



ІНДИВІДУАЛЬНИЙ ЗВІТ

за результатами аудиту цифрової спроможності

ГО «КРОК ДО ВОЛІ»

Дніпро, Дніпропетровська область

Серпень 2026 року

Підготовлено в межах реалізації проекту

«Оператори соціальних змін»

спільної ініціативи «Лабораторія стійкості 2.0»



1. Загальна інформація

Показник	Інформація
Організація	ГО «КРОК ДО ВОЛІ»
Населений пункт	Дніпро
Область	Дніпропетровська
Контактна особа	Не надано
Посада	Не надано
Телефон	Не надано
Електронна пошта	Не надано
Дата аудиту	04.08.2026

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 «КРОК ДО ВОЛІ» має сформовану багатоканальну цифрову присутність у Facebook, Instagram і TikTok. Facebook-група використовується для комунікації зі спільнотою та поширення практичної інформації, зокрема запрошень на регулярне годування людей, які потребують підтримки. Instagram і TikTok створюють можливість показувати діяльність організації через фото, короткі відео, особисті звернення та історії допомоги. Така комбінація каналів є хорошою основою для локальної комунікації у Дніпрі та роботи з внутрішньо переміщеними особами й іншими вразливими групами. Водночас цифрова система потребує професіоналізації: надано Facebook-групу, але не офіційну сторінку; не зазначено контактну особу, телефон та електронну пошту; TikTok має технічне ім'я користувача, яке не пов'язане з назвою організації; відсутні власний вебресурс і єдиний центр офіційної інформації. Пріоритетом має стати уніфікація бренду, контактів, контенту, правил звітності та безпечної публікації матеріалів про людей, які отримують допомогу.

4. Аналіз цифрової присутності

Ресурс	Статус	Коментар
Instagram	Наявний	Офіційний візуальний канал; потребує інституційного оформлення
Facebook	Наявна група	Активна спільнота; рекомендовано створити офіційну сторінку
Telegram	Не надано	Доцільність створення залежить від потреби в оперативних оголошеннях
TikTok	Наявний	Канал короткого відеоконтенту; ім'я користувача потребує брендуння
Вебсайт	Не надано	Створити вебвізитку



5. Сильні сторони

- Наявність одразу трьох цифрових каналів — Facebook, Instagram і TikTok — дає змогу працювати з різними аудиторіями, поєднувати оперативні оголошення, фотоісторії та короткий відеоконтент.
- Facebook-група має практичну цінність для локальної спільноти: через неї можна швидко поширювати інформацію про регулярні годування, актуальні потреби, збори, волонтерську допомогу та можливості долучення.
- Організація має виразне соціальне позиціонування та змістовий потенціал для комунікації: підтримка людей у складних життєвих обставинах, внутрішньо переміщених осіб, волонтерська діяльність, історії людської взаємодопомоги та конкретні результати на місцевому рівні.

6. Зони розвитку

- Facebook представлений групою, а не окремою офіційною сторінкою. Група зручна для спілкування зі спільнотою, але гірше підходить для інституційного представлення, партнерських комунікацій, реклами, публічної звітності та підтвердження офіційності організації.
- Не надано контактну особу, телефон та офіційну електронну пошту. Через це людям, партнерам і благодійникам складніше швидко звернутися до організації, перевірити достовірність зборів або уточнити умови отримання допомоги.
- Назви й оформлення каналів потребують уніфікації. Instagram має зрозуміле брендоване ім'я, тоді як TikTok використовує технічний username. Необхідно однаково представити назву ГО, місію, місто, контакти, логотип та посилання на інші офіційні ресурси.
- Потребують систематизації контент-план, прозоре звітування про отриману й передану допомогу, цифровий архів, щомісячна аналітика, резервні адміністратори та етичні правила роботи з фотографіями й історіями людей у вразливих життєвих обставинах.

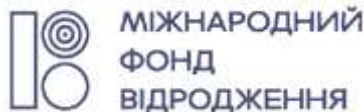
7. Детальні рекомендації

Високий пріоритет (1–2 місяці)

- Провести технічний аудит Facebook, Instagram і TikTok: перевірити офіційні назви, описи, контакти, адміністраторів, резервні доступи, двофакторну автентифікацію, актуальність посилань і можливість змінити технічне ім'я TikTok на брендоване.
- Призначити відповідальну особу за комунікації та створити офіційні контакти: робочу електронну пошту, контактний телефон і короткий порядок звернення. Однакові контакти розмістити в описах усіх каналів та у закріплених публікаціях.
- Уніфікувати позиціонування на всіх платформах: офіційна назва ГО «КРОК ДО ВОЛІ», логотип, короткий опис місії, місто Дніпро, основні напрями допомоги, контакти та єдине посилання на всі ресурси. В описі чітко пояснити, кому допомагає організація та як отримати допомогу або долучитися до неї.

Середній пріоритет (3–6 місяців)

- Створити офіційну Facebook-сторінку й пов'язати її з наявною групою. Сторінку використовувати для офіційних новин, партнерських матеріалів, звітів, реквізитів і презентації організації, а групу — для оголошень, запитань, координації та взаємодії з місцевою спільнотою.
- Розробити місячний контент-план і розподілити ролі каналів. Facebook — розгорнуті новини, графіки годувань, потреби та звіти; Instagram — фотоісторії, Reels, команда й повсякденна діяльність; TikTok — короткі відео,



пояснення, заклики до участі та історії змін. Запровадити рубрики «Де і коли отримати допомогу», «Звіт за тиждень», «Потреби», «Волонтери», «Партнери», «Історії людей» та «Як долучитися».

- Запровадити прозоре цифрове звітування: для кожного збору або запиту вказувати мету, термін, офіційні реквізити та відповідальну особу; після завершення публікувати короткий звіт із результатами. Щомісяця аналізувати охоплення, перегляди відео, взаємодії, звернення та переходи між каналами.

Довгостроковий розвиток

- Створити вебвізитку або простий сайт із інформацією про місію, команду, напрями діяльності, графік і умови отримання допомоги, актуальні потреби, партнерів, контакти, перевірені реквізити, новини та публічні звіти.
- Інтегрувати профіль ГО до спільної цифрової платформи проекту та регулярно оновлювати інформацію про діяльність, доступні види підтримки, графік заходів, контакти, потреби й результати роботи.
- Сформувати цифровий архів із папками для фото, відео, текстів, звітів, документів, згод на публікацію, партнерських згадок і статистики. Запровадити письмові згоди на використання фото та історій, уникати принизливого або надмірно персоналізованого зображення отримувачів допомоги та захищати чутливі персональні дані.

8. Можливості розвитку в межах проекту

У межах проекту ГО «КРОК ДО ВОЛІ» може отримати консультаційну підтримку з аудиту Facebook, Instagram і TikTok, створення офіційної Facebook-сторінки, уніфікації цифрового бренду та оформлення профілів. Організація також може отримати допомогу у формуванні контент-плану, рубрикатора, візуальних шаблонів, системи прозорого звітування, цифрового архіву, аналітики, правил етичної комунікації та захисту персональних даних, а також у створенні вебвізитки й інтеграції до спільної платформи операторів соціальних змін.

9. Індивідуальний план розвитку

Захід	Термін	Пріоритет	Статус
Провести аудит каналів, доступів і безпеки	2 тижні	Високий	☐
Призначити відповідального та додати офіційні контакти	2 тижні	Високий	☐
Уніфікувати назви, оформлення й запустити контент-план	1 міс.	Високий	☐
Створити офіційну Facebook-сторінку та вебвізитку	2–6 міс.	Середній	☐
Запровадити звітність, аналітику й цифровий архів	1–3 міс.	Високий	☐



10. Висновок експерта

ГО «КРОК ДО ВОЛІ» має добру основу цифрової спроможності завдяки присутності у Facebook, Instagram і TikTok та активній локальній комунікації навколо допомоги людям, які її потребують. Сильним ресурсом є наявна Facebook-спільнота та можливість показувати практичну діяльність через короткий відеоконтент. Основний резерв розвитку полягає у переході від окремих соціальних профілів до цілісної офіційної системи: із відповідальною особою, перевіреними контактами, єдиною айдентикою, офіційною Facebook-сторінкою, контент-планом, прозорою звітністю, цифровим архівом і правилами етичної комунікації. Реалізація рекомендацій допоможе організації підвищити довіру мешканців, партнерів і благодійників, розширити аудиторію та краще демонструвати результати своєї роботи.