

Plan komunikacji projektu turystycznego (Załącznik do wniosku o dofinansowanie)

Plan komunikacji projektu (załącznik należy wypełnić w dwóch wersjach językowych – dla wersji w języku niemieckim skorzystaj z formularza w języku niemieckim)

Przed rozpoczęciem wypełniania planu komunikacji projektu koniecznie zapoznaj się z:

1. Podręcznikiem programu (rozdział „Komunikacja i widoczność”)
2. Poradnikiem beneficjenta w zakresie komunikacji (rozdział „Jak przygotować plan komunikacji”)

Cel komunikacyjny, grupa docelowa, działanie komunikacyjne, narzędzie komunikacyjne, docelowa wartość liczbowa, podział zadań pomiędzy partnerów

Jako minimum wypełnij poniższe pola dla:

- celu komunikacyjnego projektu, który postawisz sobie na początku realizacji projektu,
- celu komunikacyjnego na zakończenie projektu.

Opcjonalnie możesz podać dodatkowe cele komunikacyjne dla ważnych etapów projektu.

Dla każdego dodatkowego celu komunikacyjnego powiel poniższą tabelkę.



Przykłady celów komunikacyjnych, grup docelowych, działań i narzędzi komunikacyjnych, a także przykładowo wypełniony plan komunikacji znajdziesz w Poradniku beneficjenta w zakresie komunikacji.

Cel komunikacyjny na początku realizacji projektu
(max. 300 znaków)

Upowszechnienie informacji o rozpoczęciu projektu i planowanych działaniach

Napisz, o czym chcesz informować i w jakim celu?

Co w projekcie chcesz wypromować – jakie działania, jaki produkt lub usługę?

Lp.	Grupa docelowa maks. 500 znaków	Działanie komunikacyjne maks. 1000 znaków	Narzędzie komunikacyjne i docelowa wartość liczbowa (szt./osób) maks. 1000 znaków	Partner odpowiedzialny za realizację działania komunikacyjnego
	<i>Określ, kto ma być odbiorcą Twoich działań komunikacyjnych.</i>	<i>Wskaż planowane działania komunikacyjne, które pomogą partnerom projektu osiągnąć cel komunikacyjny i trafić do wskazanej grupy docelowej, w tym przede wszystkim uwzględnij obowiązkowe działania, które są zapisane w Podręczniku beneficjenta. Działania komunikacyjne muszą być zgodne z ogólnymi celami i tematyką projektu.</i>	<i>Dla każdego wskazanego działania komunikacyjnego określ narzędzie, które wykorzystasz do jego przeprowadzenia oraz podaj docelową wartość liczbową (sztuk/osób).</i>	<i>Wskaż partnera, który będzie odpowiedzialny za realizację każdego działania komunikacyjnego. Do obowiązkowych działań komunikacyjnych przypisz wszystkich partnerów projektu.</i>
1.	<i>ogół społeczeństwa (w tym szczególnie mieszkańcy, turyści)</i>	<i>opublikowanie krótkiego opisu projektu: cele, rezultaty, informacja o otrzymaniu wsparcia finansowego z Interreg</i>	<i>opisy projektu na stronach internetowych partnerów projektu (2 szt.)</i>	<i>partner polski [nazwa] partner saksoński [nazwa]</i>
2.	<i>ogół społeczeństwa, (w tym szczególnie mieszkańcy, turyści)</i>	<i>umieszczenie trwałych tablic informacyjnych w miejscach prac budowlanych/infrastrukturalnych (w przypadku szlaków rekreacyjnych – na początku i na końcu odcinka)</i>	<i>tablice informacyjne (6 szt.)</i>	<i>partner polski [nazwa] partner saksoński [nazwa]</i>

Cel komunikacyjny dla zaawansowanej fazy realizacji projektu
(max. 300 znaków)

Promocja projektu i polsko-saksońskiego pogranicza

1.	<i>potencjalni turyści i goście</i>	<i>udział projektu w targach turystycznych</i>	<i>organizacja stoiska projektowego (1 szt.) dwu- lub trzyjęzyczne materiały informacyjno-promocyjne - foldery (2000 szt., papierowe wersje)</i>	<i>partner polski [nazwa] partner saksoński [nazwa]</i>
----	-------------------------------------	--	--	--

2.	ogół społeczeństwa, mieszkańcy	przeprowadzenie kampanii promującej pogranicze oraz projekt na portalach społecznościowych partnerów projektu	posty w mediach społecznościowych partnerów projektu przez okres 1 miesiąca (8 postów)	
<p>Cel komunikacyjny na zakończenie projektu (max. 300 znaków)</p> <p><i>Poinformowanie o możliwości korzystania z powstałej infrastruktury sportowej oraz promocja transgranicznych szlaków rekreacyjnych</i></p> <p>Napisz, o czym chcesz informować i w jakim celu? Co w projekcie chcesz wypromować – jakie działania, jaki produkt lub usługę?</p>				
Lp.	Grupa docelowa maks. 500 znaków	Działanie komunikacyjne maks. 1000 znaków	Narzędzie komunikacyjne i docelowa wartość liczbową (szt./osób) maks. 1000 znaków	Partner odpowiedzialny za realizację działania komunikacyjnego
	Określ, kto ma być odbiorcą Twoich działań komunikacyjnych.	Wskaż planowane działania komunikacyjne, które pomogą partnerom projektu osiągnąć cel komunikacyjny i trafić do wskazanej grupy docelowej, w tym przede wszystkim uwzględnij obowiązkowe działania, które są zapisane w Podręczniku beneficjenta. Działania komunikacyjne muszą być zgodne z ogólnymi celami i tematyką projektu.	Dla każdego wskazanego działania komunikacyjnego określ narzędzie, które wykorzystasz do jego przeprowadzenia oraz podaj docelową wartość liczbową: (sztuk/osób).	Wskaż partnera, który będzie odpowiedzialny za realizację każdego działania komunikacyjnego. Do obowiązkowych działań komunikacyjnych przypisz wszystkich partnerów projektu.
1.	mieszkańcy polsko-saksońskiego pogranicza, turyści, lokalne media	zorganizowanie w miejscu związanym z projektem spotkania integracyjnego, promującego powstałą infrastrukturę sportową, transgraniczne trasy rekreacyjne, w tym aplikację mobilną oraz możliwości korzystania z tras przez osoby niepełnosprawnościami	banery promocyjne z informacją o wsparciu finansowym z programu (4 szt.) aktywności sportowe, rekreacyjne (gry, zabawy dla dzieci, bieg, wyścig) dla 300 osób informacja na stronie internetowej partnera (1 szt.) mailing z zaproszeniem na spotkanie i informacją o wsparciu finansowym z programu (7 szt.) prezentacja PP (1 szt.) oprowadzanie po szlaku (60 osób) informacja prasowa w lokalnej gazecie (1 szt.)	partner saksoński [nazwa]
2.	organizacje społeczne z polskiej gminy i polskiego powiatu, z saksońskiego miasta (saksoński partner) oraz okolic, świadczące opiekę dla osób z różnego rodzaju dysfunkcjami			