งและบรรลุเป้าหมาย เพื่อรับการประกาศเกียรติคุณ ปี 2020-21

The screenshot displays the Rotary Goal Center interface. On the left is a dark sidebar with navigation options: Goal Center, Global View, Service Activities, Resources, Reports, Contact Us, My Rotary, and SETTINGS. The main content area has a top navigation bar with tabs: Members & Engagement, Rotary Foundation Giving, Service, Young Leaders, Public Image, and All. Below this is an 'EDIT' button and a message: 'The goals you select will appear below. To report progress or add, remove, or edit a goal, select EDIT.'

The main area lists several goals with their achievement status:

- Strategic plan**: Status: ON (Achievement toggle)
- Online presence**: Status: ON (Achievement toggle)
- Social activities**: Status: 4 of 3 (Achievement: 4, Goal: 3)
- Update website and social media**: Status: 15 of 10 (Achievement: 15, Goal: 10)
- Media stories about club projects**: Status: 4 of 3 (Achievement: 4, Goal: 3)
- Use of official Rotary promotional materials**: Status: ON (Achievement toggle)

บทสนทนา

เป้าหมายและการดำเนินการ

1. การ Update ปรับปรุงเว็บไซต์และ Social Media
2. การใช้ Promotion Materials จากเว็บไซต์ของโรตารี
3. การนำเสนอเรื่องราวสโมสรรโรตารีของท่าน Online



SERVE TO CHANGE LIVES
เปลี่ยนชีวิต ด้วยจิตบริการ

โปรดส่งแบบฟอร์มประเมินผลการอบรมฯครั้งนี้ ที่



ขอบคุณนายกรับเลือกทุกท่าน
ขอให้ท่านจงประสบความสำเร็จด้วยดี



SERVE TO CHANGE LIVES
เปลี่ยนชีวิต ด้วยจิตบริการ