



Plan komunikacji projektu	
Elementy składowe	Przykłady
Cele komunikacyjne	<p><b>Na rozpoczęcie projektu:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ zachęcenie do uczestnictwa w działaniach projektowych,</li> <li>➤ poinformowanie o ofercie projektu i zachęcenie do skorzystania z oferty, np. szkoleń, badań,</li> <li>➤ upowszechnianie informacji o ofercie projektu wśród jak najszerszej grupy potencjalnie zainteresowanych grup społecznych,</li> <li>➤ poinformowanie władz samorządowych o planowanych działaniach, np. cyklu spotkań i warsztatów dla seniorów, aby wsparty w rozpowszechnianiu takich informacji wśród seniorów (np. umieszczenie plakatu w budynku gminy),</li> <li>➤ powiadomienie szkół w danej gminie o planowanych spotkaniach profilaktycznych,</li> <li>➤ zaproszenie do udziału w wydarzeniu/spotkaniu informacyjnym nt. projektu, lokalnym pikniku,</li> <li>➤ zwrócenie uwagi na zagadnienie, którym wnioskodawca chce się zająć,</li> <li>➤ zachęcenie dziennikarzy regionalnego tygodnika do poruszenia ważnego tematu, zwrócenie szerszej uwagi na problem, którym beneficjent planuje zająć się w swojej gminie.</li> </ul> <p><b>Na zaawansowanym etapie realizacji projektu:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ powiadomienie o efektach dotychczasowych działań i osiągnięciach, co dobrego z tego wyniknęło, a także zapewnienie, że projekt trwa i nadal można skorzystać z tego, co oferuje,</li> <li>➤ poinformowanie o wynikach przeprowadzonych badań, wynikach analizy,</li> <li>➤ dotarcie z informacjami do grupy odbiorców, którzy mogą być potencjalnie zainteresowani planowanymi jeszcze w projekcie spotkaniami, szkoleniami, warsztatami, wydarzeniami.</li> </ul> <p><b>Na zakończenie projektu:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ poinformowanie o tym co udało się osiągnąć, jakie produkty są rezultatem projektu, np. poradnik lub strona internetowa z materiałami, z których inni mogą czerpać wiedzę,</li> <li>➤ upowszechnianie wyników projektów, zakomunikowanie, jakie efekty przyniósł projekt, co partnerzy projektu po sobie zostawiają, z czego będzie można nadal korzystać,</li> <li>➤ poinformowanie o tym, co zmieniło się dzięki przeprowadzonym działaniom, np. poprawa warunków życia, dostępu do wsparcia prawnego,</li> <li>➤ podsumowanie przeprowadzonych działań i osiągnięć projektu.</li> </ul>
Grupy docelowe	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ potencjalni uczestnicy projektu, odbiorcy planowanych działań,</li> <li>➤ osoby i instytucje, które mogą skorzystać z jego efektów,</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ lokalna społeczność,</li> <li>➤ władze: lokalne, regionalne, ogólnopolskie, saksońskie: administracja na szczeblu województwa (w Polsce - marszałek, sejmik, zarząd województwa, w Saksonii - właściwe ministerstwa oraz urzędy krajowe), powiatu (starosta, zarząd powiatu, rada powiatu), gminy (prezydent – w Polsce, burmistrz, nadburmistrz – w Saksonii, wójt, rada gminy lub miasta),</li> <li>➤ grupy środowiskowe,</li> <li>➤ lokalne/regionalne media,</li> <li>➤ młodzież,</li> <li>➤ seniorzy - mieszkańcy i mieszkanki dzielnicy X (np. osoby 65+),</li> <li>➤ niepracujący rodzice dzieci do lat trzech z naszego miasta,</li> <li>➤ osoby z określonym rodzajem niepełnosprawności z miasta X,</li> <li>➤ organizacje społeczne z terenu gminy,</li> <li>➤ centra informacji turystycznej,</li> <li>➤ eksperci zajmujący się daną tematyką.</li> </ul>
<p><b>Działania komunikacyjne</b></p>	<p><b>Obligatoryjne działania, które wynikają z podręcznika beneficjenta (art. 36. ust. 4-5 rozporządzenia Interreg):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ opublikowanie na własnej stronie internetowej lub własnych mediach społecznościowych (jeśli je prowadzisz) krótkiego opisu projektu, obejmującego: cele, rezultaty, informację o otrzymaniu wsparcia finansowego z programu Interreg, logotyp programu,</li> <li>➤ w widoczny sposób oznaczanie informacją o wsparciu z programu Interreg dokumentów i materiałów informacyjnych związanych z realizacją projektu,</li> <li>➤ w odniesieniu do projektów o wartości powyżej 100 000 EUR - umieszczenie w miejscach publicznych trwałych tablic informacyjnych, które zawierają logotyp programu. Powinno to nastąpić niezwłocznie po rozpoczęciu fizycznej realizacji projektu, który obejmuje inwestycje rzeczowe lub zakup sprzętu, lub po zainstalowaniu zakupionego sprzętu,</li> <li>➤ dla pozostałych typów projektów umieszczenie w miejscu publicznym przynajmniej jednego plakatu o wymiarze minimum A3 lub równorzędnego elektronicznego wyświetlacza z informacją o projekcie i wsparciu z Interreg,</li> <li>➤ dla projektów o znaczeniu strategicznym zorganizowanie wydarzenia informacyjnego z zaangażowaniem w nie Komisji Europejskiej i Instytucji Zarządzającej,</li> <li>➤ w przypadku funduszu małych projektów zapewnienie przez jedyne beneficjenta w umowie z ostatecznymi odbiorcami, iż zastosują się oni do obowiązku publicznego informowania o wsparciu z programu.</li> </ul> <p><b>Przykłady dodatkowych działań komunikacyjnych:</b></p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ zorganizowanie różnych wydarzeń, np.: spotkanie informacyjne, prezentujące założenia projektu, z udziałem uczestników projektu, spotkanie otwarte dla szerszej publiczności i stworzenie stoiska projektowego podczas lokalnych imprez, spotkanie z przedstawicielami społeczności, do której jest adresowany projekt, spotkanie informujące o tym, jakie korzyści i komu przyniesie projekt, tematyczny piknik sąsiedzki,</li> <li>➤ współpraca z mediami: zorganizowanie briefingu dla lokalnych mediów w celu poinformowania o prowadzonych działaniach i ich efektach w tradycyjnych mediach, zorganizowanie odrębnego spotkania dla mediów albo zaproszenie dziennikarzy na wydarzenie skierowane do szerszej publiczności, podczas którego będą mogli przeprowadzić wywiady z uczestnikami i zrobić zdjęcia, może to być np. regularna wysyłka informacji prasowych do regionalnego tygodnika, ale również jeden duży materiał w gazecie ogólnopolskiej czy wywiad w telewizji regionalnej – zależnie od możliwości dotarcia do mediów,</li> <li>➤ zorganizowanie konferencji tematycznej poświęconej danemu problemowi, połączonej z prezentacją projektu, wyników badań i dyskusją z udziałem ekspertów,</li> <li>➤ organizacja warsztatów, seminariów,</li> <li>➤ przeprowadzenie kampanii promocyjnej na stronie internetowej, w mediach społecznościowych,</li> <li>➤ organizacja spotkania podsumowującego projekt – w czasie spotkania z szerszą publicznością można pokazać, co udało się zrealizować, zaprezentować rezultaty projektu i sposoby ich wykorzystania; mogą to być np.: prezentacja publikacji/broszury omówienie materiałów szkoleniowych, które mogą wykorzystać inne organizacje czy instytucje,</li> <li>➤ zorganizowanie dni otwartych projektu,</li> <li>➤ współpraca z influencerem,</li> <li>➤ udział w targach i wystawach.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Narzędzia komunikacyjne</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ telewizja, radio, prasa (notatki prasowe, artykuły/reklama w lokalnej prasie),</li> <li>➤ czasopisma branżowe, specjalistyczne (drukowane i elektroniczne),</li> <li>➤ dystrybucja drukowanych materiałów promocyjnych, (plakaty, ogłoszenia, publikacje, foldery, ulotki, broszury, informatory),</li> <li>➤ Internet: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ strona internetowa lub podstrona o projekcie na stronie wnioskodawcy (<i>pamiętaj o bieżącej aktualizacji</i>)</li> <li>➤ prowadzenie profilu w mediach społecznościowych (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, inne (<i>pamiętaj o bieżącej aktualizacji</i>)),</li> <li>➤ mailing do osób i instytucji zainteresowanych podejmowaną problematyką,</li> <li>➤ blog (opowieści w odcinkach) na temat projektu,</li> <li>➤ podcast (rodzaj audycji radiowej publikowanej w Internecie),</li> </ul> </li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ vlog (videoblog) rodzaj bloga internetowego, który w większości składa się z filmów nagrywanych przez autora),</li><li>➤ narzędzia online (wirtualne biuro prasowe, konferencja online, podczas których przekażemy informacje o projekcie, postępach w jego realizacji, osiągniętych rezultatach, współpracy z podmiotami z innych państw, zaprezentujemy zdjęcia z realizacji projektu, platformy online do przeprowadzenia spotkań i konferencji.</li></ul>
<b>Wartość liczbowa (sztuka, osoba)</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ liczba wejść na stronę internetową projektu lub unikalnych użytkowników strony,</li><li>➤ liczba rozesłanych materiałów prasowych,</li><li>➤ liczba osób, które odwiedziły stoisko promocyjne,</li><li>➤ liczba uczestników spotkań, szkoleń</li><li>➤ liczba osób, do których rozesłano newsletter/zaproszenia</li></ul>