



ІНДИВІДУАЛЬНИЙ ЗВІТ

за результатами аудиту цифрової спроможності

ГО «РУСЛАН І ЛЮДМИЛА»

Дніпро, Дніпропетровська область

Липень 2026 року

Підготовлено в межах реалізації проєкту

«Оператори соціальних змін»

спільної ініціативи «Лабораторія стійкості 2.0»



1. Загальна інформація

Показник	Інформація
Організація	ГО «Руслан і Людмила»
Населений пункт	Дніпро
Область	Дніпропетровська
Контактна особа	Не надано
Посада	Не надано
Телефон	Не надано
Електронна пошта	Не надано
Дата аудиту	28.07.2026

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

За інформацією, наданою для аудиту, ГО «Руслан і Людмила» представлена у Facebook через окрему сторінку організації. Наявність офіційного каналу є важливою основою для публічного представлення діяльності, поширення новин, взаємодії з мешканцями Дніпра, партнерами, благодійниками та потенційними отримувачами допомоги. Водночас інші цифрові ресурси та контактна особа, відповідальна за комунікації, у вихідних даних не зазначені. Це ускладнює формування цілісної цифрової екосистеми та підвищує залежність організації від одного каналу. Пріоритетними завданнями мають стати впорядкування Facebook-сторінки, актуалізація контактної інформації, визначення відповідальної особи, запровадження регулярного контент-планування та поступове розширення цифрової присутності.

4. Аналіз цифрової присутності

Ресурс	Статус	Коментар
Instagram	Не надано	Рекомендовано створити після впорядкування Facebook
Facebook	Наявний	Основний наданий канал комунікації
Telegram	Не надано	Створювати за наявності потреби в оперативному інформуванні
Вебсайт	Не надано	Рекомендовано створити вебвізитку

5. Сильні сторони

- Наявність окремої Facebook-сторінки, яка може виконувати функцію офіційного публічного представництва організації та бути центральним каналом для новин, анонсів, звітів і комунікації з аудиторією.
- Можливість розвивати цифрову присутність на вже створеній основі: не починати комунікацію з нуля, а впорядкувати сторінку, систематизувати контент і поступово підключати інші канали.



- Потенціал для посилення довіри до організації через регулярне висвітлення конкретних результатів, історій людей, партнерств, волонтерської участі та суспільної користі діяльності.

6. Зони розвитку

- У наданих даних відсутні ім'я та контакти відповідальної за комунікації особи. Без визначеного адміністратора складніше забезпечити регулярність публікацій, оперативні відповіді, збереження доступів, погодження матеріалів і безперервність роботи сторінки.
- Не надано посилань на Instagram, Telegram або власний вебресурс. Через це цифрова комунікація залежить від одного майданчика та може не охоплювати різні групи аудиторії, зокрема молодь, партнерів, донорів і людей, які шукають структуровану інформацію про організацію.
- Потребує перевірки повнота оформлення Facebook-сторінки: офіційна назва, опис місії, напрями діяльності, контакти, адреса, обкладинка, закріплена публікація, кнопка дії та посилання на інші ресурси.
- Необхідно запровадити системний контент-план, єдиний візуальний стиль, цифровий архів матеріалів і регулярний аналіз статистики, щоб комунікація демонструвала не лише окремі події, а послідовну діяльність і результати організації.

7. Детальні рекомендації

Високий пріоритет (1–2 місяці)

- Провести повний аудит Facebook-сторінки: перевірити актуальність назви, опису, контактів, адреси, фото профілю та обкладинки, прав адміністраторів, закріпленого допису, кнопки зв'язку й доступності ключової інформації для нового відвідувача.
- Призначити відповідальну особу за цифрові комунікації та зафіксувати її функції: підготовка контенту, погодження публікацій, відповіді на повідомлення, модерування коментарів, збереження доступів, архівування матеріалів і щомісячна аналітика.
- Розробити місячний контент-план із постійними рубриками: про організацію, напрями діяльності, новини, анонси, результати, історії людей, потреби, партнерства, подяки, волонтерські можливості та звітні матеріали.

Середній пріоритет (3–6 місяців)

- Створити Instagram як візуальне продовження Facebook-сторінки. Використовувати його для фотоісторій, коротких відео, Reels, сторіз, анонсів і знайомства аудиторії з командою та повсякденною діяльністю організації.
- Розробити базовий комплект візуальних шаблонів для новин, анонсів, результатів, зборів, подяк партнерам та історій людей; визначити кольорову палітру, правила використання логотипу й єдиний стиль фотографій і текстів.
- Створити структурований цифровий архів із папками для фото, відео, логотипів, текстів, документів, публікацій, партнерських згадок і підтверджень результатів. Окремо зберігати актуальні доступи до сторінки та резервні контакти адміністраторів.

Довгостроковий розвиток

- Створити вебвізитку або невеликий сайт із інформацією про місію, команду, напрями діяльності, послуги, проекти, результати, партнерів, способи підтримки та офіційні контакти.



- Інтегрувати профіль ГО «Руслан і Людмила» до спільної цифрової платформи проекту та регулярно оновлювати відомості про діяльність, послуги, контакти, новини й можливості для участі.
- Запровадити щомісячний аналіз комунікацій: кількість і регулярність публікацій, охоплення, взаємодії, звернення в повідомленнях, приріст аудиторії та найрезультативніші формати. На основі даних коригувати теми, частоту та формати контенту.

8. Можливості розвитку в межах проекту

У межах проекту ГО «Руслан і Людмила» може отримати консультаційну підтримку щодо впорядкування Facebook-сторінки, визначення відповідального за комунікації, підготовки контент-плану та рубрикатора, розроблення базових візуальних шаблонів і правил цифрової безпеки. Організація також може отримати допомогу у запуску Instagram, створенні цифрового архіву та структури майбутньої вебвізитки, долучитися до навчальних заходів і обміну кращими практиками, а також інтегруватися до спільної цифрової платформи операторів соціальних змін.

9. Індивідуальний план розвитку

Захід	Термін	Пріоритет	Статус
Провести аудит і оновити Facebook-сторінку	2 тижні	Високий	☐
Призначити відповідального за комунікації	2 тижні	Високий	☐
Розробити контент-план і візуальні шаблони	1 міс.	Високий	☐
Запустити Instagram та підготувати вебвізитку	3–6 міс.	Середній	☐

10. Висновок експерта

ГО «Руслан і Людмила» має початкову основу цифрової спроможності у вигляді окремої Facebook-сторінки. Для переходу до системної та стійкої комунікації необхідно насамперед актуалізувати оформлення сторінки, визначити відповідальну особу, забезпечити регулярне планування контенту та сформулювати зрозуміле позиціонування організації. Подальше створення Instagram і вебвізитки, упорядкування цифрового архіву та впровадження аналітики допоможуть розширити аудиторію, підвищити довіру партнерів і донорів та краще демонструвати результати діяльності. Контактні дані й додаткові цифрові ресурси доцільно уточнити на наступному етапі аудиту.