

WZÓR PLANU DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH

W Planie działań komunikacyjnych należy zawrzeć **wyczerpujące** odpowiedzi dotyczące 6 poniższych zagadnień.

1. Główne cele komunikacyjne, czyli o czym Wnioskodawca chce informować i w jakim celu?

Celem działań komunikacyjnych może być np. zachęcenie do uczestnictwa w działaniach projektowych, uświadomienie problemu, którym Wnioskodawca chce się zająć, przedstawienie prowadzonych w projekcie działań i osiągnięć, upowszechnienie/nagłośnienie efektów prowadzonych działań, itd.

2. Grupy docelowe, czyli kto ma być odbiorcą informacji?

Grupą docelową mogą być potencjalni uczestnicy projektu, odbiorcy planowanych działań, osoby i instytucje, które mogą skorzystać z jego efektów, lokalna społeczność, władze samorządowe, centralne, instytucje publiczne, grupy środowiskowe, media lokalne, regionalne, etc.

3. Opis planowanych działań i narzędzi komunikacyjnych wraz z harmonogramem

Działaniem informacyjnym może być organizacja różnego typu wydarzeń, np. spotkanie prezentujące projekt lub organizacja stoiska informacyjnego podczas lokalnych wydarzeń, spotkanie z przedstawicielami społeczności, do której adresowany jest projekt, briefing dla mediów lokalnych, a także informowanie o prowadzonych działaniach i ich efektach w mediach tradycyjnych, na stronie internetowej, mediach społecznościowych.

Narzędziami komunikacji może być np. strona internetowa lub podstrona o projekcie na stronie Wnioskodawcy, prowadzenie profilu w mediach społecznościowych (np. Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, inne), artykuły, ogłoszenia w prasie, newsletter, mailing do osób i instytucji zainteresowanych podejmowaną problematyką

Harmonogram to orientacyjne terminy przeprowadzenia działań, w tym planowany termin organizacji wydarzenia informującego o celach, przebiegu, efektach działań prowadzonych w projekcie, termin uruchomienia strony internetowej o projekcie czy terminy upowszechniania informacji o kluczowych wydarzeniach/ działaniach w projekcie.

4. Sposoby ewaluacji działań komunikacyjnych w projekcie, czyli jak mierzona będzie skuteczność dotarcia z informacją do grup docelowych

Miarą skuteczności dotarcia do grup docelowych mogą być m.in. statystyki wejść na stronę internetową projektu, osiągnięcie planowanej liczby uczestników w wydarzeniach informacyjnych, liczba obserwujących w mediach społecznościowych, liczba wycinków prasowych czy publikacji na temat projektu w Internecie.

5. Imię i nazwisko oraz kontakt mailowy i telefoniczny do osoby zajmującej się informacją i komunikacją w projekcie

6. Podsumowanie

| Wymagania zapisane w „Podręczniku dla Wnioskodawców i Grantobiorców” | Założenia w Planie działań komunikacyjnych |
|--|---|
| Proszę wymienić i krótko opisać 1 lub 2 obowiązkowe wydarzenia informujące o projekcie* | |
| Proszę wskazać i krótko opisać główny kanał komunikacji w projekcie (strona www projektu lub podstrona na stronie internetowej Grantobiorcy, lub profil projektu w mediach społecznościowych** | |
| Czy został przewidziany budżet na działania komunikacyjne*** (TAK/NIE. Jeśli TAK, proszę podać kwotę.) | |

Najważniejsze wytyczne dot. przygotowania i realizacji Planu działań komunikacyjnych (pełny opis wymagań znajduje się w [„Podręczniku dla Wnioskodawców i Grantobiorców”](#) w rozdz. 9. „Działania informacyjno-promocyjne”):

*W przypadku dotacji poniżej 50 000 EUR Grantobiorca ma obowiązek zorganizować jedno wydarzenie informujące o projekcie. W przypadku dotacji powyżej 50 000 EUR Grantobiorca ma obowiązek zorganizować dwa wydarzenia informujące o projekcie.

**Grantobiorca ma obowiązek udostępniać informacje o projekcie w Internecie: na stronie internetowej poświęconej projektowi lub na podstronie projektu na stronie internetowej Grantobiorcy lub – w przypadku, gdy Grantobiorca nie posiada strony internetowej – na profilu projektu w mediach społecznościowych.

***Koszty realizacji Planu stanowią koszty bezpośrednie projektu i powinny być uwzględnione w jego budżecie.

Grantobiorca, a w przypadku projektów realizowanych w partnerstwie również Partner/Partnerzy, zobowiązany jest do informowania o wsparciu działań prowadzonych w ramach projektu z programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanych z Funduszy EOG, a w szczególności do: zamieszczania logotypu Active Citizens Fund wraz z formułą: *Projekt realizowany z dotacji programu Aktywni Obywatele – Fundusz Krajowy, finansowanego z Funduszy EOG* w materiałach informacyjnych i promocyjnych oraz materiałach wytwarzanych w ramach realizacji projektu