

Kommunikációs terv

SENS NETWORK

A kommunikációs tervet a DDTG Duna Fejlesztő Transznacionális Csoport Nonprofit Kft. készítette a Zala Zöld Szíve Vidékfejlesztési Egyesület megbízásából. A kommunikációs terv a Pomurje Régió Helyi Fejlesztési Alapítvány, a Zala Zöld Szíve Vidékfejlesztési Egyesület és a DDTG Duna Fejlesztő Transznacionális Csoport Nonprofit Kft. szoros együttműködésében készült.

Tartalom

1.	A SENS NETWORK projekt Nemzetközi mentorhálózat szociális vállalkozásoknak.....	3
1.1.	Projektösszefoglaló.....	3
1.2.	Projektpartnerek.....	4
2.	Kommunikációs terv	6
2.1.	Háttér.....	6
2.2.	Kommunikációs SWOT-elemzés	7
2.3.	Célok	8
2.4.	Célcsoportok.....	9
2.5.	Stratégia és kulcsüzenetek	9
2.5.1.	Alapelvek a projektkommunikációban	10
2.5.2.	Kommunikációs csatornák.....	10
2.6.	Kommunikációs tevékenységek és eszközök.....	11
2.6.1.	Megalapozó tevékenységek	11
2.6.2.	Nyilvános események	12
2.6.3.	Promóciós anyagok.....	13
2.6.4.	Digitális tevékenységek.....	14
2.6.5.	Kommunikációs és nyilvános esemény-terv.....	15
2.6.6.	Kommunikációs eszközök terve.....	15
3.	Logók.....	16

1. A SENS NETWORK projekt

Nemzetközi mentorhálózat szociális vállalkozásoknak

1.1. Projektösszefoglaló

A projekt eredménye eszközként fog szolgálni az alábbi, a projekt területén jelentkező problémák megoldására, országtól függetlenül: alacsony gazdasági mutatók és foglalkoztatási ráta, kihasználatlan potenciál, nem megfelelő erőforrás-felhasználás, a szomszédos országok közötti mikroszintű kapcsolat hiánya, az önszerveződő gazdasági szereplők számára nyújtott segítség hiánya.

- Közvetlen cél: olyan komplex fejlesztési csomag létrehozása, amely a felméréstől a kivitelezésig elősegíti a határokon átnyúló térség önszerveződő szociális vállalkozásait, a helyi igények alapján.
- Közvetett cél: a regionális együttműködés és a gazdasági mutatók előmozdítása a célzott gazdasági csoportok fejlesztésének elősegítésével. Olyan módszertan kidolgozása, amely a helyi igények figyelembevételével az egész EU-ban adaptálható.
- A fő eredmény: olyan önmegőrző állami támogatási hálózat létrehozása, amely hosszú távon befolyásolja a projekterület gazdasági fejlődését. Elsődleges célcsoportja a szociális vállalkozás, amely együttműködés révén kap fejlesztési segítséget, továbbá az olyan szereplők, akik nem tudtak szociális vállalkozást létrehozni szakmai segítség nélkül. Emellett érintettek azok az olyan szervezetek is, amelyek közvetett módon járulnak hozzá a célok megvalósításához, és partnereiként segítik a vállalkozásokat működésük során (vidéki és területfejlesztési ügynökségek, alapítványok, helyi önkormányzatok).
- Módszer: határokon átnyúló tervezés, szükségletek felmérése, vizsgálata és dokumentálása. Mentorok képzése a határ mindkét oldalán, az értékelés alapján

létrehozott eszközkészlet biztosítása számukra. Ez idő alatt a szükségletek folyamatos harmonizálása a határ mindkét oldalán, szakmai látogatások, workshopok, weboldal készítése.

- Innováció: felmérjük a határokon átnyúló régió egységes egészként történő kezelésének szükségességét; a módszertant egy határokon átnyúló együttműködés alkalmazásával tervezték meg. Innovatív módon hangsúlyt helyezünk az együttműködő régiók sajátos gyakorlati problémáinak ismeretére és megoldására. A szociális vállalkozások maguk is innovációk, hiszen ezek az ökoszociális piacgazdaság alapjai.

1.2. Projektpartnerek

Vezető partner (LB): A Pomurje Régió Helyi Fejlesztési Alapítványa (LRF)

A Pomurje Régió Helyi Fejlesztési Alapítványát 2008-ban hozták létre nem-kormányzati szervezetként az önkéntesség fejlesztésének elősegítésére, valamint a Pomurje régióban működő civil szervezetek fejlesztésének és működésének szabályozására. Célja a nem-kormányzati szervezetek gyorsabb fejlődésének elősegítése és bevonása a helyi és regionális szintű társadalmi párbeszédbe, így új tartalmak létrehozása, projektek és szolgáltatások megvalósítása révén hozzájárul a régió fejlődéséhez. A nem-kormányzati szervezetek támogatása biztosítja a szervezetek hatékonyabb és sikeresebb működését, valamint a szociális vállalkozások helyi szintű és a határokon átnyúló együttműködésével kapcsolatos jogszabályok betartását. A szervezet fő értékei – a professzionalizmus, a minőség, az átláthatóság, az egész életen át tartó tanulás, az együttműködés és a nyitottság – hozzájárulnak a partnerség sikeréhez és eredményességéhez.

Vezető partnerként az LRF sokéves tapasztalattal rendelkezik a felügyelet, a figyelemmel kísérés és értékelés, az események szervezése, a nem-kormányzati szervezetek és más ágazatok közötti kapcsolatteremtés területén. A szervezetfejlesztés keretében az LRF megerősíti a célcsoportokat, biztosítva működésüket és a projekt fenntarthatóságát.

Projektpartner: ZALA Zöld Szíve Vidékfejlesztési Egyesület (ZZSZ)

Az egyesület 2008-ban jött létre. Fő célja a működési területén élő lakosság életkörülményeinek javítása, valamint a térség- és a vidékfejlesztés társadalmi és gazdasági szerepének erősítése. A szervezet tízéves tapasztalattal rendelkezik a vidékfejlesztés területén, számos projektjavaslatot készített, emellett több száz sikeres nemzetközi projektet és együttműködést kezdeményezett, illetve vett részt ilyenekben. Az egyesület munkatársai közül hárman sokéves tapasztalattal rendelkeznek mind a vidékfejlesztés, mind a projektmenedzsment területén. Az egyesület más vezető partnerek sikeres projektjeiben való részvétel mellett számos saját projektet is megvalósított Magyarországon.

2. Kommunikációs terv

2.1. Háttér

Ez a dokumentum azt mutatja be, hogy a SENS NETWORK projekt miként biztosítja az átláthatóságot és a nyilvánosság tájékoztatását, mint fontos célt. Ebben a tekintetben a SENS NETWORK projekt túllép az információk rendelkezésre bocsátásának minimumkövetelményein azáltal, hogy lényegi erőfeszítéseket tesz az érintettekkel, a kedvezményezettekkel és az állampolgárokkal való hatékony kommunikáció érdekében, mivel a hatékony kommunikáció nem csak felhívja a figyelmet a projektre, hanem támogatást is generálhat a lakosság és a politikai döntéshozók felől a projekt tartós, pozitív hatásának biztosítása érdekében. A kommunikáció hozzáadott értéket teremt a projekt számára azzal, hogy javítja a projekt megvalósításának színvonalát és segíti a célok elérését.

A SENS NETWORK kommunikációs terve keretet biztosít a projekt során zajló különböző kommunikációs tevékenységek kezelésére és koordinálására. A kommunikációs terv meghatározza azt, hogy kikhez fog elérni a kommunikáció, hogyan kell az információt továbbítani, milyen információkat kell közölni, ki fog kommunikálni, és szabályozza a kommunikáció gyakoriságát is.

A kommunikációs terv célja az a hatékony kétirányú kommunikáció biztosítása az összes érdekelt fél között, ami a projekt sikerének egyik kulcsa. A jó kommunikáció megelőzi a meglepetéseket, megakadályozza az erőfeszítések redundanciáját, és elősegítheti a hiányosságok és az erőforrások helytelen elosztásának feltárását annak érdekében, hogy a hibák orvosolhatók legyenek.

2.2. Kommunikációs SWOT-elemzés

	<i>A kommunikációs célok elérését segítik</i>	<i>A kommunikációs célok elérését akadályozzák</i>
<i>Belső tényezők</i>	ERŐSSÉGEK <ul style="list-style-type: none"> • hitelesség • a partnerek jó kapcsolatai a célcsoportokkal • a partnerek kiváló és erős társadalmi és közkapcsolatai • közvetlen tapasztalat és rálátás a vidékfejlesztésre 	GYENGESÉGEK <ul style="list-style-type: none"> • a régióban egyre növekvő munkaerőhiány • lassú alkalmazkodás a változó társadalmi és gazdasági környezethez • pénzügyi nehézségek
<i>Külső tényezők</i>	LEHETŐSÉGEK <ul style="list-style-type: none"> • a régióban a szociális vállalkozások népszerűsítésének és képviselőinek hiánya • a környezetvédelmi és a társadalmi szervezeteket bevonva a projekt kommunikációjának kiterjesztéséért • a kisközösségekre és érdeklődésükre összpontosítva • az ökoszociális piacgazdaság előmozdítása • az innovatív tematikus koncepció hangsúlyozása, mint helyi válaszok a globális kihívásokra (biogazdálkodás, közösségi kertek, LT megoldások, a hiányzó munkaerő pótlása szociális vállalkozások révén) 	VESZÉLYEK <ul style="list-style-type: none"> • túl sok projekt van a programterületen egyidejűleg • a célcsoportok túlterheltek saját tevékenységeikkel • a célcsoportok szervezeteinek pénzügyi nehézségei • korlátozott hozzáférés a médiához (túl drága) • a jogi környezet megváltoztatása

2.3. Célok

Célkitűzésként a SENS NETWORK kommunikációs terv a következőket határozza meg:

- **Tudatosság növelése:** a célcsoportok közös felkészítése. Nagyon fontos, hogy az egész lakosság, beleértve a projekt szakmai résztvevőit, tájékozódjanak a projekt fejleményeiről, mivel a program csak akkor tud érdemi hatást kiváltani, ha kellően széles körben tudnak róla. Csatornák: online és nyomtatott sajtó, TV, szociális média, célzott levelek
- **A viselkedés és az attitűdök megváltoztatása:** közös mentorhálózat kialakítása. A mentorok tevékenysége kommunikációs csatornának számít. A mentorhálózat hiányosság-kitöltő és innovatív megoldás, amely jó példa a régiók közötti együttműködésre. Ez lehet az új gondolkodásmód első lépése. Egyéb csatornák: közösségi média, weboldal, célzott e-mail, posztok, események. Célcsoportok: helyi hatóságok, fejlődő és vidéki közösségek, már létező szociális szövetkezetek.
- **Tudástranszfer:** közös tudásbázis, szakmai háttér. A projekt keretében egy jelentős méretű tudásbázist hoznak létre, ami a mentorhálózat támogató szolgáltatása lesz. Elsődleges célja a projekt és célkitűzéseinek támogatása, másodlagos felhasználása információszolgáltatás azok számára, akik új tevékenységeket kezdenek a projekt területén, és ez a nemzetközi és regionális szintű alkalmazkodás alapja. Csatornák: események, web, média. Módszerek: szakmai jelentések, szakmai cikkek, sikeres kommunikációs kiadványok, a tudás hozzáférhetőségének tudatosítása.
- **A szociális szövetkezetek bevezetése:** a szociális szövetkezetek az ökoszociális gazdasági modell egyik leghatékonyabb megközelítési módja helyi szinten.
- **A szociális szövetkezetek támogatása:** a szociális vállalkozások jótékony gazdasági, társadalmi és környezeti hatásainak promóciója, hangsúlyozva annak a vidéki térségek fenntartható fejlődésére gyakorolt hatását és azzal való kapcsolatát.

2.4. Célcsoportok

Ez a szakasz meghatározza a kommunikációs terv alapján a célközönségeket, illetve az egyes közösségekkel való kommunikáció célját. Ezek alapján a következő szereplők játszanak fontos szerepet a kommunikációs stratégia végrehajtásában:

Projekt partnerek: az együttműködés javítása érdekében a projektpartnereknek kommunikálniuk kell egymással. Ezen túlmenően kommunikálni fognak a célcsoportokkal is az országokban.

Szervezetek és csoportok a projektrégiókban: a kedvezményezett országokban zajló figyelemfelhívó kampányokat az egyes régiók szervezetei és csoportjai szervezik és hajtják végre. Ezzel a csoportok és szervezetek maguk is részt vesznek kommunikátorként a projektben.

Európai Bizottság, nemzeti és regionális intézmények, hatóságok és média: ezeket a szervezeteket tájékoztatni kell a SENS NETWORK projektről, mivel támogatni tudják azt azáltal, hogy információkat továbbítanak célcsoportjaiknak és a szélesebb közönségnek.

- Helyi hatóságok és vidéki közösségek
- Szakmai érintettek felek és szakértők
- Meglévő szociális szövetkezetek
- Érintett egyéb csoportok, beleértve a nem kormányzati szervezeteket
- A lakosság és a média a partnerországokban

2.5. Stratégia és kulcsüzenetek

A kommunikáció a SENS NETWORK projekt végrehajtási stratégiájának szerves részét képezi. Innovatív tevékenységekre és a kedvezményezettekkel folytatott szoros együttműködésre lesz

szükség ahhoz, hogy biztosítani tudjuk a projekt megvalósításának és sikerességének hatékony kommunikációját.

2.5.1. Alapelvek a projektkommunikációban

- **Specifitás:** a kommunikáció fő iránya és csatornái a célcsoportok felé vezet, másodlagosan az egész társadalom felé
- **Szám:** a megfelelően megtervezett kommunikációs módszerekkel nagyobb hatás érhető el az adott költségek mellett is
- **Rendelkezésre állás:** a célcsoportnak a lehető legkevesebbet kell tennie az információkhoz való hozzáférés érdekében
- **Inspiráció:** a célcsoportot inspirálni kell a projektben való részvételre vagy a projekt eredményeinek felhasználására
- **Véleményöztönzés:** a projekt lényeges igényekre ad választ, amelyek befolyásolják a lakosság életminőségét a projekt teljes területén

Ezért fontos, hogy a projekttel kapcsolatos kommunikáció a lehető legtöbb embert tájékoztassa a fejlesztésekről, ezáltal erősítse az önszerveződő mozgalmakat és a kapcsolódó nyilvános vitát.

A projekt első félévében az LB kommunikációs stratégiát dolgoz ki, amelyet minden partner elfogad. Az LB felel a projektszintű kommunikációért, a partner szintű kommunikációt a partnerek hajtják végre, az LB felügyelete alatt.

2.5.2. Kommunikációs csatornák

- háromnyelvű weboldal
- közös vizuális iránymutatások kidolgozása
- közösségi média oldalak létrehozása - Facebook oldal
- helyi média (nyomtatott, rádió és TV), sajtótájékoztatók
- projekt események: nyitó és záró rendezvények, egyéb rendezvények
- promóciós anyagok, reklámcsomagok
- projekt bemutatása eseményeken meghívottként

-
- kétnyelvű plakátok támogatásokról
 - háromnyelvű brosúrák

A program kötelező dizájnelemein kívül a projekt azonos vizuális képet fog használni a határ mindkét oldalán. Az egyszerű beazonosítás kiemelt jelentőségű, bár a projekt nem márkát épít, a hosszú távú fenntarthatóság a fontos szempont.

Amennyiben lehetséges, az összes kommunikációs csatornán több nyelven jelennek meg információk.

2.6. Kommunikációs tevékenységek és eszközök

2.6.1. Megalapozó tevékenységek

Közösen elfogadott kommunikációs terv: kommunikációs terv kerül kidolgozásra, amelynek célja a projektkommunikáció módjainak, lépéseinek és céljainak részletes leírása. A terv meghatározza a használni kívánt kommunikációs csatornákat. Ezenkívül meghatározza az egyes feladatokért felelős partnereket. Leírja a kezdeti vizuális útmutatásokat és meghatározza a marketingstratégia típusát. A terv kb. 20 oldal terjedelmű. Módszertanként a költséghatékonyságra és a Communication WP-ben meghatározott stratégiai irányokra összpontosít. A terv az értékelésre is hangsúlyt fektet, így a tevékenységek hatékonysága is felügyelet tárgyát fogja képezni.

Kétnyelvű, legfeljebb 20 oldal / nyelv, pdf formátum, tartalom:

- jelentés összefoglalása
- célcsoportok
- kommunikációs csatorna
- az események leírása
- forgatókönyvek tervei
- kommunikációs SWOT
- grafikai elemek tervezete
- a nyilvánosság kötelező elemei
- kommunikációs körök, felelősségek.

2.6.2. Nyilvános események

Nyilvános konferencia sajtótájékoztatóval egybekötve (2)

A projekt megnyitásának és lezárásának bejelentése kapcsán két sajtótájékoztatóval egybekötött konferencia kerül megrendezésre a határ mindkét oldalán.

A nyitó rendezvény célja a projekt ismertetése, a partnerek és társult szervezetek bemutatása, a célcsoportok érdeklődésének ösztönzése és bevonása a projektbe.

Helyszín: Szlovénia, szlovén-magyar szinkrontolmácsolás, résztvevők: projektpartnerek, szociális vállalkozások, önszerveződő közösségek, helyi önkormányzatok, vidéki közösségek, nem-kormányzati szervezetek, területi és vidékfejlesztési szervezetek. Tartalom: sajtótájékoztató a projektről (30 perc), előadás a projektről és a projekt témáiról, együttműködési potenciál, szociális vállalkozások bemutatása, kerekasztal-beszélgetés; frissítők és svédasztalos ebéd.

A záró rendezvény célja a projekt eredményeinek ismertetése és tökécsítése. Fő feladata a mentorhálózat és az általa nyújtott szolgáltatások bemutatása. A hálózat tagjai összefoglalják tapasztalataikat és bemutatják a létrejött stratégiai partnerségeket.

Helyszín: Magyarország, szlovén-magyar szinkrontolmácsolás, résztvevők: projektpartnerek, szociális vállalkozások, önszerveződő közösségek, helyi önkormányzatok, vidéki közösségek, nem kormányzati szervezetek, területi és vidékfejlesztési szervezetek. Tartalom: sajtótájékoztató a projektről (30 perc), a projekt összefoglalása, a projekt eredményeinek és fenntarthatóságának ismertetése, a mentorhálózat és a hálózat által nyújtott szolgáltatások bemutatása, a projekt során létrehozott szociális vállalkozások bemutatása, kerekasztal-beszélgetés; frissítők és svédasztalos ebéd.

2.6.3. Promóciós anyagok

Reklámcsomagok (projektmappák): 300 csomag újrahasznosított anyagokból

Tartalma:

- 1 darab toll projektlogóval, a látványterv grafikai elemek elemeivel
- 1 darab jegyzetömb projektlogóval, látványterv kötelező grafikai elemek elemeivel
- információs anyag a projekt elemeiről
- egy projektlogóval ellátott mappa, a látványterv kötelező grafikai elemek elemeivel

Roll-upok: 2 roll-up logóval és a projekt kötelező grafikai elemek elemeivel: 1-1 darab résztvevő országonként; szlovén és magyar nyelven, 85 cm grafikus szélességben és 200 cm grafikus magasságban; anyaga: speciális roll-up film vagy PVC; váz: alumínium és műanyag; csomagolásban: váz, táska szállításhoz, nyomtatott grafika.

Háromnyelvű brossúra (SLO, HU, EN): 100 darab. A/5 méretben, 4 oldalas, 1x hajtogatott, 135 grammos papírra nyomtatva környezetbarát kivitelben, 4+4 színnyomással.

Sajtóközlemény: mindkét ország képviselői nyilatkozatot adnak ki a sajtó számára a projekt elindulásáról és előrehaladásáról (2 darab/HU, 2 darab/ SLO)

PR cikkek: 1 db nyomtatott és 1 db online cikk a projekt területének szlovén oldalán; 1 db nyomtatott és 1 db online cikk a projekt területének magyar oldalán; a cikkeknek rövidnek kell lenniük, ismertessék a projekt lényegét és vonzzák a figyelmet; tartalmazzák a projekt azonosításra szolgáló és kötelezően használandó grafikai elemeit.

Kétnyelvű szórólapok: szlovén és magyar nyelven készülnek, a konzorcium tagjai láthatóak a szórólapon; tartalom: a projektről szóló általános áttekintés, formátum: DIN A4 (21x29,7cm), 135 g tömegű papír, környezetbarát, finomított felület nélkül, 4/4 színben.

Projektposzter: 2 darab, kétnyelvű (szlovén-magyar), A/5 méretben, anyaga: hullámpapír vagy műanyag.

2.6.4. Digitális tevékenységek

Közös weboldal: informatív weboldal speciális grafikai tervezéssel 3 nyelven, a projekttel kapcsolatos információkkal, jelentésekkel, fejlesztési tervvel és szakértői anyagokkal;

Monitoring: Google elemző szolgáltatás

Kétnyelvű szociális hálózati oldal: 1 darab Facebook oldal, kétnyelvű tartalommal, a célcsoportból kiválasztott követőkkel; tartalom: dinamikus, rövid, érdekes tartalmak, fényképek, jelentések, külső ügyfelek hírbejegyzései, nem-reprezentatív felmérések készítése.

2.6.5. Kommunikációs és nyilvános esemény-terv

Tevékenység sz.	Felelős	Tevékenység	Időpont
D. C.2.1	LRF	Megnyitó esemény sajtótájékoztatóval	06. 2019
D. C.2.2	ZZSZ	Záró esemény sajtótájékoztatóval	11. 2020
D.T2.3.1	LRF, ZZSZ	Szakértői információs napok	02. 2021
D.T2.3.2	LRF, ZZSZ	Záró »tanulmány« tábor	02. 2021

2.6.6. Kommunikációs eszközök terve

Tevékenység sz.	Felelős	Tevékenység	Időpont
D. C.3.1	ZZSZ	Reklámcsomagok (projektmappa)	07. 2019
D.C.3.2	LRF	Roll-up	06. 2019
D.C.3.3	LRF	Háromnyelvű brossúra (SLO HU EN)	06. 2019
D.C.3.4	LRF, ZZSZ	Sajtónyilatkozat	02. 2021
D.C.3.5	LRF, ZZSZ	PR cikkek, nyomtatott és online	02. 2021
D.C.3.6	LRF	Kétnyelvű szórólap	06. 2019
D.C.3.7	LRF	Projektposzter	06. 2019
D.C.4.1	LRF	Közös weboldal	08. 2019
D.C.4.2	LRF	Kétnyelvű szociális hálózati oldal	08. 2019

3. Logók

Program és projekt: a kedvezményezetteknek a program logóját és a projekt logóját a projekt teljes végrehajtási ideje alatt használniuk kell minden dokumentumban, weboldalon, eseményen, a projekttel kapcsolatos kommunikációban és a kiadványokon.

Angol nyelvű programlogó:



Projektlogó:



Partnerek logói:

Pomurje Régió Helyi Fejlesztési Alapítványa (LRF)



ZALA Zöld Szíve Vidékfejlesztési Egyesület (ZZSZ)



A program kommunikációjával és a logók letöltésével kapcsolatos további információkért lásd a [Kedvezményezettek Végrehajtási Kézikönyvét](#).

A programlogók használatára vonatkozó iránymutatások vonatkoznak a projekt logójára is!