

Plan działań komunikacyjnych [wzór]

1. Krótka charakterystyka społeczności, w której realizowany będzie projekt, w kontekście działań komunikacyjnych projektu [do 1000 znaków ze spacjami]

- Jaka jest narracja wokół tematu poruszanego przez projekt, jakie budzi on emocje? Czy temat jest postrzegany jako wyzwanie przez całą społeczność, czy też różne grupy postrzegają ten temat różnie? Czy budzi on kontrowersje?
- Jakie widzicie wyzwania związane z działaniami komunikacyjnymi (np. ograniczony czas na działanie, problem z dotarciem do grupy docelowej, kontrowersje wokół tematu)? Z czego mogą one wynikać? Jak zamierzacie na nie odpowiedzieć?

2. Cele działań komunikacyjnych [do 1000 znaków ze spacjami]

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

- zrekrutować uczestniczki i uczestników działań projektowych;
- pozyskać sojuszników (np. instytucje lokalne), które pomogą w sprawnym przeprowadzeniu działań;
- upowszechnić dobre praktyki i rezultaty projektu, by stały się inspiracją do działań dla innych;
- zwiększać wiedzę, zrozumienie i zaangażowanie lokalnej społeczności w temacie, którym zajmuje się projekt.

3. Odbiorczynie i odbiorcy działań komunikacyjnych [do 1000 znaków ze spacjami]

Nawiąż tu do treści z punktu C8 wniosku, skupiając się na aspekcie komunikacyjnym.

Do kogo musisz dotrzeć, aby zrealizować cele z punktu 2 i działania z punktu 4?

Pamiętaj zarówno o odbiorczyniach i odbiorcach bezpośrednich (aktywnie biorących udział w projekcie i w jego działaniach, np. osoby, którym zapewnione zostanie wsparcie), jak i pośrednich (którzy zetkną się z informacjami o projekcie, np. poprzez artykuły, posty w mediach społecznościowych, ale nie wezmą w nim bezpośredniego udziału).

Wbrew pozorom obie grupy są równie ważne. Wiedza odbiorczyń i odbiorców pośrednich w społeczności dotkniętej kryzysem może być kluczowa do jego skutecznego przezwyciężenia i zapobiegania mu w przyszłości. 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. 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. 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 C10) we wniosku. Zachęcamy, aby były to działania, o których mowa powyżej, w punkcie a i b.

Poniżej tabelka z przykładowymi opisami:

Nazwa działania / narzędzia	Termin realizacji (planowany miesiąc/kwartał)	Krótki opis z istotnymi informacjami
Podstrona o projekcie	listopad 2021	Podstrona o projekcie, która będzie informować o najważniejszych działaniach.
Spotkanie dla mediów	listopad 2021	Spotkanie informujące o projekcie, mające na celu dotarcie do jak największej liczby mieszkanek i mieszkańców danej społeczności.
Promocja projektu na Facebooku	październik 2022 - sierpień 2022	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 [do 500 znaków ze spacjami]

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

Może to być np.:

- liczba osób, którym zostało zapewnione wsparcie;
- miesięczna liczba odsłon strony projektu;
- liczba osób uczestniczących w wydarzeniach (np. w spotkaniu informacyjnym);
- 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 osoby odpowiedzialnej za komunikację w projekcie: