

Wzór planu działań komunikacyjnych

1. Krótka charakterystyka Twojej społeczności w kontekście działań komunikacyjnych projektu.

- *Czy poruszany przez projekt temat jest obecny w Twojej społeczności lub w innej przestrzeni (zależy od skali i zasięgu projektu), w której projekt będzie realizowany?*
- *Jaka jest wokół niego narracja, jakie budzi emocje? Czy różne grupy postrzegają ten temat różnie? Czy temat budzi kontrowersje?*
- *Jakie widzicie wyzwania związane z działaniami komunikacyjnymi (np. trudność z dotarciem z informacją o szkoleniach do potencjalnych uczestniczek i uczestników, kontrowersje wokół tematu, którym zajmuje się projekt)? Z czego mogą one wynikać? Jak zamierzacie na nie odpowiedzieć?*

2. Cele działań komunikacyjnych

Zastanów się, co chcesz osiągnąć dzięki działaniom komunikacyjnym, np.:

- *zrekrutować uczestniczki i uczestników działań projektowych;*
- *pozyskać sojuszników (np. instytucje lokalne), dla których temat projektu również stanie się tematem ważnym, obecnym w ich działalności;*
- *upowszechnić dobre praktyki i rezultaty (np. publikacje, filmy) projektu, by stały się inspiracją do działań dla innych (np. szkół, bibliotek czy innych organizacji pozarządowych);*
- *zwiększać wiedzę, zrozumienie i zaangażowanie lokalnej społeczności w temacie, którym zajmuje się projekt.*

3. Odbiorczynie i odbiorcy działań komunikacyjnych

Nawiąż tu do treści z punktu C10 wniosku, skupiając się na aspekcie komunikacyjnym. Do kogo musisz dotrzeć, aby zrealizować cele z punktu 2 i działania z punktu 3?

Pamiętaj zarówno o odbiorczyniach i odbiorcach bezpośrednich (aktywnie biorących udział w projekcie i w jego działaniach, np. osoby uczestniczące w szkoleniach, wydarzeniach itp.), jak i pośrednich (którzy zetkną się z informacjami o projekcie, np. poprzez artykuły, posty w mediach społecznościowych, kampanie informacyjne, ale nie wezmą w nim bezpośredniego udziału).

Wbrew pozorom obie grupy są równie ważne. Wiedza odbiorczyń i odbiorców pośrednich o poruszonym przez projekt temacie i Waszych działaniach może mieć duży wpływ na realizację projektu, a zwłaszcza na to, czy podobne przedsięwzięcia będą realizowane w Waszej społeczności w przyszłości, czy będzie "klimat" do podejmowania podobnych przedsięwzięć. W tej grupie mogą się pojawić np. lokalne albo regionalne media, władze, instytucje.

4. Opis planowanych działań i narzędzi komunikacyjnych

Realizując projekt, będziesz zobowiązana / zobowiązany do:

- a. w przypadku grantu poniżej 50 000 EURO - zorganizowania co najmniej jednego wydarzenia informującego o projekcie, postępach w jego realizacji i osiągniętych rezultatach, jak np. konferencja (np. otwierająca czy kończąca), spotkanie dla mediów czy inne wydarzenie wpisujące się w cele i zakres działań realizowanych w projekcie;
- b. w przypadku grantu o wysokości równej lub wyższej niż 50 000 EURO - zorganizowania co najmniej dwóch wydarzeń informujących o projekcie, postępach w jego realizacji i osiągniętych rezultatach;
- c. udostępniania informacji o projekcie w internecie:
 - na stronie internetowej - możesz stworzyć albo nową stronę na potrzeby projektu, albo dobrze widoczną zakładkę na istniejącej już stronie Waszej organizacji; ważne, aby informacje o projekcie były regularnie aktualizowane;
 - w mediach społecznościowych - jeśli Twoja organizacja nie ma strony internetowej, informacje o projekcie możesz zamieszczać na profilu projektu na Facebooku (uwaga! w takim przypadku musi to być profil projektu, a nie organizacji).

Zachęcamy jednak, aby na tych działaniach nie poprzestawać i zastanowić się nad wszelkimi możliwymi sposobami dotarcia do Waszych odbiorczyń i odbiorców! Pamiętajcie o lokalnych czy regionalnych mediach, Waszych partnerach i sojusznikach (np. zaprzyjaźnionych instytucjach), a także o narzędziach takich jak mailing czy newsletter.

Co najmniej jedno kluczowe działanie komunikacyjne powinno zostać uwzględnione również w Planowanych działaniach (punkt C12) we wniosku. Dobrze, aby były to działania, o których mowa powyżej, w punktach a i b.

Poniżej tabelka z przykładowymi opisami:

Nazwa działania / narzędzia	Termin realizacji (planowany miesiąc/kwartał)	Krótki opis z istotnymi informacjami
Podstrona o projekcie	październik 2021 - grudzień 2023	Podstrona o projekcie powstanie na naszej stronie i będzie prowadzona i na bieżąco aktualizowana do końca realizacji projektu.
Spotkanie informacyjne o projekcie	listopad 2021	Spotkanie skierowane do osób zainteresowanych udziałem w szkoleniach w ramach projektu oraz przedstawicieli i przedstawicieli lokalnych instytucji, którzy mogą wesprzeć rekrutację na szkolenia. W spotkaniu weźmie udział około 50 osób.
Promocja projektu na Facebooku	październik 2021 - grudzień 2023	Informacje o projekcie będą się pojawiać na profilu naszej organizacji na Facebooku. Obecnie obserwuje go 560 osób.

5. Sposób oceny skuteczności działań komunikacyjnych w projekcie

W jaki sposób ocenicie, czy udało Wam się zrealizować zamierzone cele i działania?

Może to być np.:

- *liczba osób, które zgłosiły się do udziału w projekcie;*
- *miesięczna liczba odsłon strony projektu;*
- *liczba osób uczestniczących w wydarzeniach (np. spotkaniu informacyjnym czy konferencji);*
- *liczba wzmianek w mediach;*
- *docelowa liczba obserwujących stronę projektu na Facebooku.*

6. Dane kontaktowe

Strona WWW organizacji:

Profil organizacji na Facebooku:

Inne profile organizacji w mediach społecznościowych:

Imię i nazwisko osoby odpowiedzialnej za komunikację w projekcie:

E-mail:

Telefon: