

GHID DE COMUNICARE

Scopul ghidului de comunicare

*Instrument pentru planificarea si implementarea
activitatilor de comunicare destinat institutiilor
care gestioneaza programe de finantare in
Regiunea Bucuresti-Ilfov.*

Cuprins

- Planul de comunicare
- Instrumente de comunicare (descriere)
- Institutii si surse de finantare

Planul de comunicare

Elemente

- Cadrul general
- Obiectivele de comunicare
- Grupuri tinta
- Imagine si mesaje
- Mijloace si instrumente de comunicare
- Managementul

Planul de comunicare

Cadrul general

- Institutii implicate
- Cadrul legislativ european si national
- Programul de finantare

Planul de comunicare

Obiectivele de comunicare

(generale)

- Promovarea rolului si contributiei Programelor Operationale 2014 – 2020/altor programe de finantare la dezvoltarea nationala/regionala;
- Asigurarea transparentei si diseminarea informatiilor referitoare la sursele de finantare în vederea contractarii fondurilor alocate prin program catre toate categoriile de potentiali beneficiari;
- Punerea în valoare a institutiei care asigura comunicarea privind rolului si contribuția Programelor Operationale/altor programe de finantare.

Planul de comunicare

Grupurile tinta

- Potentiali beneficiari si beneficiarii ai programului
- Mass media
- Publicul larg

Planul de comunicare

Imagini si mesaje

- Manual de identitate vizuala
 - General
 - Particular
- Mesajele programului

Planul de comunicare

Mijloace si instrumente de comunicare

- Organizarea birourilor de informare
- Organizarea evenimentelor de informare si promovare
- Site/facebook
- Publicitatea in mass media
- Relatiile cu presa
- Realizarea materialelor si produselor de promovare

Planul de comunicare

Managementul

- Responsabilitati
- Calendarul activitatilor
- Bugetul – *costuri asumate pe fiecare activitate*
- Evaluarea – *permite judecarea si masurarea eficacitatii activitatilor intreprinse*

Mijloace si instrumente de finantare

DESCRIERE

Organizarea birourilor de informare

Activitati:

- Răspunde cerințelor de informare si comunicare ale oricărui cetatean sau institutie care solicita informatii cu privire la programul de finantare
- Consiliere privind realizarea materialelor de informare si publicitate
- Distributie materiale de informare
- Oferire acces internet la sediu pt. cautare surse de informare accesare fonduri
- Realizarea de rapoarte periodice cu privire la activitatea de informare realizata

Tipuri de comunicare

Directa – la sediu, in spatiul special amenajat

Scrisa – mail, fax, scrisoare

Telefon – call center cu nr. telefon dedicat

Organizarea evenimentelor de informare si promovare

Evenimentele sunt organizate pentru un public precis definit, unde trebuie livrat un mesaj specific. Ele se pot concretiza în simple sesiuni de informare sau evenimente complexe.

Avantaje: contactul direct între participanți, cunoașterea reciprocă, stabilirea unor legături profesionale, schimbul de idei, de bune practici

Tipuri evenimente

- Mese rotunde

- Seminarii de informare

- Caravane de informare

- Expozitii

- Conferinte

Site/facebook

Site: prima si cea mai vizibila interfata cu publicul

Caracteristici principale:

- Dinamism: formulari clare, atractivitate vizuala, actualizarea informatiilor
- Simplitate (navigare ușoara, gasirea rapida a informatiilor)
- Proximitate (valorificarea exemplelor de buna practica, identificarea interlocutorilor responsabili, link-uri catre site-ul institutiei coordonatoare, al Comisiei, al regiunilor de dezvoltare, al altor Programe)

facebook:

- comunicare informala pt schimb de informatii in vederea cresterii notorietatii generale a programului si a increderii in institutia care-l gestioneaza

Publicitatea in mass media

Publicitate - Cumpararea unui spatiu pe un suport media in vederea transmiterii de informatii publicului definit

Anuntul de presa

Articolul de presa

Relatiile cu presa

Mass-media = mijlocul prin care se poate vedea multiplicarea mesajului transmis publicului vizat

Comunicat de presa

Conferinte de presa

Intalniri de presa (ex. Vizite la proiecte)

Realizarea materialelor de informare a si produselor de promovare

Scrise : brosure, pliante/fluturasi, autocolante

Vizuale: fotografii, afise, bannere, prezentari (ex.ppt),
filme, publicatii-on-line (newsletter, brosure)

Tridimensionale: rol-up, pop-up, obiecte promotionale

Institutii si surse de finantare

Descriere institutie

Adrese

Program de finantare

Programul de finantare	Obiectivul programului	Solicitanti de finantare eligibili	Activitati eligibile	Valoare grant	Termen de depunere	Surse de informare
---------------------------	---------------------------	--	-------------------------	---------------	-----------------------	-----------------------