

Szkolenie Regionalnego Ośrodka EFS w Szczecinie

Upowszechnianie projektów innowacyjnych – jak się komunikować aby być zrozumianym



Trener specjalistyczny
Regionalnego Ośrodka EFS
dr Justyna Osuch

Trener specjalistyczny
Regionalnego Ośrodka EFS
Radosław Włoczewski

ROZKŁAD JAZDY



- upowszechnianie i włączanie do głównego nurtu produktów finalnych w ramach projektów innowacyjnych
- zasady skutecznej komunikacji
- jak konstruować komunikaty – warsztat
- jak informować o projektach - warsztat

Cel szkolenia

- ☐ ugruntowanie wiedzy o zasadach skutecznej komunikacji
- ☐ nabycie wiedzy o procesie planowania strategii komunikacji o produktach finalnych
- ☐ nabycie praktycznych umiejętności konstrukcji komunikatów w ramach projektów

Upowszechnianie i włączanie do głównego nurtu produktów finalnych w ramach projektów innowacyjnych

Istota, zasady, dobre praktyki

Upowszechnianie - istota

- dissemination
(upowszechnianie/rozpowszechnianie) pochodzi od łacińskich wyrazów dis (bogaty, urodzajny) i semino (siać, płodzić). Oznacza po prostu **„bogato rozsiany”**.
- zaplanowany proces dostarczania informacji na temat jakości, przydatności i skuteczności wyników projektów, kierowany do kluczowych interesariuszy projektu/programu

www.szczecin.roEFS.pl

Włączanie do głównego nurtu polityki - istota

- włączanie do głównego nurtu polityki/praktyki (mainstreaming) – sprawienie że efekty projektu są powszechnie wykorzystywane w praktyce
- planowy proces mający na celu przekonanie użytkowników i odbiorców do przyjęcia i zastosowania wyników projektu (produktu finalnego)
- zakłada wystąpienie **efektu mnożnikowego**

www.szczecin.roEFS.pl

Upowszechnianie a mainstreaming

- Koncepcja mainstreamingu wykracza poza pojęcie upowszechniania. I chociaż upowszechnianie stanowi część procesu mainstreamingu, to głównym celem mainstreamingu jest zaadaptowanie i wdrożenie proponowanych rozwiązań.
- **Upowszechnianie** oznacza wymianę i przekazywanie informacji na temat działań prowadzonych w projekcie oraz efektów tych działań – zarówno pozytywnych, jak i negatywnych,
- **Mainstreaming** oznacza, że efekty te zostaną uwzględnione i przyjęte w założeniach obowiązującej polityki oraz zastosowane w praktycznych działaniach.

www.szczecin.roEFS.pl

Korzyści z upowszechniania i włączania

Dla beneficjenta

- promocja wiedzy o instytucji
- pozytywny wizerunek
- lepsza pozycja rynkowa
- rozliczenie projektu

Dla społeczeństwa

- inspirowanie wspólnych działań
- wymiana doświadczeń
- aktywizacja

Dla polityki (IZ/IP)

- nowe, lepsze rozwiązania
- zmiana legislacji
- społeczeństwo obywatelskie – angażowanie w rozwiązywanie problemów

www.szczecin.roEFS.pl

Cele działań upowszechniających i włączających



znalezienie
użytkowników/odbiorców



budowanie/zmiana wizerunku



rozpowszechnienie danej idei



edukacja/zwiększenie świadomości

www.szczecin.roEFS.pl

9

Grupy docelowe



Kogo chcemy zaangażować?

- przyszli użytkownicy
- władze/decydenci
- lokalna społeczność



Komu chcemy pomagać?

- przyszli odbiorcy



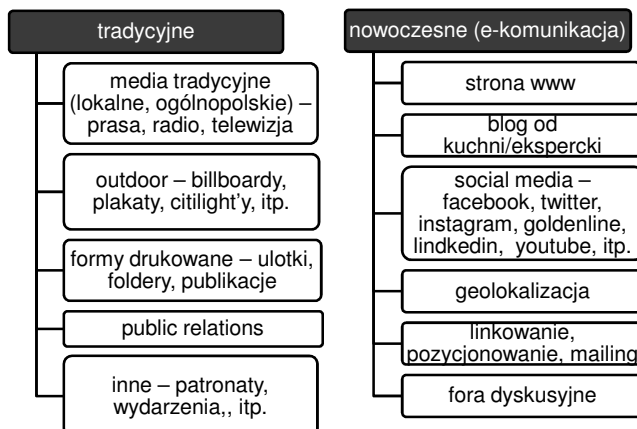
Komu chcemy się pochwalić?

- media
- sponsorzy/patroni
- władze

www.szczecin.roEFS.pl

10

Narzędzia komunikacji



www.szczecin.roEFS.pl

11
11

Kilka praktycznych zasad...

- „Sprzedawaj” korzyści a nie produkty
- Dostosuj narzędzia do grupy docelowej a nie odwrotnie
- Zmieniaj się
- Monitoruj ruch
 - Google Analytics
 - monitoruj media
 - telefony i zapytania
- Pamiętaj o wsparciu – patronaty, poparcia, ambasadorzy
- Zaangażuj odbiorców
- Dogadaj się z innymi – może zamiast konkurować można kooperować???

www.szczecin.roEFS.pl

Kilka praktycznych zasad...

- Zaprzyjaźnij się z mediami
 - ustal „słowa kluczowe” – nie sprzedawaj projektu unijnego a jego treść i sedno
 - stwórz swoją listę mediów i dziennikarzy (nie zapominaj o „świecie wirtualnym”)
 - utrzymuj kontakt ale nie spamuj – pamiętaj notatka prasowa to nie reklama (zasada PKP)
- Chwytaj okazje
- Zapomnij o „nowomowie unijnej”
- Bądź spójny



www.szczecin.roEFS.pl

Zasady skutecznej komunikacji

www.szczecin.roEFS.pl

14

Dlaczego komunikacja jest ważna?



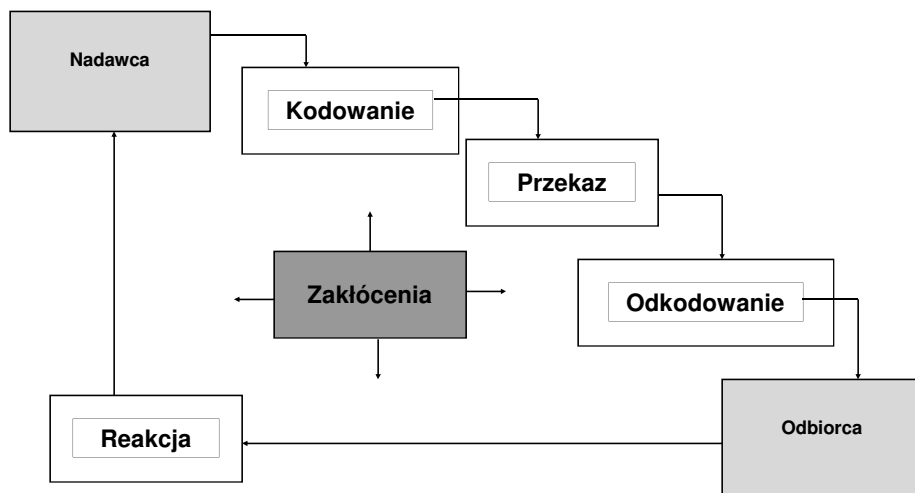
www.szczecin.roEFS.pl

Komunikacja – prosta sprawa?



www.szczecin.roEFS.pl

Proces komunikacji



Konstruowanie komunikatu





Regionalny
Ośrodek EFS



Cechy dobrego komunikatu

- Stosowność
- Przejrzystość
- Jasność
- Zwięzłość



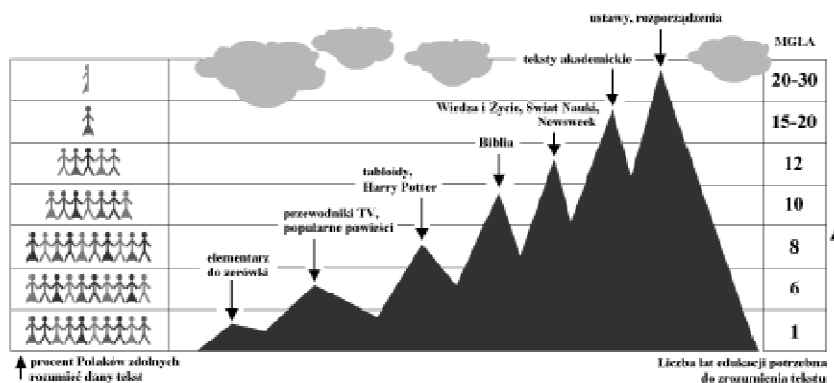
www.szczecin.roEFS.pl



Regionalny
Ośrodek EFS



Wskaźnik mglistości (FOG)



Źródło: Jak pisać o Funduszach Europejskich, Warszawa, 2010

www.szczecin.roEFS.pl

Zasady skutecznej komunikacji

- Zasada 2P – zawsze personalizuj i personifikuj
- Zasada korzyści dla odbiorcy – podkreśl konkretne korzyści dla odbiorcy
- Zasada wielozmysłowości – angażuj wszystkie zmysły
- Zasada metaforyzacji – o rzeczach trudnych i nieznanym mów metaforą
- Zasada akceptowalności – komunikat nie musi być logiczny musi być akceptowalny

www.szczecin.roEFS.pl

Dobry styl w komunikacji

- Jak najmniej przymiotników
- To czasowniki budują rytm zdania
- Lepsza jest strona czynna od biernej
- Naturalny porządek w zdaniu
- Zdania pozytywne
- Najsilniej ściągają uwagę wyrazy na początku lub na końcu zdania
- Słownictwo proste i zrozumiałe
- Lepsze zdania krótkie niż wielokrotnie złożone

www.szczecin.roEFS.pl

Pułapka propagandy

- zamieszczamy treści, za pomocą których chcemy szybko pozyskać aprobatę odbiorcy, a więc wpływać na jego decyzje,
- przemawiamy w tonie doradczym, usilnie apelujemy do masowego odbiorcy o przyjęcie naszej propozycji (pomysłu, zamiaru),
- sugerujemy odbiorcy pewne wartości (np. dostatek finansowy, zmiany, rozwiązania sytuacji finansowej itp.),
- wyrażamy swoje pomysły i idee z perspektywy instytucji, która ma wpływ na życie społeczne

Jak konstruować komunikat - warsztat

Jak konstruować e-komunikację - warsztat

www.szczecin.roEFS.pl

25



Dziękujemy za uwagę

Regionalny Ośrodek EFS

Zachodniopomorska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.

70-223 Szczecin, ul. Stołowa 2

tel.: 091 432 93 13, fax: 091 432 93 09

e-mail: info_szczecin.roEFS.pl



*Szkolenie współfinansowane jest przez Unię Europejską
w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego*

www.szczecin.roEFS.pl