



ІНДИВІДУАЛЬНИЙ ЗВІТ

за результатами аудиту цифрової спроможності

ГО «ПЛОДИ ДУХУ»

Дніпро, Дніпропетровська область

Липень 2026 року

Підготовлено в межах реалізації проекту

«Оператори соціальних змін»

спільної ініціативи «Лабораторія стійкості 2.0»



1. Загальна інформація

Показник	Інформація
Організація	ГО «Плоди Духу»
Населений пункт	Дніпро
Область	Дніпропетровська
Контактна особа	Чорний Денис Ігорович
Посада	Керівник
Телефон	+38 (093) 642-65-62
Електронна пошта	deniscernyj22@gmail.com
Дата аудиту	21.07.2026

2. Мета та методологія аудиту

Метою аудиту є оцінка рівня цифрової спроможності організації, визначення сильних сторін, зон розвитку та підготовка практичних рекомендацій щодо розвитку комунікацій.

3. Загальна характеристика цифрової спроможності

ГО «Плоди Духу» представлена у двох основних соціальних мережах — Facebook та Instagram. Наявність цих каналів створює базу для інформування жителів Дніпра, потенційних учасників заходів, партнерів і благодійників про діяльність організації. Визначена контактна особа та безпосередня залученість керівника до комунікації є важливою організаційною перевагою, оскільки дають змогу швидко погоджувати інформацію та представляти позицію ГО. Водночас цифрова присутність потребує подальшої систематизації: узгодженого оформлення сторінок, чіткого позиціонування, регулярного контент-плану, розподілу функцій між Facebook та Instagram, розвитку відеоформатів, збереження комунікаційних матеріалів і поступового створення власної вебвізитки.

4. Аналіз цифрової присутності

Ресурс	Статус	Коментар
Instagram	Наявний	Офіційний візуальний канал організації
Facebook	Наявний	Офіційний інформаційний канал організації
Telegram	Не надано	Створювати за наявності потреби в оперативному інформуванні
Вебсайт	Відсутній	Рекомендовано створити вебвізитку

5. Сильні сторони

- Наявність офіційних сторінок у Facebook та Instagram, що дає змогу працювати з різними сегментами аудиторії та використовувати як текстові, так і візуальні формати.
- Безпосередня участь керівника організації у комунікаційному напрямі, що спрощує погодження інформації, забезпечує достовірність повідомлень і оперативність реагування.



- Потенціал для формування впізнаваного образу організації через системне висвітлення діяльності, історій учасників, партнерств, подій та конкретних результатів роботи.

6. Зони розвитку

- Відсутність власного вебсайту або єдиної онлайн-візитки, де партнери, донори та зацікавлені особи могли б швидко знайти повний опис організації, напрями діяльності, контакти, документи й посилання на всі офіційні ресурси.
- Потреба в уніфікації оформлення Facebook та Instagram: назви, опису, логотипу, контактної інформації, візуальних шаблонів і ключового повідомлення організації.
- Необхідність системного контент-планування та чіткого розподілу ролей між каналами: Facebook — для розгорнутих новин і партнерських матеріалів, Instagram — для візуальних історій, коротких відео, анонсів і живого спілкування з аудиторією.
- Потреба у регулярному аналізі статистики, створенні цифрового архіву фото, відео й публікацій та фіксації результатів комунікаційної діяльності для звітності й подальшого розвитку.

7. Детальні рекомендації

Високий пріоритет (1–2 місяці)

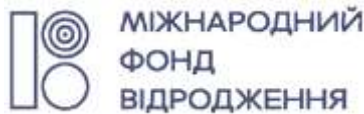
- Провести технічний і змістовий аудит Facebook та Instagram: перевірити актуальність назв, описів, контактів, посилань, прав адміністраторів, якості фото профілю й обкладинок, а також зручність пошуку основної інформації про організацію.
- Уніфікувати позиціонування на обох платформах: використовувати однакову офіційну назву, логотип, короткий опис місії, основні напрями діяльності, контактні дані та зрозумілий заклик до взаємодії з організацією.
- Розробити місячний контент-план із постійними рубриками: новини організації, анонси, історії людей, результати діяльності, партнерства, фотозвіти, корисна інформація, можливості для участі та підтримки.

Середній пріоритет (3–6 місяців)

- Визначити окрему функцію кожної платформи: у Facebook публікувати розгорнуті новини, підсумки заходів, партнерські та звітні матеріали; в Instagram — короткі візуальні історії, Reels, серії сторіз, анонси та оперативні оновлення.
- Підготувати базовий комплект шаблонів для дописів, афіш, анонсів, подяк партнерам, результатів проєктів та історій учасників, щоб забезпечити впізнаваність і цілісність візуальної комунікації.
- Запровадити регулярну роботу з відеоконтентом: короткі звернення, інтерв'ю, фрагменти заходів, відгуки учасників і пояснення діяльності організації, а також щомісячно аналізувати охоплення, взаємодії та приріст аудиторії.

Довгостроковий розвиток

- Створити офіційну вебвізитку або невеликий сайт із інформацією про місію, команду, напрями діяльності, реалізовані ініціативи, партнерів, контакти, документи та посилання на Facebook і Instagram.
- Інтегрувати профіль ГО до спільної цифрової платформи проєкту та забезпечити регулярне оновлення інформації про діяльність, послуги, події й можливості для цільової аудиторії.



- Сформувати структурований цифровий архів із папками для фото, відео, текстів, логотипів, публікацій, партнерських згадок і підтверджень результатів, який можна використовувати для комунікацій, грантових заявок та звітності.

8. Можливості розвитку в межах проєкту

У межах проєкту ГО «Плоди Духу» може отримати консультації щодо розвитку Facebook та Instagram, допомогу в уніфікації позиціонування й оформлення сторінок, розробленні контент-плану та рубрикатора, підготовці візуальних шаблонів, відеоконтенту й історій результатів. Організація також може отримати методичну підтримку з аналізу статистики, створення цифрового архіву та структури майбутньої вебвізитки, інтегруватися до спільної цифрової платформи операторів соціальних змін, долучитися до навчань і обміну кращими практиками з іншими організаціями мережі.

9. Індивідуальний план розвитку

Захід	Термін	Пріоритет	Статус
Провести аудит Facebook та Instagram	1 міс.	Високий	☐
Уніфікувати позиціонування й оформлення	1 міс.	Високий	☐
Розробити контент-план і візуальні шаблони	1–2 міс.	Високий	☐
Створити вебвізитку	До завершення	Середній	☐

10. Висновок експерта

ГО «Плоди Духу» має сформовану базову цифрову присутність завдяки використанню Facebook та Instagram. Наявність двох каналів і безпосередня залученість керівника створюють хороші передумови для подальшого розвитку. Пріоритетом має стати перехід від окремих публікацій до цілісної системи комунікацій: єдиного позиціонування, узгодженого візуального стилю, регулярного контент-планування, активнішого використання відеоформатів і фіксації результатів. Реалізація запропонованих кроків допоможе організації посилити впізнаваність, розширити аудиторію, краще демонструвати суспільну користь своєї діяльності та підвищити довіру з боку партнерів, донорів і мешканців громади.