

PROGRAM WSPÓŁPRACY TRANSGRANICZNEJ POLSKA-BIAŁORUŚ-UKRAINA 2014–2020

KOMUNIKACJA I WIZUALIZACJA

SZKOLENIE DLA WNIOSKODAWCÓW
MAJ 2017

PL-BY-UA
2014-2020



Financed by
the European Union

DLACZEGO WYMAGANIA DOTYCZĄCE KOMUNIKACJI ORAZ WIZUALIZACJI SĄ WAŻNE?

We właściwy sposób pozwalają:

- ✓ informować o finansowaniu przez UE
- ✓ informować o projekcie

ROZPOCZĘCIE

Zwróć uwagę na swoje działania – powiedz o celach projektu i planowanych wynikach



REALIZACJA

Utrzymaj zainteresowanie i zaangażowanie – informuj o stanie zaawansowania projektu oraz wydarzeniach z nim związanych



ZAKOŃCZENIE

Dziel się wynikami i efektami projektów – spraw aby ludzie z nich korzystali/odwiedzali je/dzielili się nimi

- ✓ dostarczać niezbędnych informacji wszystkim zainteresowanym stronom projektu
- ✓ zwiększyć przejrzystość finansowania UE

JAK ZAPLANOWAĆ SKUTECZNĄ PROMOCJĘ PROJEKTU?

CEL

Dlaczego i co chcę przekazać?

GRUPA DOCELOWA

Do kogo chcę zaadresować mój przekaz?

NARZĘDZIA

Jaki jest najlepszy sposób dotarcia do grupy zidentyfikowanych odbiorców ?

OCENA

Jakie wskaźniki pokażą mi czy moje działania przyniosły zamierzony efekt?

BUDŻET

Jakie zasoby muszę mieć aby to co zaplanowane było możliwe?

SKRÓCONY PLAN INFORMACJI I PROMOCJI (5.2 z PEŁNEGO WNIOSKU APLIKACYJNEGO-PWA)

1. Określenie celów

- Dlaczego się komunikujesz?
- Jakie powinny być efekty promocji, Twoje oczekiwania, co jest istotne dla działań i celów projektu?

Np. zmiana postrzegania/zachowań, zainteresowanie uczestników/użytkowników, budowanie świadomości, promowanie wyników/celów projektu, pokazanie przejrzystości, itp.

2. Wybór grup docelowych

- Do kogo chcesz skierować swój przekaz?
- Czyjego udziału w projekcie potrzebujesz?

Np. uczestnicy działań projektowych, końcowi użytkownicy projektów, władze lokalne, instytucje, ogół społeczeństwa, popularne media, itp.

SKRÓCONY PLAN INFORMACJI I PROMOCJI (5.2 z PWA)

3. Dostosowanie narzędzi i działań

- Które narzędzia powinny zostać użyte dla których grup docelowych?
- Jakie są najskuteczniejsze kanały dotarcia do określonej grupy docelowej?

Np. wydarzenia, publikacje, komunikaty prasowe/konferencje, strony internetowe, media społecznościowe, filmy, inne relacje z mediami itp.

4. Wskaźniki i obowiązki

- Jak oceniać i mierzyć osiągnięcie założonych celów?
- Kto będzie odpowiedzialny za konkretny cel informacyjny?

Np. wskaźniki ilościowe: ilość wejść na stronę internetową, wydarzenia/uczestnicy, publikacje, artykuły itp. Wskaźniki jakościowe: kwestionariusze, badania, brzmienie i pozycja artykułów, najczęściej odwiedzane strony itp.

NARZĘDZIA KOMUNIKACYJNE – DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNE

✓ **Strony internetowe**

- Nowa strona czy tylko nowa sekcja/zakładka?
- Wielojęzyczna – dobre jakościowo tłumaczenia!
- Aktywne przez cały okres trwania projektu i 5 lat po jego zakończeniu.

✓ **Publikacje** (np. ulotki, broszury, biuletyny itp.)

- Czy potrzebujemy wydruków? Nie szacuj zbyt wysoko ilości kopii!
- Publikacje papierowe również w wersji elektronicznej.

✓ **Wydarzenia projektowe**

- Poinformuj wszystkie zainteresowane strony.
 - Pamiętaj o dostępności dla osób z niepełnosprawnościami.
-

NARZĘDZIA KOMUNIKACYJNE – DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNE

✓ **Materialy promocyjne**

- Nie szacuj zbyt wysoko ilości sztuk!
- Zaplanuj rozsądną dystrybucję.

✓ **Media** (np. artykuły, konferencje prasowe/uczestnictwo dziennikarzy w wydarzeniach itp.)

✓ **Zdjęcia i filmy**

✓ **Media społecznościowe**

✓ **Wspólne z innymi projektami działania komunikacyjne**

✓ **Opowiadanie (Storytelling)**

NARZĘDZIA I BUDŻET PROMOCJI

Budżet promocji powinien zostać starannie oszacowany w zależności od wielkości projektu, przedmiotu, zakresu, partnerów i oddziaływania oraz powinien być spójny ze strategią promocyjną - wybrane narzędzia i działania, grupy docelowe itd.

JAK ZAPEWNIĆ WŁAŚCIWĄ WIZUALIZACJĘ PROJEKTU?

- ✓ użycie logotypu Programu oraz godła UE jest obowiązkowe we wszystkich produktach informacyjnych/promocyjnych projektu
- ✓ **infrastruktura i inwestycje:** tablice informacyjne podczas budowy oraz tablice pamiątkowe po jej zakończeniu:
 - odpowiedni rozmiar = wyraźnie widoczne
 - w najbardziej widocznym miejscu
 - godło UE oraz logotyp Programu odpowiedniej wielkości = widoczne z daleka
 - trwałe = z solidnych materiałów dobrej jakości, odporne. Dotyczy to również tablic na sprzętach takich jak np. samochody!
 - tablice informacyjne od momentu rozpoczęcia budowy

JAK ZAPEWNIĆ WŁAŚCIWĄ WIZUALIZACJĘ PROJEKTU?

✓ działania miękkie

- Uczestnicy powinni mieć świadomość, że wydarzenie jest organizowane/opłacane przez Program finansowany z funduszy UE tj. baner informacyjny (np. Roll-up), materiały informacyjne, publikacje, zaproszenia, ulotki itp. - wszystkie oznaczone godłem UE i logo Programu.
- Wszystkie materiały pisemne, informacje w internecie oraz materiały audiowizualne muszą zawierać następujące zrzeczenie odpowiedzialności UE:

„Niniejszy dokument został przygotowany przy pomocy finansowej Unii Europejskiej, w ramach Programu Współpracy Transgranicznej Polska-Białoruś-Ukraina 2014-2020. Odpowiedzialność za zawartość tej publikacji leży wyłącznie po stronie <nazwa beneficjenta/partnera> i nie może być w żadnym przypadku traktowana jako odzwierciedlenie stanowiska Unii Europejskiej”

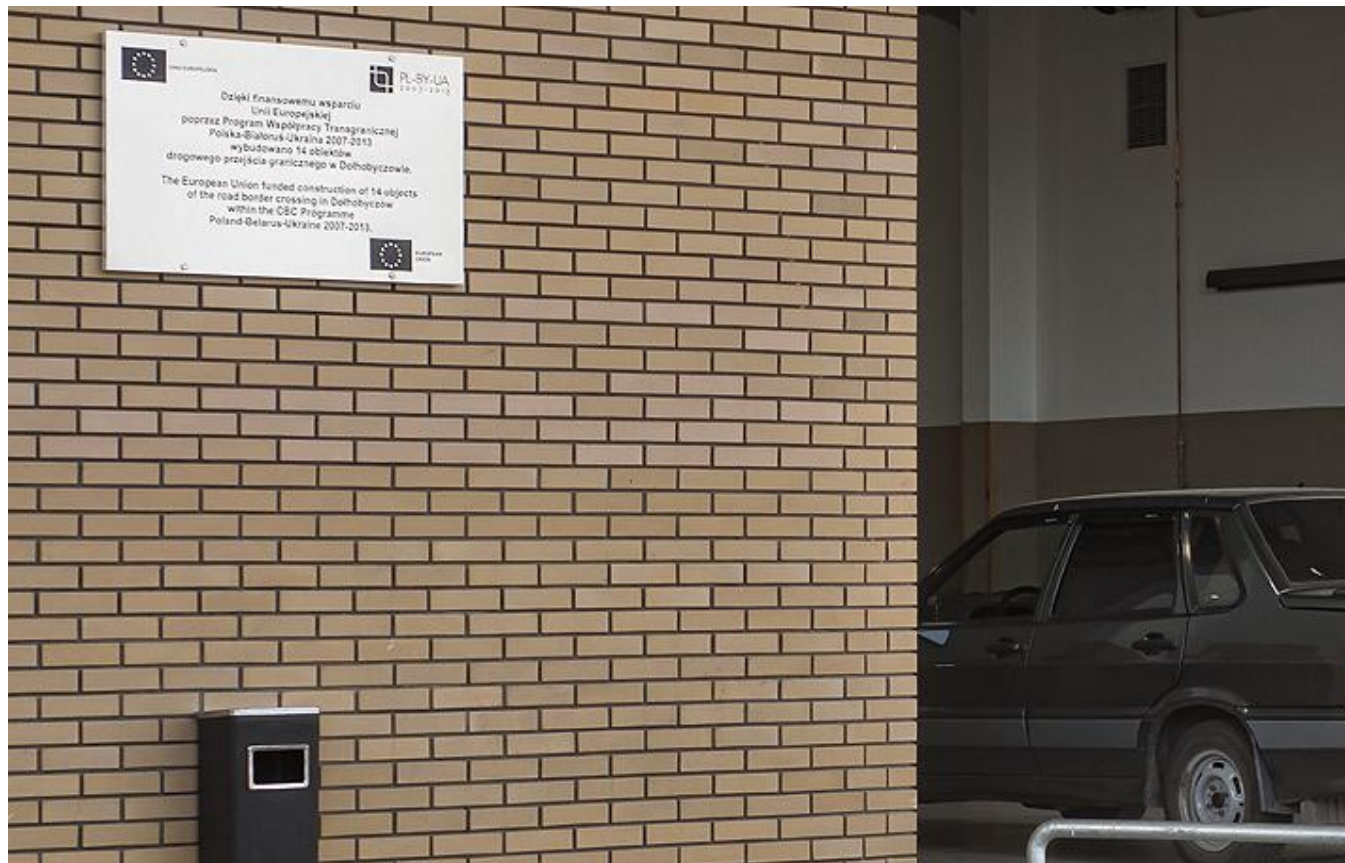
INFRASTRUKTURA I INWESTYCJE — NAJLEPSZE PRAKTYKI



INFRASTRUKTURA I INWESTYCJE – NAJLEPSZE PRAKTYKI



INFRASTRUKTURA I INWESTYCJE – NAJLEPSZE PRAKTYKI



INFRASTRUKTURA I INWESTYCJE – NAJLEPSZE PRAKTYKI



INFRASTRUKTURA I INWESTYCJE — NAJLEPSZE PRAKTYKI



INFRASTRUKTURA I INWESTYCJE — NAJLEPSZE PRAKTYKI



INFRASTRUKTURA I INWESTYCJE – NAJLEPSZE PRAKTYKI



INFRASTRUKTURA I INWESTYCJE – NAJLEPSZE PRAKTYKI



AKRONIM – CO TO JEST I JAK GO PRZYGOTOWAĆ?

- ✓ skrótowiec – wyraz utworzony w wyniku skrócenia wyrazu lub grupy wyrazów (nazwy)
- ✓ uniwersalny **zawsze w języku angielskim** (tworzony z angielskiego tytułu projektu)
- ✓ łatwy do zapamiętania
- ✓ łatwy do wymówienia i literowania
- ✓ powinien komunikować wartości i skojarzenia
- ✓ ma pozytywne znaczenie
- ✓ dobrze przedstawia się wizualnie
- ✓ należy sprawdzić czy nie jest komercyjną marką zarejestrowaną przed powstaniem projektu

GDZIE MOŻNA ZNALEŹĆ WIĘCEJ INFORMACJI?

W następujących dokumentach:

- ✓ Załącznik do drugiej części Podręcznika Programu – Podręcznik Komunikacji (w przygotowaniu)
- ✓ Przewodnik graficzny do godła UE:
http://ec.europa.eu/regional_policy/en/information/logos/
- ✓ Przewodnik graficzny do logotypu Programu: www.pbu2020.eu
- ✓ „Communication and Visibility Manual for EU External Actions”
http://ec.europa.eu/europeaid/sites/devco/files/communication_and_visibility_manual_en_0.pdf
- ✓ Inne dokumenty np. „ENI CBC Communication Guide 2014-2020”
http://www.interact-eu.net/library?field_fields_of_expertise_tid=3#395

oraz można skontaktować się z menedżerami ds. komunikacji WST lub z ekspertami w oddziałach

DZIĘKUJĘ!

WSPÓLNY SEKRETARIAT TECHNICZNY

Tel. +48 22 378 31 00

Email: pbu@pbu2020.eu

PL-BY-UA
2014-2020



Financed by
the European Union