

ACT SOCIAL

ΣΧΕΔΙΟ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΔΟΣΗΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

*Δράσεις για την υποστήριξη και την ενίσχυση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας
σε τοπικό επίπεδο*

*ΠΕ 2 Επικοινωνία και Διάδοση
Παρ.2.1.1 Σχέδιο Επικοινωνίας και Διάδοσης Αποτελεσμάτων
Αύγουστος 2018*

ΔΗΜΟΣ ΘΕΡΜΗΣ

<i>Αριθμός Παραδοτέου</i>	<i>2.1.1</i>
<i>Τίτλος του Έργου</i>	<i>Δράσεις για την υποστήριξη και την ενίσχυση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας σε τοπικό επίπεδο</i>
<i>Ακρωνόμιο του Έργου</i>	<i>ACT SOCIAL</i>
<i>Διάρκεια του Έργου</i>	<i>03.10.2017 – 02.10.2019</i>
<i>Εταίροι του Έργου</i>	<i>ΚΔ (Δ1) Δήμος Θέρμης (GR) Δ2 Association of South Western Municipalities (BG) Δ3 Sdruzhenie Yuni Partners (BG)</i>

Το Έργο συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης και από εθνικούς πόρους των χωρών που συμμετέχουν στο Πρόγραμμα Συνεργασίας Interreg V-A «Ελλάδα-Βουλγαρία 2014-2020»

Επιτελική Σύνοψη

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, οι κοινωνικές επιχειρήσεις αποτελούν κινητήρια δύναμη για την ανάπτυξη χωρίς αποκλεισμούς και διαδραματίζουν βασικό ρόλο στην αντιμετώπιση των σημερινών οικονομικών και περιβαλλοντικών προκλήσεων. Το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και η Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή έχουν αναγνωρίσει τις ιδιαιτερότητες των κοινωνικών επιχειρήσεων, τη δυναμική και τις ικανότητές τους να διορθώσουν σημαντικές οικονομικές και κοινωνικές ανισορροπίες που συμβάλλουν στην επίτευξη ορισμένων στόχων γενικού συμφέροντος. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα έχει αποδειχθεί σε ευρωπαϊκό επίπεδο ότι μπορεί να μετριάσει τόσο τα εμπόδια στην είσοδο στην αγορά εργασίας όσο και τα εμπόδια στην παροχή κοινωνικών υπηρεσιών σε ειδικές πληθυσμιακές ομάδες, δύο προβλήματα που υπάρχουν στην περιοχή του επιλέξιμου προγράμματος. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις είναι οι κινητήριες δυνάμεις της αλλαγής, φέρνοντας καινοτόμες λύσεις στα κοινωνικά προβλήματα. Εφαρμόζουν επιχειρηματικές πρακτικές για την επίτευξη κοινωνικού συμφέροντος, βασιζόμενες σε αξίες αλληλεγγύης και ενδυνάμωσης, δημιουργώντας ευκαιρίες για όσους βρίσκονται σε μειονεκτική θέση.

Ο γενικός στόχος του έργου είναι η επέκταση της κοινωνικής επιχειρηματικότητας και η συνεισφορά στην αύξηση των ποσοστών απασχόλησης στην διασυνοριακή περιοχή.

Ειδικοί επιμέρους στόχοι του έργου είναι:

- να βελτιωθούν οι επιχειρηματικές ικανότητες του ανθρώπινου δυναμικού των κοινωνικών επιχειρήσεων και των ανθρώπων που σχεδιάζουν να ασκήσουν επιχειρηματικές δραστηριότητες στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας, έχοντας ως πιλότο δραστηριότητες στον τομέα του τουρισμού και των τροφίμων
- να αυξήσει τις γνώσεις και τις δεξιότητες όσον αφορά την ίδρυση και τη διαχείριση των φορέων κοινωνικής επιχειρηματικότητας,

- να μετρήσει, να ενισχύσει και να αυξήσει τον κοινωνικό αντίκτυπο των κοινωνικών επιχειρήσεων όσον αφορά την ενσωμάτωση των ανέργων στη διασυνοριακή περιοχή
- η παροχή εργαλείων για την ανάπτυξη των επιχειρηματικών ικανοτήτων στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας,

Αυτό το Σχέδιο Επικοινωνίας και Διάδοσης Αποτελεσμάτων περιγράφει λεπτομερώς τις δράσεις επικοινωνίας και διάδοσης των αποτελεσμάτων που σχεδιάζει η κοινοπραξία του έργου ACT SOCIAL. Περιλαμβάνει και αναλύει όλα τα σημαντικά σημεία και θέματα των προγραμματισμένων δραστηριοτήτων διάδοσης, καθορίζει τις φάσεις διάδοσης και παρουσιάζει τα σχεδιαζόμενα υλικά και εργαλεία που θα προετοιμαστούν για τη διάδοση των πληροφοριών σχετικά με το έργο ACT SOCIAL. Σκοπός του είναι να καθορίσει τους στόχους της επικοινωνίας και διάδοσης, καθώς και τις ομάδες (κοινό)-στόχο του προγράμματος καθώς και τα κανάλια μέσω των οποίων θα προωθηθούν οι πληροφορίες και τα αποτελέσματα του έργου.

Πίνακας Περιεχομένων

Επιτελική Σύνοψη.....	2
Πίνακας Περιεχομένων	4
1. Εισαγωγή.....	7
1.1. Πεδίο Εφαρμογής του Έργου	7
2. Ανάλυση των Στόχων και του Περιεχομένου της Επικοινωνιακής Στρατηγικής	9
2.1. Πεδίο Εφαρμογής του Εγγράφου.....	9
2.2. Στόχοι του Σχεδίου Επικοινωνίας και Διάδοσης Αποτελεσμάτων.....	10
3. Ανάλυση των διαδικασιών επικοινωνίας και δημοσιότητας	12
3.1. Εισαγωγή	12
3.2. Λίστα Ενδιαφερόμενων Φορέων	12
3.3. Καλή Πρακτική Επικοινωνίας και Διάδοσης	13
3.4. Καθορισμός του Μηνύματος.....	14
3.5. Στόχευση του Κοινού.....	15
3.6. Επιλογή Εργαλείων.....	15
3.6.1 Δελτία Τύπου.....	16
3.6.2 Ιστοσελίδα του Έργου	18
3.6.3 Μπάνερ	18
3.6.4 Ειδοποιήσεις RSS.....	18
3.6.5 Blogging	20
3.6.6 Φυλλάδιο	20
3.6.7 Αφίσα.....	21
3.6.8 Ενημερωτικό Δελτίο	21
3.6.9 Δημοσιεύσεις σε CDs και USBs	21
3.6.10 Εργαλεία δημοσιότητας.....	22

3.6.11	Απευθείας Αποστολή Ηλεκτρονικών Μηνυμάτων	22
3.6.12	Εκδηλώσεις.....	22
3.6.13	Προσκεκλημένοι Ομιλητές.....	23
3.6.14	Παρουσιάσεις του Έργου	23
3.6.15	Καμπάνιες στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης	24
4.	Παρουσίαση εργαλείων και μεθόδων Επικοινωνίας, Προβολής και Δημοσιότητας του Έργου.....	27
4.1.	Ιστοσελίδα του έργου ACT SOCIAL.....	27
4.2.	Εταιρική Ταυτότητα του Έργου	29
4.3.	Υλικό Εκτύπωσης	30
4.4.	Ενημερωτικές Εκδηλώσεις	31
4.5.	Βελτιστοποίηση σε Διαδικτυακές Μηχανές Αναζήτησης	32
4.6.	Εστιασμένοι Σύνδεσμοι στο Διαδίκτυο	33
4.7.	Ενημερωτικά Δελτία και Δελτία Τύπου.....	34
4.8.	Έντυπα Φυλλάδια.....	36
4.9.	Διαδικτυακή Καμπάνια στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης	37
4.10.	Ραδιοφωνικό Σποτ.....	38
4.11.	Μακέτα καταχώρησης στο Διαδίκτυο.....	39
4.12.	Μακέτα καταχώρησης σε έντυπα ΜΜΕ	40
5.	Ανάπτυξη Οδικού Χάρτη Υλοποίησης της Επικοινωνιακής Στρατηγικής	41
5.1.	Εκτέλεση δράσεων διάδοσης αποτελεσμάτων.....	41
5.2.	Υποβολή Εκθέσεων Αναφοράς σχετικά με τις Δράσεις Διάδοσης	43
5.3.	Καθορισμός Ευθυνών.....	43
5.4.	Συλλογή και Επικαιροποίηση Πληροφοριών και Δεδομένων	44
5.5.	Στρατηγική Επικοινωνίας, Διάδοσης και Δημοσιότητας.....	44

5.6. Ενίσχυση συμμετοχής όλων των εταίρων – αύξηση της αφοσίωσης τους για την προβολή της επικοινωνίας του έργου	45
5.7. Ενίσχυση της Ικανότητας των Εταίρων να αναλαμβάνουν Πρωτοβουλίες	45
5.8. Κοινωνική Δικτύωση – Συνεργασία μεταξύ των εταίρων και των ενδιαφερόμενων φορέων.....	46
5.9. Διασφάλιση συμμετοχής σε σημαντικές εκδηλώσεις	46
5.10. Δημοσίευση Δελτίων Τύπου στο Διαδίκτυο	46
5.11. Αύξηση διαδικτυακής κίνησης στην Ιστοσελίδα του Έργου	47
5.12. Χρήση των Κατάλληλων Εργαλείων	47
5.13. Αναπροσαρμογή του Σχεδίου Επικοινωνίας και Διάδοσης ανάλογα με τις ανάγκες	50
5.14. Χρονοπρογραμματισμός ενεργειών επικοινωνίας	51
6. Συμπεράσματα	53
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι.....	54
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ.....	58

1. Εισαγωγή

1.1. Πεδίο Εφαρμογής του Έργου

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, οι κοινωνικές επιχειρήσεις αποτελούν κινητήρια δύναμη για την ανάπτυξη χωρίς αποκλεισμούς και διαδραματίζουν βασικό ρόλο στην αντιμετώπιση των σημερινών οικονομικών και περιβαλλοντικών προκλήσεων. Το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και η Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή έχουν αναγνωρίσει τις ιδιαιτερότητες των κοινωνικών επιχειρήσεων, τη δυναμική και την ικανότητά τους να διορθώνουν σημαντικές οικονομικές και κοινωνικές ανισορροπίες συμβάλλοντας στην επίτευξη ορισμένων στόχων γενικού συμφέροντος. Τα εθνικά στοιχεία δείχνουν ότι υπάρχουν 501 κοινωνικές επιχειρήσεις στις 4 επιλέξιμες βουλγαρικές περιοχές (απασχολούν άγνωστο αριθμό ατόμων) και 37 επιχειρήσεις στις ελληνικές επιλέξιμες περιφέρειες που απασχολούν πάνω από 350 άτομα. Η κοινωνική επιχειρηματικότητα έχει αποδειχθεί σε ευρωπαϊκό επίπεδο ότι μετριάξει τόσο τα εμπόδια στην είσοδο στην αγορά εργασίας, όσο και τα εμπόδια στην παροχή κοινωνικών υπηρεσιών σε ειδικές πληθυσμιακές ομάδες, προβλήματα που και τα δύο υπάρχουν στην περιοχή του επιλέξιμου προγράμματος. Δυστυχώς, οι πληροφορίες αυτές (π.χ. τύποι παρεχόμενων υπηρεσιών, ομάδες-στόχοι, αποτελεσματικότητα στην ελάφρυνση των εμποδίων κ.λπ.) είναι εξαιρετικά περιορισμένες όσον αφορά τις επιλέξιμες κοινωνικές επιχειρήσεις της περιοχής και πρέπει να αντιμετωπιστούν. Οι κοινωνικές επιχειρήσεις είναι οι κινητήριες δυνάμεις της αλλαγής, φέρνοντας καινοτόμες λύσεις στα κοινωνικά προβλήματα.

Η εφαρμογή επιχειρηματικών πρακτικών για την επίτευξη κοινωνικού συμφέροντος, βασίζονται σε αξίες αλληλεγγύης και ενδυνάμωσης και δημιουργούν ευκαιρίες για όσους βρίσκονται σε μειονεκτική θέση. Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες αποτελούν μια εξέχουσα θέση (από στατιστική άποψη). Τρέχουν επιχειρήσεις που δημιουργούν σημαντική κοινωνική αξία και το κάνουν με επιχειρηματικό και προσανατολισμένο στην αγορά τρόπο. Ο στόχος θα πραγματοποιηθεί κυρίως μέσω της ανάπτυξης δομών υποστήριξης και εργαλείων για τις

κοινωνικές επιχειρήσεις, που θα επικεντρωθούν στην εκπόνηση περιπτώσιολογικών μελετών στον τομέα του τουρισμού και των τροφίμων. Ο κύριος στόχος του έργου είναι να ανιχνεύσει και να προσδιορίσει τον κοινωνικό αντίκτυπο των κοινωνικών επιχειρήσεων που προσμετρώντας τον από τη σκοπιά της ενσωμάτωσης της απασχόλησης στη διασυνοριακή περιοχή και να αναπτύξει δομές υποστήριξης και εργαλεία που ενισχύουν την ικανότητα των κοινωνικών επιχειρήσεων στο πλαίσιο αυτό. Οι δομές υποστήριξης της κοινωνικής καινοτόμου επιχειρηματικότητας θα αναπτυχθούν με τη μορφή γραφείων εξυπηρέτησης πελατών. Οι δομές αυτές μαζί με τα παρεχόμενα εργαλεία θα σχεδιαστούν και θα αναπτυχθούν από κοινού στην Ελλάδα και στη Βουλγαρία και θα υλοποιήσουν ένα διασυνοριακό δίκτυο συνεργασίας και ανταλλαγών.

Οι δομές αυτές αποσκοπούν στην υλοποίηση δραστηριοτήτων κοινωνικής επιχειρηματικότητας όπως: συμβουλευτική υποστήριξη, εκπαίδευση και κατάρτιση, υπηρεσίες ανάπτυξης επιχειρήσεων, δικτύωση κοινωνικών επιχειρήσεων, δημοσιότητα και διάδοση της ιδέας της κοινωνικής επιχειρηματικότητας. Σε πολύ γενικές γραμμές, ο στόχος της μέτρησης του κοινωνικού αντικτύπου είναι να κατανοήσει, να διαχειριστεί και να βελτιώσει τη διαδικασία της δημιουργίας κοινωνικού αντικτύπου με στόχο τη μεγιστοποίηση ή τη βελτιστοποίησή του (σε σχέση με τους διαθέσιμους πόρους) για τις κοινωνικές επιχειρήσεις και τα ενδιαφερόμενα μέρη. Η ενσωμάτωση της μέτρησης του κοινωνικού αντικτύπου στην καθημερινή εργασία των κοινωνικών επιχειρήσεων και των χρηματοδοτών τους θα πρέπει πρώτα απ' όλα να στοχεύει στην ενεργοποίηση μιας πολιτιστικής μετατόπισης.

Οι δικαιούχοι και οι τελικοί χρήστες των αποτελεσμάτων του έργου θα είναι άνεργοι στη διασυνοριακή περιοχή, υφιστάμενες κοινωνικές επιχειρήσεις και ΜΚΟ, Δήμοι και τοπικοί φορείς που θα συμμετάσχουν ενεργά, ενώ οι υπηρεσίες σχεδιασμού και τα εργαλεία θα απευθύνονται άμεσα στις ανάγκες των πολιτών και ολόκληρης της διασυνοριακής περιοχής, ενώ το έργο θα συμβάλει:

- στην τοπική ανάπτυξη και την κοινωνική συνοχή,
- στη σύνδεση των οικονομικών δραστηριοτήτων με τις τοπικές ανάγκες,
- στη δημιουργία κοινωνικού κεφαλαίου, κοινωνικών υπηρεσιών γενικού συμφέροντος, κοινωνικής καινοτομίας
- στη διόρθωση των τριών μεγάλων ανισοροπιών στην αγορά εργασίας: ανεργία, αστάθεια της εργασίας, κοινωνικός αποκλεισμός και αποκλεισμός των ανέργων από την αγορά εργασίας.

2. Ανάλυση των Στόχων και του Περιεχομένου της Επικοινωνιακής Στρατηγικής

2.1. Πεδίο Εφαρμογής του Εγγράφου

Η επικοινωνία και διάδοση των αποτελεσμάτων του έργου καθώς και η πληροφόρηση για την ύπαρξη του εταιρικού σχήματος συμβάλλουν επίσης στη διαδικασία δικτύωσης με πιθανά ενδιαφερόμενα μέρη και φορείς. Ειδικοί στόχοι των δραστηριοτήτων προώθησης και διάδοσης είναι η προώθηση της ανταλλαγής γνώσεων, η ευαισθητοποίηση του κοινού και των ομάδων στόχου καθώς και η προώθηση της κατανόησης και της συμμετοχής του κοινού στις δραστηριότητες του έργου «ACT SOCIAL».

Αναμένεται ότι η εφαρμογή αυτού του Σχεδίου Επικοινωνίας και Διάδοσης Αποτελεσμάτων, σε συνδυασμό με τις δραστηριότητες των εταίρων, θα επιτύχει τη μέγιστη ευαισθητοποίηση σχετικά με τις δράσεις και τα αποτελέσματα του έργου. Αυτό το παραδοτέο περιλαμβάνει πληροφορίες σχετικά με:

- Την ταυτότητα του έργου
- Τις βασικές ομάδες-στόχου των αποτελεσμάτων του έργου και τους τελικούς χρήστες που προβλέπονται
- Τις δραστηριότητες διάδοσης

- Τον τρόπο με τον οποίο οργανώνονται οι προγραμματισμένες εκδηλώσεις (τόποι, ημερομηνίες, διάρκεια, αριθμός συμμετεχόντων, πηγές και γλώσσα επικοινωνίας)
- Το υλικό επικοινωνίας που πρόκειται να παραχθεί (π.χ. λίστα αλληλογραφίας, ηλεκτρονικό ενημερωτικό δελτίο, άρθρα σχετικά με συγκεκριμένα θέματα) για την προώθηση των αποτελεσμάτων του έργου
- Τις ευθύνες που επιμερίζονται σε κάθε εταίρο

Με άλλα λόγια, το συμφωνηθέν Σχέδιο Επικοινωνίας και Διάδοσης Αποτελεσμάτων θα καθορίσει "Τι σε ποιον", "Πώς", "Πότε" και "Πού" θα εφαρμοστούν οι δραστηριότητες διάδοσης.

2.2. Στόχοι του Σχεδίου Επικοινωνίας και Διάδοσης Αποτελεσμάτων

Το κλειδί τη επιτυχίας του έργου «ACT SOCIAL» είναι η υλοποίηση των παρακάτω στόχων επικοινωνίας:

- Να εμπλέξει, να παρακινήσει, να ενημερώσει και να εκπαιδεύσει επαγγελματίες από τις παρακάτω ομάδες- στόχους:
 - ο Επιχειρήσεις των κλάδων του Τουρισμού και Αγροδιατροφής
 - ο Φορείς Τουρισμού και Αγροδιατροφής καθώς και ενδιαφερόμενα μέρη
 - ο Εγγεγραμμένους Ανέργους
 - ο Τοπικές, Περιφερειακές και Εθνικές αρχές
 - ο Επιμελητήρια
 - ο Ευρωπαϊκές, Εθνικές και Τοπικές Ενώσεις (κοινωνικούς εταίρους)
- Να προσελκύσει, να ενημερώσει και να εμπλέξει εμπειρογνώμονες και ενδιαφερόμενους φορείς με τη χρήση πολλαπλών μέσων επικοινωνίας και δημοσιότητας

- Να αυξήσει τη γνώση και να φέρει σε επαφή επαγγελματίες υφιστάμενους και δυνητικούς από τις ομάδες στόχο προκειμένου να ενισχύσει την προβολή του έργου και την περαιτέρω διάδοση των αποτελεσμάτων.

Η διαχείριση των ενδιαφερόμενων φορέων και η επικοινωνία για το έργο «ACT SOCIAL» θα επικεντρωθεί στη μετάδοση του σωστού μηνύματος, στο σωστό κοινό, τη σωστή στιγμή χρησιμοποιώντας τις πιο κατάλληλες διαθέσιμες μεθόδους.

Ωστόσο, υπενθυμίζεται ότι η επικοινωνία και η δημοσιότητα δεν είναι μια στατική διαδικασία αλλά μια διαδικασία που θα πρέπει να ανταποκρίνεται σε κάθε περίπτωση και να ενσωματώνει τις αλλαγές του εξωτερικού περιβάλλοντος σε αποτελεσματικές τακτικές επικοινωνίας.

3. Ανάλυση των διαδικασιών επικοινωνίας και δημοσιότητας

3.1. Εισαγωγή

Η επικοινωνία των εργασιών όσων εμπλέκονται στο έργο, εσωτερικά και εξωτερικά, θα είναι το κλειδί στην επιτυχία του έργου και θα απαιτηθεί πραγματικό πνεύμα συνεργασίας για να διασφαλιστεί μια κοινή αντίληψη.

Είναι σημαντικό κάθε εμπλεκόμενος στο έργο να έχει επίγνωση της δράσης διάδοσης που λαμβάνει χώρα και της ευκαιρίας που έχει να επωφεληθεί από κάθε θετικό αποτέλεσμα και επίσης να είναι όσο το δυνατόν περισσότερο προετοιμασμένος για κάθε αρνητικό αντίκτυπο που μπορεί να δημιουργηθεί από το έργο.

3.2. Λίστα Ενδιαφερόμενων Φορέων

Αποτελεσματική επικοινωνία και διάδοση μπορεί να επιτύχει κανείς λαμβάνοντας υπόψη τα κύρια είδη κοινού στα οποία απευθύνεται και καθιστώντας τα μηνύματα και τις πληροφορίες σχετικά με αυτά.

Σε αυτή την ενότητα θα προσπαθήσουμε να εντοπίσουμε τις διαφορετικές ομάδες που έχουν ενδιαφέρον στην πρόσβαση σε αξιόπιστες υπηρεσίες και πληροφορίες αναφορικά με την κοινωνική οικονομία και την ανάπτυξη της, μέσα από τη δημιουργία κοινωνικών επιχειρήσεων στους κλάδους – στόχο, του Τουρισμού και της Αγροδιατροφής.

Η παροχή συγκεκριμένων μηνυμάτων σε στοχευμένες ομάδες ή η δημιουργία μηνυμάτων σχετικών με πολλές ομάδες ταυτόχρονα, μπορεί να αυξήσουν την αποτελεσματικότητα της επικοινωνίας και τη διάδοση.

Οι ομάδες των ενδιαφερόμενων φορέων που εντοπίζονται είναι οι παρακάτω:

Ομάδα ενδιαφερόμενων φορέων	Αρμοδιότητες ενδιαφερόμενων φορέων
Εταίροι έργου	Συγχρηματοδοτούν το έργο, υλοποιούν τις δράσεις του έργου, συντάσσουν τα παραδοτέα και είναι οι τελικοί υπεύθυνοι για την επιτυχία του έργου
Κοινή Γραμματεία	Οι Υπεύθυνοι Έργου είναι υπεύθυνοι για το έργο την χρηματοδότηση και την αξιολόγηση

<p><i>Κοινωνικοί Επιχειρηματίες/άνεργοι/ευάλωτες κοινωνικές ομάδες της Διασυνοριακής περιοχής</i></p>	<p>Έχουν μεγάλο ενδιαφέρον για τα εργαλεία, τη μεθοδολογία και την τεχνογνωσία αναφορικά με την κοινωνική οικονομία και επιχειρηματικότητα.</p>
<p><i>Τοπικές επιχειρήσεις (ιδιαίτερα ΜΜΕ), των κλάδων του Τουρισμού και της Αγροδιατροφής</i></p>	<p>Έχουν μεγάλο ενδιαφέρον για τα εργαλεία, τη μεθοδολογία και την τεχνογνωσία αναφορικά με την κοινωνική οικονομία και επιχειρηματικότητα.</p>
<p><i>Τοπικά Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης</i></p>	<p>Κύριο ενδιαφέρον για ενέργειες που βοηθούν στη διαμόρφωση απόψεων και επηρεάζουν την επιχειρηματική κοινωνία που ενδιαφέρεται για την κοινωνική οικονομία.</p> <p>Στοχευμένες δημοσιεύσεις με ενδιαφέρον στην προώθηση των δράσεων του έργου</p>
<p><i>Τοπικοί φορείς και ενδιαφερόμενα μέρη και από τις 2 χώρες</i></p>	<p>Πολίτες, οργανισμοί, ινστιτούτα, τοπικές και περιφερειακές αρχές, επιμελητήρια, ακαδημαϊκοί, κλπ από τις δύο συμμετέχουσες χώρες που θα ενθαρρυνθούν να συμμετάσχουν σε εκδηλώσεις και δράσεις του έργου καθώς και να αναλάβουν την προώθηση των καλών πρακτικών αυτού</p>

Ο εντοπισμός στοχευμένων ενδιαφερόμενων φορέων αποτελεί κύριο στοιχείο της στρατηγικής διάδοσης και προώθησης του έργου «ACT SOCIAL», καθώς επιτρέπει την μεγιστοποίηση της προβολής και της έκθεσης του έργου και των αποτελεσμάτων αυτού.

3.3. Καλή Πρακτική Επικοινωνίας και Διάδοσης

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2004)¹, για τη διασφάλιση μιας επιτυχημένης στρατηγικής επικοινωνίας και διάδοσης, θα πρέπει να λάβουν χώρα οι παρακάτω ενέργειες:

- Καθορισμός του μηνύματος

¹ European Commission, “European Research – A Guide to Successful Communications”, European Communities, 2004

- Στόχευση του κοινού
- Επιλογή εργαλείων
- Σχεδιασμός του προγράμματος

Αυτά τα τέσσερα (4) στοιχεία εξετάζονται στο πλαίσιο του έργου.

3.4. Καθορισμός του Μηνύματος

Όπως προτείνεται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2004), κατά τη διαδικασία καθορισμού του μηνύματος είναι σημαντικό να:

- Παρουσιαστεί η σημαντικότητα του μηνύματος για την αύξηση της αξίας του και την ενίσχυση του ενδιαφέροντος του αποδέκτη αυτού
- Περιοριστεί η απαιτούμενη προσπάθεια από τη μεριά του αποδέκτη για να κατανοήσει και να αποδεχτεί το μήνυμα

Επιπρόσθετα, σύμφωνα με τη βιβλιογραφία (π.χ. Communication Canada, “Successful Communication Tool Kit – Literacy and You”, Communication Canada, May, 2003), οι προσκλήσεις για επικοινωνία μπορούν να απευθύνονται κατάλληλα κάνοντας χρήση των παρακάτω τεχνικών:

- **Να είναι σχετικές** - Υιοθετώντας την οπτική πλευρά του αποδέκτη και λαμβάνοντας υπόψη την ικανότητα του/ της να καταλάβει
- **Να είναι κατανοητές** - Διατυπώνοντας και οργανώνοντας την πληροφορία με καθαρό και απλό τρόπο
- **Να είναι πειστικές** - Κατευθύνοντας την επικοινωνία σε δράση και σε συγκεκριμένα αποτελέσματα

Τα αποτελέσματα από κατάλληλα πλαισιωμένα μηνύματα είναι ζωτικής σημασίας για την αποτελεσματικότητα της επικοινωνιακής στρατηγικής, καθώς μπορούν να βοηθήσουν με τους παρακάτω τρόπους:

- Εγείροντας την προσοχή εθνικών κυβερνήσεων, περιφερειακών αρχών και άλλων ιδιοχρηματοδοτούμενων πηγών στις ανάγκες και στα τελικά οφέλη του έργου
- Προσελκύοντας το ενδιαφέρον δυνητικών εταίρων ή/ και ανταποκριτών
- Ενθαρρύνοντας ταλαντούχους επαγγελματίες, επιχειρηματίες και επιστήμονες να συμμετάσχουν σε οργανισμούς εταίρους
- Ενισχύοντας τη φήμη των συμμετεχόντων σε τοπικό, εθνικό και διασυνοριακό επίπεδο

3.5. Στόχευση του Κοινού

Όπως αναφέρθηκε στην προηγούμενη ενότητα, υπάρχουν έξι διαφορετικές κατηγορίες ομάδες στόχου στις οποίες χρειάζεται να απευθυνθούμε. Τα μηνύματα θα πρέπει να είναι σχετικά με κάθε ενδιαφερόμενο ειδικότερα ή με περισσότερες από μια κατηγορίες ενδιαφερομένων, εφόσον είναι απαραίτητο να απευθυνθούμε σε πολλές κατηγορίες ταυτόχρονα.

Μέσα στους επόμενους μήνες, θα δημιουργηθεί το γενικό ενημερωτικό φυλλάδιο του έργου το οποίο θα καλύπτει σχεδόν όλα τα είδη κοινού. Η ιστοσελίδα θα κατασκευαστεί έτσι ώστε να είναι προσβάσιμη σε όλους και να παρέχει ολοκληρωμένες πληροφορίες με τρόπο ελκυστικό και φιλικό προς το χρήστη. Κατά την πρόοδο του έργου και καθώς θα παρουσιάζονται τα αποτελέσματα του, θα παράγεται σχετικό υλικό προκειμένου να γίνει στόχευση σε συγκεκριμένες ομάδες κοινού που εντοπίστηκαν στο κεφάλαιο 3 του παρόντος.

3.6. Επιλογή Εργαλείων

Όλοι οι εταίροι του έργου θα πρέπει να προσπαθήσουν προκειμένου να διαδοθούν τα αποτελέσματα αυτού στο ευρύ κοινό καθώς και στους ενδιαφερόμενους φορείς. Οι εν λόγω προσπάθειες μπορεί να περιλαμβάνουν εργαλεία όπως περιοδικά, εφημερίδες, ραδιόφωνο, το διαδίκτυο αλλά και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

Όπως θα αναλυθεί στην παρακάτω ενότητα, είναι στρατηγικά σημαντικό το έργο «ACT SOCIAL» να έχει ενεργούς εταίρους στις τοπικές και εθνικές κοινωνίες τους, προκειμένου να επιτευχθεί η ευαισθητοποίηση του κοινού και τα αποτελέσματά του.

Αυτό σημαίνει ότι όλες οι τοπικές ενέργειες προώθησης, θα περιλαμβάνουν μέσα όπως εφημερίδες, ενημερωτικά φυλλάδια, θεματικά εργαστήρια, ανεπίσημες συναντήσεις με ενδιαφερόμενους φορείς και επίσης θα γίνεται συνεχής αποστολή μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου κατά τη διάρκεια του έργου. Στις παρακάτω υποενότητες θα διερευνηθούν τα εργαλεία επικοινωνίας που μπορούν να χρησιμοποιηθούν.

3.6.1 Δελτία Τύπου

Τα δελτία τύπου χρησιμοποιούνται για την ενεργή μετάδοση πληροφοριών στα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας και από εκεί στο ευρύτερο κοινό, από το οποίο επιλέγονται τα στοιχεία που θεωρούνται σημαντικότερα για αυτό.

Τα δελτία τύπου θα πρέπει να έχουν τους παρακάτω στόχους:

- Να ξεχωρίζουν από τα πολλά που ανταγωνίζονται της προσοχής των δημοσιογράφων
- Να ενθαρρύνουν την αναπαραγωγή τους με ελάχιστες ή καθόλου αλλαγές
- Να καθιστούν την επεξεργασία τους όσο το δυνατόν ευκολότερη

Τα δελτία τύπου αποτελούν ένα πολύ σημαντικό εργαλείο το οποίο μπορεί να χρησιμοποιηθεί καθ' όλη τη διάρκεια ενός έργου. Μια προσέγγιση η οποία έχει αποδειχθεί ότι είναι επιτυχημένη κατά τη χρήση δελτίων τύπου, είναι η ταυτόχρονη έκδοση δελτίων από τους εταίρους στις χώρες τους, δίνοντας στους δημοσιογράφους τοπικά σημεία επικοινωνίας προκειμένου να συνεχίσουν τη μετάδοση του δελτίου στη δική τους γλώσσα (European Commission, 2004). Τα δελτία τύπου δύνανται να δημοσιεύονται σε εξειδικευμένα «πόρταλ» ή σε επιστημονικά περιοδικά.

Λαμβάνοντας υπόψη την τεχνολογική ανάπτυξη, τα επιτυχημένα δελτία τύπου θα πρέπει να ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις των σημερινού κοινού και στον τρόπο που καταναλώνει την πληροφορία ²:

- **Να είναι ευπροσάρμοστα.** Τα επιτυχημένα μηνύματα δημιουργούνται έτσι ώστε να είναι συμβατά σε διάφορες μορφές. Διαθέτουν σύντομους και αληθοφανείς τίτλους και στοιχεία φιλικά προς τις διαδικτυακές μηχανές αναζήτησης (π.χ. λέξεις- κλειδιά, links, κλπ).
- **Να είναι εξατομικευμένα.** Το κοινό στόχος δεν είναι πάντα συγκεντρωμένο σε ένα μέρος και συνεπώς τα δελτία τύπου και τα άλλα μέσα επικοινωνίας δεν πρέπει να απευθύνονται μονομερώς. Ένα μέρος του περιεχομένου θα πρέπει να προκύπτει από ένα άλλο όπως ακριβώς ένα δικτυακό σεμινάριο μετατρέπεται σε μια σειρά από δημοσιεύσεις σε ένα «μπλογκ», σε ένα «podcast» ή ένα βίντεο, σε μια παρουσίαση του «PowerPoint» ή σε ένα έγγραφο «PDF», σε ένα «infographic» - και τα οποία μοιράζονται αναλόγως. Ομοίως, ένα απλό δελτίο τύπου μπορεί με παρόμοιο τρόπο να εξατομικευτεί. Για παράδειγμα, όπως θα περιγράφει στις επόμενες ενότητες, τα βασικά σημεία ενός δελτίου τύπου μπορούν να μεταδοθούν σύντομα, ενώ συνοδευτικό πολυμεσικό υλικό μπορεί να «ανέβει» διαδικτυακά σε «YouTube», «Flickr», «Tumblr», «SlideShare», και σε άλλες αντίστοιχες ιστοσελίδες.
- **Να είναι χρήσιμα.** Το περιεχόμενο των δελτίων τύπου χρειάζεται να ενδιαφέρει, να ενημερώνει ή να διασκεδάζει το κοινό. Κατά τη διαδικασία καθορισμού του τρόπου επικοινωνίας με το κοινό στόχο και των μέσων επικοινωνίας που θα χρησιμοποιηθούν θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη τα παρακάτω θέματα: τα αναμενόμενα αποτελέσματα, οι ενέργειες που θα επιδιωχθούν και που βρίσκεται το κοινό στόχος.

2 Three Characteristics of Successful Modern-Day Press Releases, The Hubspot Blog. Available online at: <http://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/27623/3-Characteristics-of-Successful-Modern-Day-Press-Releases.aspx#ixzz1zjBvrfEV>

3.6.2 Ιστοσελίδα του Έργου

Η ιστοσελίδα θα πρέπει να μπορεί να απευθύνεται σε όλους τους ενδιαφερόμενους φορείς του έργου κάνοντας χρήση διαφορετικών διαδικτυακών μέσων, όπου αυτό είναι δυνατό. Η ιστοσελίδα είναι ιδιαίτερα σημαντική για την προώθηση του έργου καθώς και για τη δημοσίευση των αποτελεσμάτων και του υλικού διάδοσης αυτών. Η τεχνολογία των μηχανών αναζήτησης καθιστά δυνατή τη αναζήτηση και προβολή των δημοσιευμένων πληροφοριών με μερικά «κλικ» του ποντικιού.

Επίσης, μπορεί να χρησιμοποιηθεί μία εξωτερική ιστοσελίδα για να παρέχει διάφορες πληροφορίες στο κοινό και μια εσωτερική ιστοσελίδα αποκλειστικά για τη βελτίωση της επικοινωνίας μεταξύ των εταιρών. Η ιστοσελίδα θα πρέπει να ενημερώνεται τακτικά προκειμένου να προσελκύει συχνούς χρήστες που την επισκέπτονται για να ενημερωθούν για ότι νεότερο σε αυτή. Επιπλέον, είναι απαραίτητο να υπάρχει διαθέσιμο προς «κατέβασμα» υλικό βιβλιογραφίας και λοιπών εκδόσεων που αποτελούν προϊόντα του έργου. Η ιστοσελίδα θα πρέπει να προωθηθεί σε μεγάλο βαθμό σε όλα τα έντυπα και τα δελτία τύπου του έργου.

3.6.3 Μπάνερ

Η δημιουργία ενός μπάνερ αποτελεί καλή πρακτική στο πλαίσιο της σύνδεσης της ιστοσελίδας ενός έργου. Το μπάνερ θα πρέπει να είναι ενδιαφέρον και ευχάριστο προκειμένου να προσελκύει το ενδιαφέρον του επισκέπτη της ιστοσελίδας. Επιπλέον, θα πρέπει να μπορεί να «κατεβαίνει» από τους διαχειριστές της ιστοσελίδας προκειμένου να συνδέσουν την ιστοσελίδα του έργου με τη δική τους ιστοσελίδα. Πιο συγκεκριμένα, ένας σύνδεσμος της ιστοσελίδας θα τοποθετείται στο μπάνερ έτσι ώστε όταν κάποιος κάνει «κλικ» σε αυτό, να μεταφέρεται στην ιστοσελίδα του έργου, σε ένα νέο παράθυρο.

3.6.4 Ειδοποιήσεις RSS

Ο όρος «RSS» προκύπτει από την ορολογία «Really Simple Syndication». Η συγκεκριμένη τεχνολογία χρησιμοποιεί το τύπο σύνταξης πληροφοριών «XML» και επιτρέπει στο χρήστη να γίνει συνδρομητής σε ιστοσελίδες και να παρέχει ειδοποιήσεις «RSS». Οι ειδοποιήσεις

παρέχονται τυπικά στο περιεχόμενο της ιστοσελίδας το οποίο αλλάζει ή ενημερώνεται τακτικά. Επίσης σημειώνεται ότι οι ειδοποιήσεις «RSS» χρησιμοποιούνται ευρέως από ιστοσελίδες τύπου «μπλογκ».

Για να έχει κάποιος τη δυνατότητα να γίνει συνδρομητής και να μπορεί να διαβάζει τις εν λόγω ειδοποιήσεις θα πρέπει να έχει συγκεκριμένο πρόγραμμα ανάγνωσης (το οποίο συχνά αποκαλείται «news aggregator»).

Τα προγράμματα αυτά μπορούν να ελέγχουν τις ειδοποιήσεις στις οποίες ο χρήστης είναι συνδρομητής και να παρουσιάζουν τις ενημερώσεις των ιστοσελίδων τους σε μορφή σύνοψης, επιτρέποντας στο χρήστη να χρησιμοποιήσει συνδέσμους για να διαβάσει περισσότερα σχετικά με ένα θέμα στην ειδοποίηση. Τα προγράμματα συλλογής ειδοποιήσεων «RSS» είναι διαθέσιμα για διάφορα λειτουργικά συστήματα. Παραδείγματα ιστοσελίδων που διαθέτουν τέτοιου είδους ειδοποιήσεις είναι οι «Drudge Report.com» και η «Huffington Post.com».

Ακόμη, υπάρχουν ιστοσελίδες όπως η «Google News», η «DecaPost» and η «World News Network», όπου η ανάγνωση ειδοποιήσεων γίνεται εντελώς αυτόματα με χρήση αλγορίθμων οι οποίοι διενεργούν ανάλυση κειμένου και ομαδοποιούν όμοια θεματολογία. Οι εφαρμογές ανάγνωσης των πελατών είναι τυπικά κατασκευασμένες ως αυτόνομα προγράμματα ή ως επεκτάσεις σε υπάρχοντα προγράμματα όπως είναι τα προγράμματα περιήγησης διαδικτύου. Σημειώνεται ότι αρκετά προγράμματα περιήγησης διαδικτύου διαθέτουν ολοκληρωμένη υποστήριξη για ειδοποιήσεις «RSS». Δεδομένου ότι τα κυρία Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης προσπαθούν να αξιοποιήσουν πλήρως τις δυνατότητες των ειδοποιήσεων «RSS», τα ειδησεογραφικά μέσα πλέον αξιοποιούν τις «RSS», παρακάμπτοντας τις παραδοσιακές πηγές ειδήσεων. Οι καταναλωτές και οι δημοσιογράφοι είναι πλέον σε θέση να τροφοδοτούνται συνεχώς με νέα αντί να ψάχνουν για αυτά.

3.6.5 Blogging

Το «μπλογκ» (blog) είναι ένας τύπος ιστοσελίδας, όπου γίνονται εγγραφές (όπως σε ένα περιοδικό ή ημερολόγιο), οι οποίες εμφανίζονται με μια αντίστροφη χρονολογική σειρά. Τα «μπλογκς» συχνά περιλαμβάνουν σχολιασμούς ή ειδήσεις και πληροφορίες για ένα συγκεκριμένο θέμα. Ένα τυπικό «μπλογκ» συνδυάζει κείμενο, εικόνες, και συνδέσμους προς άλλα «μπλογκς», ιστοσελίδες και άλλα μέσα ενημέρωσης που σχετίζονται με το θέμα του. Αξίζει να αναφερθεί ότι, η δυναμική των «μπλογκς» δημιουργεί επίσης αλλαγές στη δημοσιογραφία και στον εκδοτικό κλάδο παγκοσμίως.

Τα «μπλογκς» αποτελούν ευκαιρία για τα έργα για καλύτερη επικοινωνία με το κοινό τους, είτε άμεσα (μέσω των εταίρων) ή έμμεσα (μέσω σύνδεσης με «μπλογκς» τρίτων). Τα «μπλογκς» μπορούν επίσης να βοηθήσουν στη διασύνδεση των ενδιαφερόμενων φορέων του έργου. Ειδικότερα, η διαδικασία του «μπλόγκινγκ» θεωρείται ως το άνοιγμα ενός διαλόγου με τους ενδιαφερόμενους φορείς, το οποίο για τους περισσότερους αποτελεί και το κύριο όφελος.

3.6.6 Φυλλάδιο

Ένα φυλλάδιο μπορεί να λειτουργήσει ως μια επίσημη πρόσκληση για παρουσίαση σε αναγνώστες με επιρροή – Ευρωπαϊκές, εθνικές και τοπικές αρχές, δυνητικούς εταίρους, εκπροσώπους των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης και ούτω καθεξής (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2004).

Το φυλλάδιο που παράγεται νωρίς κατά τη διάρκεια ζωής ενός έργου, παρέχει μια επισκόπηση της εταιρικής σύμπραξης του έργου, αναδεικνύει τα δυνατά σημεία του δικτύου και εξετάζει το υπόβαθρο και την τεχνολογική/ επιστημονική αιτιολογία ανάληψης μιας πρωτοβουλίας. Επίσης, αιτιολογεί τα αποτελέσματα και τις προβλέψεις για τα μακροπρόθεσμα οφέλη. Λαμβάνοντας υπόψη ότι η εν λόγω ενέργεια προβολής είναι δαπανηρή, το περιεχόμενο του φυλλαδίου θα πρέπει να σχεδιάζεται με τέτοιο τρόπο έτσι ώστε να παρέχει μακροβιότητα.

3.6.7 Αφίσα

Η πιο κοινή χρήση της αφίσας είναι να περιγράψει επιμέρους σκέλη της έρευνας σε συνέδρια, θεματικά εργαστήρια και συναντήσεις. Γενικά, οι αφίσες μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να παρουσιάσουν ολοκληρωμένα έργα και δίκτυα φορέων στον ευρύτερο κοινό. Οι αφίσες αυτές μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε εκθέσεις και δημόσιες συνεδριάσεις. Ο στόχος είναι να παρέχουν μια ενδιαφέρουσα παρουσίαση και ένα σύνδεσμο ή λεπτομέρειες σχετικά με την ιστοσελίδα παρέχοντας πρόσβαση σε περαιτέρω πληροφορίες σχετικά με το έργο.

3.6.8 Ενημερωτικό Δελτίο

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2004), ένα περιοδικό ενημερωτικό δελτίο προσφέρει τα μέσα για την παρουσίαση των εξελίξεων κατά τη διάρκεια υλοποίησης ενός έργου. Μπορεί να περιέχει κατάλληλα τροποποιημένες εκδόσεις των δελτίων τύπου, ανακοινώσεις της προόδου των μεμονωμένων εταιρών ή των συνεργατών της ομάδας έργου, αναφορές συνεδρίων και συναντήσεων, ειδήσεις σημαντικών επιτευγμάτων, ατομικές ανακοινώσεις και τέλος πληροφορίες σχετικά με τις προσεχείς εκδηλώσεις.

Ένα ενημερωτικό δελτίο μπορεί να κυκλοφορήσει τέσσερις έως έξι φορές το χρόνο, ή σε ορισμένες περιπτώσεις, μία φορά το χρόνο. Το εργαλείο αυτό θα ληφθεί υπόψη σε μεταγενέστερο στάδιο του έργου, κατά το οποίο οι ενδιαφερόμενοι φορείς εξετάζονται διεξοδικότερα και συγκεντρώνονται οι ηλεκτρονικές διευθύνσεις τους.

3.6.9 Δημοσιεύσεις σε CDs και USBs

Οι δημοσιεύσεις σε CD και USB έχουν τη δυνατότητα να συνδυάσουν ομιλίες και ακολουθίες βίντεο, καθώς και παρουσιάσεις PowerPoint. Μπορούν να περιλαμβάνουν γραπτά κείμενα και διάφορα έντυπα. Πλεονεκτήματα αυτού του εργαλείου είναι ότι αναπαράγονται με μικρό κόστος και ότι μπορούν να συμπεριληφθούν σε εργαλεία δημοσιότητας για να παρέχουν

πολύτιμες πληροφορίες στους δημοσιογράφους που θέλουν να υποβάλλουν αναφορές σχετικά με το έργο.

3.6.10 Εργαλεία δημοσιότητας

Τα εργαλεία δημοσιότητας είναι ολοκληρωμένες συλλογές υλικού που ετοιμάζεται για τους δημοσιογράφους. Τα εν λόγω εργαλεία περιλαμβάνουν τα δελτία τύπου που καλύπτουν τα κύρια μηνύματα που έχουν κοινοποιηθεί και μπορεί να περιέχουν σχετικές δημοσιεύσεις, φυλλάδια, ακόμα και δημοσιεύσεις σε CD και USB. Επιπλέον, στα εργαλεία δημοσιότητας περιλαμβάνονται συνήθως τα βιογραφικά σημειώματα των σχετιζόμενων στελεχών καθώς στοιχεία επικοινωνίας για δημοσιογραφική ανταπόκριση.

3.6.11 Απευθείας Αποστολή Ηλεκτρονικών Μηνυμάτων

Η απευθείας αποστολή ηλεκτρονικών μηνυμάτων σε ενδιαφερόμενα μέρη μπορεί να χρησιμοποιηθεί κατά τη διάρκεια οργάνωσης πολύ σημαντικών γεγονότων από τους εταίρους του έργου.

Η άμεση επαφή με σημαντικούς ενδιαφερόμενους φορείς μπορεί να βοηθήσει στην διατήρηση της επαφής με τους ανθρώπους-κλειδιά σε ευρωπαϊκό, εθνικό, περιφερειακό ή τοπικό επίπεδο. Ωστόσο, η χρήση αυτού του εργαλείου πολύ συχνά μπορεί να έχει το αντίθετο αποτέλεσμα και οι ενδιαφερόμενοι φορείς να θεωρήσουν τα μηνύματα από ένα έργο ως «σπαμ». Το εργαλείο αυτό πρέπει να χρησιμοποιείται με σύνεση και με συγκεκριμένη σκοπιμότητα.

3.6.12 Εκδηλώσεις

Η διοργάνωση εκδηλώσεων στο πλαίσιο ενός έργου είναι πολύ σημαντική δράση καθώς μπορεί να προσελκύσει την προσοχή σε ένα έργο. Μπορούν να εισαχθούν είτε ως Εκδηλώσεις Έναρξης/Λήξης του έργου είτε ως μεμονωμένες εκδηλώσεις αναφοράς. Ωστόσο,

θα πρέπει να σημειωθεί ότι η διοργάνωση των εκδηλώσεων αποτελεί ενέργεια δαπανηρή τόσο από άποψη προϋπολογισμού όσο και από άποψη χρόνου. Για το λόγο αυτό, θα πρέπει να γίνει σωστή οργάνωση και μελέτη αυτών πριν τη δέσμευση του προϋπολογισμού ή/ και του χρόνου του έργου σε αυτά.

Το έργο «ACT SOCIAL» προβλέπει τη διοργάνωση εκδηλώσεων έναρξης και λήξης του έργου στην Ελλάδα και τη Βουλγαρία, προκειμένου να προσελκύσει τη προσοχή όλων των ενδιαφερόμενων φορέων και να διαδώσει σε ευρεία κλίμακα τα αποτελέσματα του έργου. Επιπλέον προβλέπεται η διοργάνωση εκδηλώσεων στην Ελλάδα και τη Βουλγαρία με σκοπό την παρουσίαση, την πιλοτική εφαρμογή και τη διάδοση της ηλεκτρονικής πλατφόρμας που θα αναπτυχθεί στο πλαίσιο του έργου ως ένα λειτουργικό εργαλείο που θα μπορεί να χρησιμοποιηθεί από ανθρώπους των απομακρυσμένων περιοχών που δεν θα μπορούν να έχουν πρόσβαση στις Δομές που θα αναπτυχθούν.

3.6.13 Προσκεκλημένοι Ομιλητές

Σε πολλές περιπτώσεις, καλούνται οι ομιλητές να παρουσιάσουν τις εργασίες ενός έργου ή να εκφωνήσουν μια σημαντική ομιλία σχετικά με το θέμα της έρευνας με την οποία συνδέονται. Το γεγονός αυτό αποτελεί μια εξαιρετική ευκαιρία για την προώθηση ενός έργου και των στόχων αυτού, καθώς και για τη διάδοση της πληροφορίας για την ανάπτυξη μελλοντικών συνεργασιών.

3.6.14 Παρουσιάσεις του Έργου

Οι παρουσιάσεις του έργου σε εθνικά και διεθνή συνέδρια καθώς και σε άλλες εκδηλώσεις διάδοσης είναι απαραίτητα για την αύξηση της ευαισθητοποίησης των ενδιαφερόμενων φορέων για το έργο. Μια παρουσίαση σε PowerPoint ή ένα βίντεο μπορεί να παρουσιαστεί στο κοινό προκειμένου να προσελκύσει το ενδιαφέρον για το έργο και τα αποτελέσματα αυτού.

3.6.15 Καμπάνιες στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Το μάρκετινγκ μέσω κοινωνικών δικτύων είναι η διαδικασία κατά την οποία μέσω της χρήσης διάφορων κοινωνικών δικτύων (όπως Facebook, Twitter, Google+, Instagram, Tumblr κλπ) θα λαμβάνει χώρα η προώθηση των δραστηριοτήτων και των στόχων του έργου «ACT SOCIAL».

Λαμβάνοντας υπόψη ότι η «κίνηση» χρηστών στις ιστοσελίδες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης είναι συνήθως στοχευμένη, η πιθανότητα προσέλκυσης της προσοχής σε ένα έργο είναι γενικότερα μεγαλύτερη από ότι με τη χρήση ενός απλού ερωτήματος σε μια μηχανή αναζήτησης.

Ένα άλλο σημαντικό όφελος από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ότι η χρήση αυτών είναι εντελώς δωρεάν ή έχει σχετικά χαμηλότερο κόστος, σε σχέση με άλλες μορφές δημιουργίας «κίνησης» χρηστών.

Ωστόσο, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης απαιτούν ενεργητική συμμετοχή, τόσο από άποψη ενημέρωσης σχετικά με όλες τις τελευταίες τάσεις, όσο και από άποψη διατήρησης των εν εξελίξει σχέσεων με τις ομάδες-στόχους του προγράμματος και τους ενδιαφερόμενους φορείς. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προσκαλούν μια αμφίδρομη συνομιλία μεταξύ εκείνου που δημοσιεύει την πληροφορία και του αναγνώστη. Αν στο πλαίσιο υλοποίησης του παρόντος έργου αγνοείται το δεύτερο μέρος της εξίσωσης, τότε η συγκεκριμένη προσπάθεια μάρκετινγκ είναι πολύ πιθανό καταδικασμένη για να αποτύχει.

Για την υλοποίηση μιας επιτυχημένης εκστρατείας μάρκετινγκ μέσω των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στο πλαίσιο του έργου, θα πρέπει να επανεξεταστεί ο ακόλουθος κατάλογος των χαρακτηριστικών που καθορίζουν μια επιτυχημένη εκστρατεία, όπως προτείνεται από το περιοδικό Forbes:

1. Προσδιορισμός των αναγκών του κοινού-στόχου: Τι θέλει το κοινό-στόχος; Ποιες είναι οι ανάγκες του αναφορικά με τις δραστηριότητες του έργου; Οι εκδηλώσεις του έργου, η άμεση επικοινωνία με το κοινό και οι θεωρητικές μελέτες που θα εκπονηθούν θα εντοπίσουν τις συγκεκριμένες ανάγκες της κάθε ομάδας-στόχου ή των ενδιαφερομένων

φορέων. Έπειτα, οι προωθητικές ενέργειες θα αναπτυχθούν γύρω από τις συγκεκριμένες ανάγκες.

2. Τακτική παρουσία στο διαδίκτυο με ενημερώσεις. Είναι σημαντικό οι εταίροι του έργου να δημοσιεύουν, τακτικά χρήσιμες και διασκεδαστικές ενημερώσεις για να έχουν ενεργή παρουσία στο διαδίκτυο και αυξημένο ενδιαφέρον από όλες τις ομάδες-στόχο. Όσο πιο συχνά οι υπεύθυνοι του έργου μοιράζονται ενδιαφέρον και ενημερωτικό περιεχόμενο με τους «υποστηρικτές» και τους «οπαδούς» τους, τόσο πιο συχνά το έργο θα λαμβάνει της προσοχής τους. Αν και μπορεί να φανεί αντιπαραγωγικό οι υπεύθυνοι του έργου να ξοδεύουν το χρόνο τους για να βρουν και να δημοσιεύσουν ένα άρθρο ή μια δημοσίευση ενός «μπλογκ» σχετικό με τις επιθυμίες των ομάδων - στόχου του έργου και των «οπαδών» αυτού, η ενέργεια αυτή ενισχύει την αξιοπιστία και το κύρος στα μάτια των αναγνωστών των δημοσιεύσεων.

3. Δημιουργία σχέσεων με τις ομάδες-στόχους και τους ενδιαφερόμενους φορείς. Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, η δημιουργία σχέσεων με τις ομάδες-στόχο και τους ενδιαφερόμενους φορείς είναι ένα από τα σημαντικότερα μέρη του μάρκετινγκ των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Οι σχέσεις αυτές μπορεί να δημιουργηθούν δημοσιεύοντας ενημερώσεις που οι χρήστες πραγματικά θέλουν να διαβάσουν και όχι από μια ατέρμονη ροή ενημερώσεων, χωρίς συνάφεια και ενδιαφέρον. Οι δημοσιεύσεις των υπευθύνων του έργου θα πρέπει να χρησιμοποιούνται για να ενημερώσουν, να διασκεδάσουν και να ανταποκριθούν στις ανάγκες των ομάδων- στόχου. Ένα υψίστης σημασίας στοιχείο για την επιτυχία της εκστρατείας προώθησης αποτελεί η δημιουργία μια αμφίδρομης συζήτησης με τις ομάδες - στόχο, μέσω των πεδίων σχολίων και μηνυμάτων που οι περισσότερες ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης περιλαμβάνουν. Αυτές οι σχέσεις δημιουργούν αξιοπιστία και βοηθούν στη διατήρηση του έργου στο μυαλό του αποδέκτη.

4. Αποφυγή της παγίδας εκτενούς αναδημοσίευσης (τύπου «viral»). Η εκτενής αναδημοσίευση περιεχομένου (τύπου «viral») είναι η δημοσίευση ή η πληροφορία που κάποιος δημιούργησε και μοιράστηκε με εκατοντάδες, αν όχι με χιλιάδες χρήστες, στο

διαδίκτυο. Αυτή η δημοσίευση συχνά μπορεί να βρεθεί αναδημοσιευμένη σε πολλές διαφορετικές ιστοσελίδες. Μερικές από αυτές τις δημοσιεύσεις μπορεί να εμφανιστούν ακόμη και στις ειδήσεις της τηλεόρασης και είναι περισσότερο από πιθανό να αναπαράγουν πολλές αναδημοσιεύσεις κωμικού περιεχομένου. Μια εκτενής αναδημοσίευση περιεχομένου μπορεί να αποδειχθεί χρυσορυχείο για τη δημιουργία ενός πόστερ, πάρα το γεγονός ότι είχε μικρή διάρκεια ζωής. Ωστόσο, είναι πολύ δύσκολο να καθορίσει κάποιος αν κάτι πρόκειται να αποτελέσει προϊόν εκτενούς αναδημοσίευσης. Εκατομμύρια δολαρίων και ευρώ έχουν δαπανηθεί από επιχειρήσεις στην προσπάθεια τους να δημιουργήσουν κάτι το οποίο θα αποτελέσει προϊόν εκτενούς αναδημοσίευσης. Ενενήντα εννέα στις εκατό φορές, το αποτέλεσμα του δημοσιευμένου περιεχομένου αγνοείται εντελώς.

5. Διατήρηση ενός συνεπούς μηνύματος. Κατά τη δημοσίευση πληροφοριών σε πολλές διαφορετικές διαδικτυακές τοποθεσίες, είναι εύκολο το μήνυμα που ο αποστολέας προσπαθεί να μεταφέρει να αλλοιωθεί, καθώς προσπαθεί να το προσαρμόσει στα μέτρα διαφορετικών μέσων μαζικής ενημέρωσης και ειδών κοινού. Για παράδειγμα το ύφος ή η κωδικοποίηση του μηνύματος για το Facebook δεν θα λειτουργήσει για το Reddit ή το Twitter. Είναι λοιπόν σημαντικό για τον αποστολέα του μηνύματος να γνωρίζει ότι η επιτυχημένη επικοινωνία με κοινότητες του διαδικτύου απαιτεί ειδική «γλώσσα».

6. Συμμετοχή στη διαδικτυακή κοινότητα. Όπως προαναφέρθηκε, οι ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης είναι συχνά κοινότητες με ισχυρούς δεσμούς. Οι χρήστες αυτών των ιστοσελίδων μπορούν πολύ εύκολα να εντοπίσουν τους διαφημιστές, συνήθως επειδή οι τελευταίοι δεν κάνουν τίποτα περισσότερο στην ιστοσελίδα από το να δημοσιεύουν πληροφορίες για διάφορα προϊόντα. Συνακόλουθα, για να κερδίσει κάποιος την εμπιστοσύνη των κοινοτήτων αυτών θα πρέπει να είναι πρόθυμος να γίνει μέλος αυτών. Συνήθως, αυτό επιτυγχάνεται με τη μορφή σχολιασμού των δημοσιεύσεων των άλλων και την προώθηση ή επαναπροώθηση των δημοσιεύσεων οι οποίες δεν έχουν καμία απολύτως σχέση με την προώθηση ή τον καταναλωτισμό.

7. Δίνοντας προσοχή στις δημοσιεύσεις που γίνονται στο πλαίσιο του έργου. Στην προσπάθεια διατήρησης της τακτικής παρουσίας στο διαδίκτυο, είναι συχνά δελεαστικό να παρακαμφθεί η επιμέλεια, η διόρθωση κειμένων και διαλογή του περιεχομένου μιας δημοσίευσης ή ενός μηνύματος. Ωστόσο, αυτό εμπεριέχει σημαντικό βαθμό ρίσκου. Για παράδειγμα, στον επιχειρηματικό κόσμο το αφιλότιμο περιεχόμενο ήταν ο λόγος πτώσης πολλών επιχειρήσεων οι οποίες προσπάθησαν να θεμελιώσουν την παρουσία τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και άλλες έχασαν ακόμη και το σύνολο των δραστηριοτήτων τους επειδή επέτρεψαν σε κάποιον να δημοσιεύσει αγενή ή προσβλητικά σχόλια σε δυσαρεστημένους πελάτες. Ακόμη και ένα ορθογραφικό λάθος μπορεί να μετατρέψει μία αθώα δημοσίευση σε μια φυλετική προσβολή, με αποτέλεσμα να είναι επιτακτική η ανάγκη για έλεγχο, επεξεργασία και διόρθωση των δημοσιεύσεων πριν αναρτηθούν διαδικτυακά.

8. Ευαισθητοποίηση εντός και εκτός του Διαδικτύου. Η καμπάνια των μέσων κοινωνικής δικτύωσης θα πρέπει να είναι αποτελεσματικά συνδυασμένη και να συνάδει με όλες τις ενέργειες διάδοσης του έργου, προκειμένου να αυξήσει όσο το δυνατόν περισσότερο την ευαισθητοποίηση των ομάδων-στόχου και των ενδιαφερομένων φορέων που μπορεί να είναι ή να μην είναι σε σύνδεση με το διαδίκτυο.

4. Παρουσίαση εργαλείων και μεθόδων Επικοινωνίας, Προβολής και Δημοσιότητας του Έργου

Τα εργαλεία και οι μέθοδοι επικοινωνίας, προβολής και δημοσιότητας που θα εφαρμοστούν στο πλαίσιο του έργου, περιγράφονται αναλυτικά παρακάτω.

4.1. Ιστοσελίδα του έργου ACT SOCIAL

Στόχος	<ul style="list-style-type: none">• Πρόσβαση στην ιστοσελίδα και στις πληροφορίες που σχετίζονται με αυτό (Domain: www.act-social.eu)• Διαφήμιση και διάδοση του έργου
---------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> • Διαφήμιση γεγονότων και αποτελεσμάτων σχετικών με το έργο • Διάδοση εκπαιδευτικού υλικού
Βασικό περιεχόμενο	<ul style="list-style-type: none"> • Φιλοξενία όλων των δημόσιων πληροφοριών σχετικών με το έργο καθώς και ενός ιδιωτικού χώρου των εταιρών για τους σκοπούς διαχείρισης του έργου
Ενδιαφερόμενοι φορείς στόχος	<ul style="list-style-type: none"> • Ομάδα στόχος: και οι έξι κατηγορίες ενδιαφερόμενων φορέων • Οι εταίροι του έργου μέσω ενός ιδιωτικού χώρου
Απαιτούμενες πληροφορίες & Επίπεδο λεπτομέρειας	<ul style="list-style-type: none"> • Παραδοτέα και σχετικό περιεχόμενο του έργου • Λεπτομέρειες ενδιάμεσων στόχων συμπεριλαμβανομένου και του βαθμού επίτευξης αυτών
Πάροχος πληροφοριών	<ul style="list-style-type: none"> • Οι εταίροι για την παροχή στοιχείων και λοιπών πληροφοριών Ανατροφοδότησης (νέα, εκδηλώσεις, κλπ) • Η ιστοσελίδα που θα αναπτυχθεί από τον «ΚΔ» • Οι εταίροι μέσω της ανάρτησης των παραδοτέων τους
Μέθοδοι επικοινωνίας	Παράρτημα 1
Απαραίτητες ενέργειες παραγωγής & τρόπος διάδοσης	Παράρτημα 1
Συχνότητα και χρονοδιάγραμμα	Η ιστοσελίδα θα ενημερώνεται κάθε έξι εβδομάδες ή όταν ένα σημαντικό γεγονός λαμβάνει χώρα
Δραστηριότητες Ανατροφοδότησης & Παρακολούθησης αποτελεσμάτων	Στην ιστοσελίδα θα περιλαμβάνεται φόρμα επικοινωνίας

Παρακαλώ δείτε το Παράρτημα 1 για περισσότερες λεπτομέρειες σχετικά με την ιστοσελίδα.

4.2. Εταιρική Ταυτότητα του Έργου

Στόχος	Ανάπτυξη και δημιουργία εταιρικής ταυτότητας του έργου που θα περιλαμβάνει το λογότυπο και το σλόγκαν του έργου
Ενδιαφερόμενοι φορείς στόχος	<ul style="list-style-type: none"> Ομάδες στόχου του έργου
Απαιτούμενες πληροφορίες & Επίπεδο λεπτομέρειας	<ul style="list-style-type: none"> Χρήση γραφικών και λέξεων κλειδιών χαρακτηριστικών με τους στόχους του έργου
Πάροχος πληροφοριών	Επικεφαλής Εταίρος
Μέθοδοι επικοινωνίας	<ul style="list-style-type: none"> Θα χρησιμοποιούνται σε όλα τα υλικά προώθησης και προβολής του έργου (φυλλάδια, usb keys, φακέλους κλπ)
Απαραίτητες ενέργειες παραγωγής & διανομής	<ul style="list-style-type: none"> Προτάσεις γραφιστικών
Συχνότητα και χρονοδιάγραμμα	<ul style="list-style-type: none"> Θα παραδοθεί εξ 'άπαντος από τον Επικεφαλής Εταίρο
Δραστηριότητες Ανατροφοδότησης & Παρακολούθησης αποτελεσμάτων	-

4.3. Υλικό Εκτύπωσης

<p>Στόχος</p>	<p>Δημιουργία και εκτύπωση του υλικού προβολής του έργου με τα λογότυπα του έργου ACT SOCIAL και του Προγράμματος Interreg, στις ποσότητες που προβλέπονται αναλυτικά για τον κάθε εταίρο στον Π/Υ του. Συγκεκριμένα:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Φάκελοι • Μπλοκ σημειώσεων • Στυλό διαρκείας • Αφίσες • Μεγάλες αφίσες εκδηλώσεων • Roll-up Banners • Πανό • USB keys
<p>Ενδιαφερόμενοι φορείς στόχος</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ομάδες στόχου του έργου
<p>Απαιτούμενες πληροφορίες & Επίπεδο λεπτομέρειας</p>	<p>-</p>
<p>Πάροχος πληροφοριών</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ο Επικεφαλής Εταίρος είναι υπεύθυνος για τις μακέτες • Όλοι οι Εταίροι είναι υπεύθυνοι για τις εκτυπώσεις του υλικού
<p>Μέθοδοι επικοινωνίας</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Θα μοιράζονται σε όλες τις δράσεις δημοσιότητας του έργου καθώς και στις δομές που θα πραγματοποιηθούν (ημερίδες, εργαστήρια, σεμινάρια κλπ)
<p>Απαραίτητες ενέργειες παραγωγής & διανομής</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Προτάσεις μακετών

Συχνότητα και χρονοδιάγραμμα	<ul style="list-style-type: none"> • Σύμφωνα με το πρόγραμμα εργασιών του έργου
Δραστηριότητες Ανατροφοδότησης & Παρακολούθησης αποτελεσμάτων	-

4.4. Ενημερωτικές Εκδηλώσεις

Στόχος	<ul style="list-style-type: none"> • Θα πραγματοποιηθούν 2 Ενημερωτικές Εκδηλώσεις αναφορικά με την Έναρξη και τη λήξη του έργου στην Ελλάδα και αντίστοιχα 2 εκδηλώσεις στην Βουλγαρία
Ενδιαφερόμενοι φορείς στόχος	Ομάδες στόχου του έργου και γενικό κοινό
Απαιτούμενες πληροφορίες & Επίπεδο λεπτομέρειας	<ul style="list-style-type: none"> • Ενοικίαση κατάλληλων αιθουσών, διασφάλιση προσβασιμότητας, διασφάλιση υλικοτεχνικής υποδομής
Πάροχος πληροφοριών	<ul style="list-style-type: none"> • Ο Επικεφαλής Εταίρος είναι υπεύθυνος για τη διοργάνωση της αρχικής και της τελικής εκδήλωσης στην Ελλάδα • Ο Εταίρος 2 είναι υπεύθυνος για τη διοργάνωση της αρχικής εκδήλωσης στην Βουλγαρία
Μέθοδοι επικοινωνίας	<ul style="list-style-type: none"> • Ο Εταίρος 3 είναι υπεύθυνος για τη διοργάνωση της τελικής εκδήλωσης στην Βουλγαρία
Απαραίτητες ενέργειες παραγωγής & διανομής	<ul style="list-style-type: none"> • Αποστολή προσκλήσεων, ατζέντας και υλικού

Συχνότητα και χρονοδιάγραμμα	Σύμφωνα με το πρόγραμμα εργασιών του έργου
Δραστηριότητες Ανατροφodότησης & Παρακολούθησης αποτελεσμάτων	Ερωτηματολόγιο αξιολόγησης των εκδηλώσεων με βάση το Σχέδιο Ποιότητας

4.5. Βελτιστοποίηση σε Διαδικτυακές Μηχανές Αναζήτησης

Στόχος	<ul style="list-style-type: none"> • Διασφάλιση ότι η ιστοσελίδα εμφανίζεται σε υψηλή θέση στα αποτελέσματα των μηχανών αναζήτησης του διαδικτύου
Ενδιαφερόμενοι φορείς στόχος	<ul style="list-style-type: none"> • Κύριες μηχανές αναζήτησης στο διαδίκτυο • Έμφαση στις «εθνικές» μηχανές αναζήτησης με χρήση κατάλληλης γλώσσας
Απαιτούμενες πληροφορίες & Επίπεδο λεπτομέρειας	<ul style="list-style-type: none"> • Δημιουργία καταλόγου με λέξεις κλειδιά και χρήση αυτών • Προσθήκη ετικετών στους χάρτες που εντοπίζονται από τις μηχανές αναζήτησης
Πάροχος πληροφοριών	<ul style="list-style-type: none"> • Όλοι οι εταίροι
Μέθοδοι επικοινωνίας	<ul style="list-style-type: none"> • Αλληλεπίδραση στο διαδίκτυο με τις μηχανές αναζήτησης
Απαραίτητες ενέργειες παραγωγής & διανομής	<ul style="list-style-type: none"> • Δημιουργία πλάνου στρατηγικής SEO
Συχνότητα και χρονοδιάγραμμα	<ul style="list-style-type: none"> • Ορισμός στρατηγικής και έλεγχος της απόδοσης αυτής μετά από συγκεκριμένη περίοδο (π.χ. 1 μήνας)

	<ul style="list-style-type: none"> • Μετατροπή της στρατηγικής βελτιστοποίησης των μηχανών αναζήτησης σύμφωνα με τους ενδιάμεσους στόχους του έργου
Δραστηριότητες Ανατροφοδότησης & Παρακολούθησης αποτελεσμάτων	<ul style="list-style-type: none"> • Χρήση εργαλείων όπως το Google analytics για την προσαρμογή της στρατηγικής SEO

4.6. Εστιασμένοι Σύνδεσμοι στο Διαδίκτυο

Στόχος	<ul style="list-style-type: none"> • Να προωθηθεί ως σημείο αναφοράς σε διασυνοριακό και ευρωπαϊκό επίπεδο στον τομέα της κοινωνικής οικονομίας και επιχειρηματικότητας στους κλάδους του Τουρισμού και της Αγροδιατροφής
Βασικό περιεχόμενο	<ul style="list-style-type: none"> • Μέρος λήψης πληροφοριών και πηγών σχετικά με την κοινωνική οικονομία και επιχειρηματικότητα στους κλάδους του Τουρισμού και της Αγροδιατροφής
Ενδιαφερόμενοι φορείς στόχος	<ul style="list-style-type: none"> • Όλες οι ιστοσελίδες που σχετίζονται με τον τομέα της κοινωνικής οικονομίας και επιχειρηματικότητας καθώς και τους κλάδους του τουρισμού και της αγροδιατροφής
Απαιτούμενες πληροφορίες & Επίπεδο λεπτομέρειας	<ul style="list-style-type: none"> • Κατάλογος ιστοσελίδων με την περιγραφή τους
Πάροχος πληροφοριών	<ul style="list-style-type: none"> • Εταίροι του έργου • Λοιποί πάροχοι
Μέθοδοι επικοινωνίας	<ul style="list-style-type: none"> • Χρήση κοινωνικών σελιδοδεικτών για επιλογή όλων των ιστοσελίδων με τις οποίες θα γίνει σύνδεση

Απαραίτητες ενέργειες παραγωγής & διανομής	<ul style="list-style-type: none"> • Περιήγηση στο διαδίκτυο και επικοινωνία με τις σχετικές ιστοσελίδες για σύνδεση
Συχνότητα και χρονοδιάγραμμα	<ul style="list-style-type: none"> • Σύμφωνα με τους επιμέρους στόχους του έργου
Δραστηριότητες Ανατροφοδότησης & Παρακολούθησης αποτελεσμάτων	<ul style="list-style-type: none"> • Έλεγχος για την καλή λειτουργία των συνδέσεων • Έλεγχος της «κίνησης» προς και από τις σχετικές ιστοσελίδες

4.7. Ενημερωτικά Δελτία και Δελτία Τύπου

Στόχος	<ul style="list-style-type: none"> • Παροχή ενημέρωσης στους βασικούς ενδιαφερόμενους φορείς σχετικά με την τρέχουσα κατάσταση του έργου και τις δράσεις του
Βασικό περιεχόμενο	<ul style="list-style-type: none"> • Το διαδικτυακό ενημερωτικό δελτίο θα περιλαμβάνει τις σημαντικότερες πληροφορίες για το έργο (αποτελέσματα, επαφές, δραστηριότητες διάδοσης, κλπ) • Δελτία Τύπου θα αποστέλλονται πριν και μετά από κάθε εκδήλωση που θα πραγματοποιείται στο πλαίσιο του έργου
Ενδιαφερόμενοι φορείς στόχος	<ul style="list-style-type: none"> • Έχει ως στόχο βασικούς ενδιαφερόμενους φορείς (εγγραφή στο newsletter θα γίνει μέσω της ιστοσελίδας του έργου και κατά τη διάρκεια των θεματικών εργαστηρίων και εκδηλώσεων).
Απαιτούμενες πληροφορίες & Επίπεδο λεπτομέρειας	<p>Γενικά: 1. Πληροφορίες σχετικά με τους ενδιαφερόμενους φορείς 2. Εκδηλώσεις</p> <p>Σε τοπικό επίπεδο: 1. Συγκεκριμένες πληροφορίες για κάθε χώρα προέλευσης των εταίρων</p>

Πάροχος πληροφοριών	<ul style="list-style-type: none"> Όλοι οι εταίροι
Μέθοδοι επικοινωνίας	<ul style="list-style-type: none"> Όλοι οι εταίροι θα είναι υπεύθυνοι για την επιμέλεια και τη δημοσίευση του ενημερωτικού δελτίου Όλοι οι εταίροι θα είναι υπεύθυνοι για την επιμέλεια και τη δημοσίευση δελτίων τύπου Γλώσσα: Αγγλικά (και Ελληνικά ή Βουλγαρικά σε τοπικό επίπεδο)
Απαραίτητες ενέργειες παραγωγής & τρόπος διάδοσης	<ul style="list-style-type: none"> Συγκέντρωση περιεχόμενου από τους εταίρους
Συχνότητα και χρονοδιάγραμμα	<ul style="list-style-type: none"> 4 ενημερωτικά δελτία Δελτία τύπου ανάλογα με την πρόοδο του έργου και την ολοκλήρωση εκδηλώσεων / δράσεων
Δραστηριότητες Ανατροφοδότησης & Παρακολούθησης αποτελεσμάτων	<ul style="list-style-type: none"> Ανατροφοδότηση από τους αναγνώστες για τη βελτιστοποίηση του ενημερωτικού δελτίου

4.8. Έντυπα Φυλλάδια

Στόχος	<ul style="list-style-type: none"> • Να διανεμηθούν κατά τη διάρκεια διάφορων εκδηλώσεων και συναντήσεων του έργου
Βασικό περιεχόμενο	<ul style="list-style-type: none"> • Διάδοση των αποτελεσμάτων του έργου • Πρόσκληση κοινού για τη χρήση της πλατφόρμας του έργου
Ενδιαφερόμενοι φορείς στόχος	<ul style="list-style-type: none"> • Επισκέπτες των συνεδρίων και των συναντήσεων του έργου
Απαιτούμενες πληροφορίες & Επίπεδο λεπτομέρειας	<ul style="list-style-type: none"> • Έντυπα φυλλάδια
Πάροχος πληροφοριών	<ul style="list-style-type: none"> • Όλοι οι εταίροι του έργου
Μέθοδοι επικοινωνίας	<ul style="list-style-type: none"> • Θα αναπτυχθεί ένα κύριο σχέδιο φυλλαδίου με επιπλέον ενότητες ανάλογα με τις ανάγκες που τυχόν θα προκύψουν κατά την υλοποίηση του έργου
Απαραίτητες ενέργειες παραγωγής & τρόπος διάδοσης	<ul style="list-style-type: none"> • Διανομή σε τοπικό επίπεδο και μεταφράσεις παρουσιάσεων
Συχνότητα και χρονοδιάγραμμα	<ul style="list-style-type: none"> • Ενημέρωση του κυρίου φυλλαδίου σύμφωνα με τους ενδιάμεσους στόχους του έργου
Δραστηριότητες Ανατροφοδότησης & Παρακολούθησης αποτελεσμάτων	<ul style="list-style-type: none"> • Λήψη σχολίων από το κοινό και διενέργεια αλλαγών

4.9. Διαδικτυακή Καμπάνια στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Στόχος	<ul style="list-style-type: none"> • Παρουσία στις πιο δημοφιλείς ιστοσελίδες κοινωνικής δικτύωσης όπως το Facebook και το Twitter.
Ενδιαφερόμενοι φορείς στόχος	<ul style="list-style-type: none"> • Οι χρήστες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, το ευρύ κοινό και οι ενδιαφερόμενοι φορείς
Απαιτούμενες πληροφορίες & Επίπεδο λεπτομέρειας	<ul style="list-style-type: none"> • Βασικές πληροφορίες του έργου • Αποτελέσματα και πρόοδος του έργου
Πάροχος πληροφοριών	<ul style="list-style-type: none"> • Επικεφαλής εταίρος • Όλοι οι εταίροι του έργου
Μέθοδοι επικοινωνίας	<ul style="list-style-type: none"> • Δημιουργία προφίλ του έργου στις ιστοσελίδες των κύριων μέσων κοινωνικής δικτύωσης • Συχνή ενημέρωση του προφίλ του έργου, αποδοχή σχολίων
Απαραίτητες ενέργειες παραγωγής & τρόπος διάδοσης	<ul style="list-style-type: none"> • Δημιουργία προφίλ
Συχνότητα και χρονοδιάγραμμα	<ul style="list-style-type: none"> • Μια φορά το 15νθήμερο σύμφωνα με τα επιμέρους στάδια του έργου και ανάλογα με την πρόοδο του έργου
Δραστηριότητες Ανατροφοδότησης & Παρακολούθησης αποτελεσμάτων	<ul style="list-style-type: none"> • Παρακολούθηση σχολίων στο Facebook, στο Twitter

4.10. Ραδιοφωνικό Σποτ

Στόχος	Δημιουργία ραδιοφωνικού σποτ 30 δευτερολέπτων που θα στοχεύει στην ενημέρωση του κοινού για το έργο και τις προσφερόμενες ηλεκτρονικές υπηρεσίες κινητικότητας.
Ενδιαφερόμενοι φορείς στόχος	Κοινό Στόχος σε τοπικό επίπεδο
Απαιτούμενες πληροφορίες & Επίπεδο λεπτομέρειας	Βασικά μηνύματα του έργου και των υπηρεσιών που προσφέρει
Πάροχος πληροφοριών	Επικεφαλής Εταίρος Εταίρος 2
Μέθοδοι επικοινωνίας	Το σποτ θα μεταδοθεί σε τοπικό ραδιοφωνικό σταθμό (Ελλάδα και Βουλγαρία) για χρονικό διάστημα 30 ημερών. Θα μεταδίδεται 2 φορές την ημέρα.
Απαραίτητες ενέργειες παραγωγής & τρόπος διάδοσης	Παραγωγή του σποτ σε 3 γλώσσες (Ελληνικά, Βουλγάρικα, Αγγλικά)
Συχνότητα και χρονοδιάγραμμα	2 φορές την ημέρα για διάστημα 30 ημερών
Δραστηριότητες Ανατροφοδότησης & Παρακολούθησης αποτελεσμάτων	Εξασφάλιση αποδεικτικού καταχώρησης και μετάδοσης

4.11. Μακέτα καταχώρησης στο Διαδίκτυο

Στόχος	Δημιουργία μακέτας καταχώρησης με το μήνυμα της επικοινωνιακής στρατηγικής, για την προβολή του έργου και των δράσεων του στο διαδίκτυο (σύνολο 10 internet ads).
Ενδιαφερόμενοι φορείς στόχος	Ομάδες – Στόχου του Έργου
Απαιτούμενες πληροφορίες & Επίπεδο λεπτομέρειας	Βασικές πληροφορίες για το έργο Επιτεύγματα και αποτελέσματα του έργου
Πάροχος πληροφοριών	Όλοι οι εταίροι
Μέθοδοι επικοινωνίας	Δημοσίευση στο διαδίκτυο
Απαραίτητες ενέργειες παραγωγής & τρόπος διάδοσης	Παραγωγή των μακετών
Συχνότητα και χρονοδιάγραμμα	10 καταχωρήσεις ανάλογα με τη πρόοδο του έργου και σε συνδυασμό με την ολοκλήρωση κύριων δράσεων και εκδηλώσεων
Δραστηριότητες Ανατροφοδότησης & Παρακολούθησης αποτελεσμάτων	Εξασφάλιση αποδεικτικών καταχωρήσεων

4.12. Μακέτα καταχώρησης σε έντυπα ΜΜΕ

Στόχος	Δημιουργία μακέτας καταχώρησης με το μήνυμα της επικοινωνιακής στρατηγικής, για την προβολή του έργου και των δράσεων του σε έντυπα ΜΜΕ (σύνολο 10 καταχωρήσεις).
Ενδιαφερόμενοι φορείς στόχος	Ομάδες – Στόχου του Έργου
Απαιτούμενες πληροφορίες & Επίπεδο λεπτομέρειας	Βασικές πληροφορίες για το έργο Επιτεύγματα και αποτελέσματα του έργου
Πάροχος πληροφοριών	Όλοι οι εταίροι
Μέθοδοι επικοινωνίας	Δημοσίευση σε έντυπα ΜΜΕ
Απαραίτητες ενέργειες παραγωγής & τρόπος διάδοσης	Παραγωγή των μακετών
Συχνότητα και χρονοδιάγραμμα	Ανάλογα με τη πρόοδο του έργου και σε συνδυασμό με την ολοκλήρωση κύριων δράσεων και εκδηλώσεων
Δραστηριότητες Ανατροφοδότησης & Παρακολούθησης αποτελεσμάτων	Εξασφάλιση αποδεικτικών καταχωρήσεων

5. Ανάπτυξη Οδικού Χάρτη Υλοποίησης της Επικοινωνιακής Στρατηγικής

Οι δραστηριότητες επικοινωνίας και διάδοσης του έργου ACT SOCIAL θα σχεδιαστούν με βάση τα περιγραφόμενα (προτεινόμενα) στα παραπάνω αναφερόμενα τμήματα, συμπεριλαμβανομένων των τακτικών ενημερώσεων ανάλογα με το χρόνο διάρκειας. Αλλά σε περίπτωση νέων, μη αναφερθεισών προτάσεων οι σχετικές αποφάσεις θα λαμβάνονται πάντοτε από όλο το εταιρικό σχήμα.

Για αποτελεσματικές δράσεις απαιτείται η τακτική ενημέρωση καθώς και η δέσμευση όλων των εταίρων να διαδώσουν τις πληροφορίες για το έργο και στις δύο χώρες ισότιμα. Ο τρόπος σχεδιασμού των δραστηριοτήτων θα είναι ο εξής:

- Οι εταίροι προτείνουν δραστηριότητες που επιθυμούν να αναλάβουν και δίδουν όλες τις απαραίτητες λεπτομέρειες.
- Ο Επικεφαλής Εταίρος συγκεντρώνει τις πληροφορίες.
- Ο Επικεφαλής Εταίρος παρουσιάζει όλες τις προτάσεις κατά τη διάρκεια των συναντήσεων του έργου.

Η κοινοπραξία αποφασίζει από κοινού τι θα αναλάβει και ποιος - με αυτόν τον τρόπο η ευθύνη ανατίθεται σε συγκεκριμένους εταίρους του έργου.

5.1. Εκτέλεση δράσεων διάδοσης αποτελεσμάτων

Η εκτέλεση των δράσεων διάδοσης που έχουν ήδη προγραμματιστεί συνίσταται πάντα από τρία βασικά βήματα:

- Οργάνωση της δραστηριότητας και προετοιμασία από όλο το εμπλεκόμενο προσωπικό (π.χ. εκτύπωση φυλλαδίων, προετοιμασία παρουσιάσεων κ.λπ.).
- Εκτέλεση της εκδήλωσης (π.χ. παρουσίαση, συντονισμός της εκδήλωσης, αποστολή ενημερωτικού δελτίου, δημοσίευση δελτίου τύπου κ.λπ.).

- Συλλογή όλων των σχετικών πληροφοριών, δεδομένων και ανατροφοδοτήσεων για την αναφορά της δραστηριότητας.

Οδηγίες και κανόνες για την εκτέλεση συγκεκριμένων δράσεων:

- Η διοργάνωση μιας εκδήλωσης θα πρέπει να έχει συναποφασιστεί από όλους τους εταίρους.
- Όλες οι δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα θα πρέπει να αναφέρονται πάντοτε στον Επικεφαλής Εταίρο μετά από την κοινοπραξία (το πρότυπο αναφοράς παρέχεται στο Σχέδιο Ποιότητας).
- Εάν είναι απαραίτητο, μπορούν να εμπλέκονται οι εταίροι, για παράδειγμα σε μεταφράσεις, περιγραφές συγκεκριμένων τμημάτων των αποτελεσμάτων του έργου κ.λπ.
- Τα άρθρα, τα δελτία τύπου και τα ενημερωτικά δελτία θα πρέπει προηγουμένως να εγκρίνονται εσωτερικά από την κοινοπραξία πριν υποβληθούν προς δημοσίευση.
- Σε όλες τις εκδηλώσεις θα πρέπει να διανέμονται στους συμμετέχοντες της εκδήλωσης φυλλάδια ή/και αφίσες (θα τοποθετούνται σε σχετικούς χώρους για να προσελκύσουν το ευρύτερο κοινό).
- Όλες οι παρουσιάσεις θα γίνονται στο πρότυπο παρουσίασης του έργου ACT SOCIAL (παρέχεται στο Σχέδιο Ποιότητας).

Δεδομένου ότι η όλη διαδικασία προβολής και διάδοσης χωρίστηκε σε δύο κύριες φάσεις, όλες οι αναληφθείσες δραστηριότητες πρέπει να προσαρμοστούν στη φάση διάδοσης σύμφωνα με την τρέχουσα κατάσταση του έργου (π.χ. δελτία τύπου ή άρθρα - στην αρχή του σχεδίου περιγράφεται η γενική ιδέα του έργου, ~~και~~ οι στόχοι και τα αναμενόμενα αποτελέσματα, αλλά στη φάση ανάπτυξης και υλοποίησης παρουσιάζονται τα εκτελεσμένα παραδοτέα και τα διαθέσιμα εργαλεία, μεθοδολογίες και ερευνητικά αποτελέσματα, ενώ οι δραστηριότητες της τελικής φάσης του έργου θα συνοψίζουν τα αποτελέσματα και θα παρουσιάζουν πλεονεκτήματα κλπ.).

5.2. Υποβολή Εκθέσεων Αναφοράς σχετικά με τις Δράσεις Διάδοσης

Οι εταίροι που είναι υπεύθυνοι για τη διεξαγωγή των δράσεων διάδοσης, μετά την ολοκλήρωσή τους θα υποβάλλουν στον Επικεφαλής Εταίρο, μια σχετική Έκθεση Αναφοράς. Οι δραστηριότητες θα αναφέρονται σε συγκεκριμένο πρότυπο προκειμένου να περιγράφονται με παρόμοιο τρόπο. Σε όλες τις περιπτώσεις, θα πρέπει να επισυνάπτεται και το υλικό που έχει χρησιμοποιηθεί - π.χ. παρουσίαση, άρθρο, δελτίο τύπου, ενημερωτικό δελτίο, κλπ.

5.3. Καθορισμός Ευθυνών

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, οι ευθύνες επιμερίζονται στους εταίρους κατά τον προγραμματισμό και την αποδοχή των δραστηριοτήτων διάδοσης. Ωστόσο, υπάρχουν ορισμένες γενικές ευθύνες, οι οποίες μπορούν να καθοριστούν από την αρχή, και συγκεκριμένα:

- Ο Επικεφαλής Εταίρος είναι υπεύθυνος για το συντονισμό του συνολικού πακέτου εργασίας για την Επικοινωνία και τη Διάδοση καθώς και για κάθε σχετική ενημέρωση των εταίρων.
- Όλοι οι εταίροι είναι υπεύθυνοι για την ανανέωση των σχετικών πληροφοριών (σε τοπικό επίπεδο) κάθε έξι μήνες.
- Οι εταίροι που εκτελούν μια συγκεκριμένη δραστηριότητα είναι υπεύθυνοι για την αναφορά αυτής στον Επικεφαλής Εταίρο.
- Όλοι οι εταίροι είναι υπεύθυνοι για την προετοιμασία ενημερωτικών δελτίων και οι εταίροι που συμμετέχουν στη σύνταξη ενημερωτικών δελτίων είναι υπεύθυνοι για την ολοκλήρωση και τον έλεγχο του περιεχομένου τους.
- Όλοι οι εταίροι είναι υπεύθυνοι για τη μετάφραση (αν χρειαστεί) και τη διανομή ενημερωτικών δελτίων.
- Ο εταίρος που είναι διοργανωτής μιας δράσης είναι υπεύθυνος για την εκτύπωση και τη διανομή του έντυπου υλικού προβολής φυλλαδίων, φακέλων, usb κλπ (ανάλογα με τις ανάγκες).
- Ο Επικεφαλής Εταίρος είναι υπεύθυνος για την εισαγωγή αλλαγών στο υλικό διάδοσης (φυλλάδια και ιστότοπο).

- Οι εταίροι που πρόκειται να δημοσιεύσουν δελτίο τύπου ή άρθρα είναι υπεύθυνοι για την προετοιμασία τους και ενημερώνουν την κοινοπραξία για αυτό.

5.4. Συλλογή και Επικαιροποίηση Πληροφοριών και Δεδομένων

Οι δράσεις επικοινωνίας και διάδοσης εκτελούνται καθ' όλη τη διάρκεια του έργου σύμφωνα με το Τεχνικό Δελτίο. Επομένως, πρέπει να υπάρχει διαρκής ενημέρωση και επικαιροποίηση για όλες τις απαραίτητες πληροφορίες, καθώς στην αρχή του έργου δεν είμαστε σε θέση να προβλέψουμε όλες τις μελλοντικές δυνατότητες και να αναγνωρίσουμε όλες τις ευκαιρίες για την περίοδο του έργου. Για το σκοπό αυτό, κάθε εταίρος είναι υπεύθυνος να επικαιροποιεί τακτικά τις πληροφορίες και τα δεδομένα.

5.5. Στρατηγική Επικοινωνίας, Διάδοσης και Δημοσιότητας

Προκειμένου να αυξηθεί η αποτελεσματικότητα των εργαλείων διάδοσης και επικοινωνίας που παρουσιάστηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο, απαιτείται μια ολοκληρωμένη σειρά στρατηγικών που περιλαμβάνουν τις ακόλουθες ενέργειες:

- Ενίσχυση συμμετοχής όλων των εταίρων - αύξηση της αφοσίωσης τους για την προβολή της επικοινωνίας του έργου
- Ενίσχυση της ικανότητας των εταίρων να αναλάβουν πρωτοβουλίες
- Κοινωνική δικτύωση- συνεργασία μεταξύ των εταίρων και των ενδιαφερόμενων φορέων
- Διασφάλιση συμμετοχής στο έργο σε σημαντικές εκδηλώσεις
- Δημοσίευση ανακοινώσεων του τύπου στο Διαδίκτυο
- Μετάφραση υλικού διάδοσης σε όσο το δυνατόν περισσότερες γλώσσες
- Στοχευμένη πολιτική άμεσων διαδικτυακών μηνυμάτων σε ενδιαφερόμενους φορείς σχετικά με σημαντικές εκδηλώσεις και θεματικά εργαστήρια
- Ενίσχυση της διαδικτυακής «κίνησης» στην ιστοσελίδα του έργου
- Χρήση των κατάλληλων εργαλείων

- Λήψη ανατροφοδότησης από τους ενδιαφερόμενους φορείς
- Αναπροσαρμογή του σχεδίου επικοινωνίας και διάδοσης ανάλογα με τις ανάγκες

5.6. Ενίσχυση συμμετοχής όλων των εταίρων – αύξηση της αφοσίωσης τους για την προβολή της επικοινωνίας του έργου

Κάθε ενέργεια διάδοσης περιορίζεται από άποψη χώρου και χρόνου. Οι εν λόγω ενέργειες έχουν τη δυνατότητα να μεταδίδουν τη γνώση σε τοπικό ή εθνικό επίπεδο, αυξάνοντας την ευαισθητοποίηση για το έργο για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα.

Ενισχύοντας τη συμμετοχή όλων των εταίρων στις διαδικασίες διάδοσης και επικοινωνίας, διασφαλίζεται η αύξηση της ευαισθητοποίησης για τις δραστηριότητες του έργου και των αποτελεσμάτων αυτού.

Έτσι, κάθε εταίρος ενθαρρύνεται να συμμετέχει σε εθνικές, τοπικές και περιφερειακές εκδηλώσεις και να συμβάλλει στην αύξηση αναγνωρισιμότητας του έργου. Οι ενδιαφερόμενοι φορείς και τα ενδιαφερόμενα μέρη μπορούν επίσης να συμμετέχουν σε αυτή τη διαδικασία.

5.7. Ενίσχυση της Ικανότητας των Εταίρων να αναλαμβάνουν Πρωτοβουλίες

Είναι σημαντικό όλοι οι εταίροι να αισθάνονται ελεύθεροι να συμμετέχουν στις δραστηριότητες διάδοσης προκειμένου να διασφαλισθεί η επιτυχία της εν λόγω διαδικασίας. Αυτό θα πρέπει να καταστεί σαφές και να διαδοθεί η σημασία του κατά τη διάρκεια των τεχνικών και άλλων συναντήσεων, όταν σχετικές συζητήσεις προκύψουν. Το υλικό διάδοσης θα πρέπει χρησιμοποιηθεί με το βέλτιστο τρόπο, σύμφωνα με τις απόψεις του κάθε εταίρου ξεχωριστά.

Οι εκδηλώσεις έναρξης και λήξης του έργου καθώς και οι άλλες δραστηριότητες διάδοσης μπορεί να οργανωθούν σύμφωνα με τις τοπικές, εθνικές, διασυνοριακές αλλά και διεθνείς ανάγκες, σύμφωνα με τις απόψεις των μεμονωμένων εταίρων και οργανισμών.

5.8. Κοινωνική Δικτύωση – Συνεργασία μεταξύ των εταιρών και των ενδιαφερόμενων φορέων

Μια άλλη σημαντική στρατηγική περιλαμβάνει τη συνεργασία μεταξύ των διαφόρων εταιρών (είτε εντός της ίδια χώρας ή σε διασυνοριακό επίπεδο), στο πλαίσιο των εκδηλώσεων διάδοσης. Με άλλα λόγια, οι εταίροι θα καταβάλλουν προσπάθειες για το σχηματισμό συνεργασιών, προκειμένου να προωθήσουν τις εκδηλώσεις και να υλοποιήσουν τις δραστηριότητες διάδοσης του έργου.

5.9. Διασφάλιση συμμετοχής σε σημαντικές εκδηλώσεις

Είναι σημαντικό οι εταίροι του έργου να συμμετέχουν σε σημαντικές εκδηλώσεις, προκειμένου να διαδώσουν το έργο και τα αποτελέσματά του. Για το σκοπό αυτό, οι εταίροι πρέπει να εντοπίσουν και να επιλέξουν σχετικά συνέδρια και ημερίδες όπου το έργο «ACT SOCIAL» θα μπορεί να έχει σημαντική παρουσία.

5.10. Δημοσίευση Δελτίων Τύπου στο Διαδίκτυο

Το Διαδίκτυο είναι ένα αποτελεσματικό μέσο για τη διάδοση των αποτελεσμάτων και ένα μέρος όπου οι φορείς και τα ενδιαφερόμενα μέρη έχουν εύκολη πρόσβαση. Όλοι οι εταίροι θα πρέπει να ενθαρρύνονται κατά τη διάρκεια του έργου για τον εντοπισμό «portals», ιδίως στη εθνική τους γλώσσα, και να δημοσιεύουν τα δελτία τύπου με τα αποτελέσματα του έργου και τα ενημερωτικά δελτία ενισχύοντας την αναγνωρισιμότητα του έργου. Κάθε εταίρος είναι υπεύθυνος για τη διάδοση των δελτίων τύπου στη μητρική του γλώσσα. Η στρατηγική αυτή θα ενισχύσει την παρουσία του έργου στο Διαδίκτυο και θα παρέχει πολλά «σημεία επαφής», όπου θα υπάρχουν συνδέσεις με το έργο «ACT SOCIAL».

5.11. Αύξηση διαδικτυακής κίνησης στην Ιστοσελίδα του Έργου

Σύμφωνα με το πρώτο από τα παραπάνω, όλοι οι εταίροι του έργου θα πρέπει να συνδέσουν την ιστοσελίδα του οργανισμού τους με την ιστοσελίδα του έργου «ACT SOCIAL», με την οποία αντίστοιχα θα πρέπει να ενθαρρυνθεί η σύνδεση από διαφορετικούς ιστοτόπους του διαδικτύου που περιλαμβάνονται στις λίστες του έργου. Επιπλέον, οι εταίροι θα δημιουργήσουν και θα αναρτήσουν στις ιστοσελίδες τους τις περιγραφές του έργου και τις συνδέσεις προς την ιστοσελίδα αυτού.

Ένα «μπάνερ» που μπορεί να «κατέβει» διαδικτυακά από του διαχειριστές της ιστοσελίδας μπορεί να βοηθήσει στην αύξηση της διαδικτυακής «κίνησης» στην ιστοσελίδα του έργου. Το εν λόγω «μπάνερ» θα πρέπει να είναι ενδιαφέρον προκειμένου να προσελκύει την προσοχή επισκεπτών.

Όσον αφορά στο δεύτερο τρόπο αύξησης της διαδικτυακής «κίνησης» του έργου, θα πρέπει να γίνουν μια σειρά από κατάλληλα βήματα. Για παράδειγμα όταν στην ιστοσελίδα της Google (www.google.com) πληκτρολογείται ο τίτλος του έργου θα πρέπει η ιστοσελίδα αυτού να εμφανίζεται ως η πρώτη ή η δεύτερη επιλογή. Η ίδια στρατηγική θα πρέπει να εφαρμοστεί και στις υπόλοιπες κύριες διαδικτυακές μηχανές αναζήτησης όπως μεταξύ άλλων είναι η μηχανή της Bing (www.bing.com). Τέλος κατά τη διάρκεια του έργου προβλέπεται η λήψη περαιτέρω ενεργειών.

5.12. Χρήση των Κατάλληλων Εργαλείων

Στο προηγούμενο κεφάλαιο, καθορίστηκαν τα εργαλεία διάδοσης που μπορούν να χρησιμοποιηθούν. Είναι σημαντικό η επιλογή των κατάλληλων εργαλείων να γίνει ανάλογα με τις ιδιαίτερες συνθήκες και τους στόχους του έργου. Για παράδειγμα, οι συνεντεύξεις τύπου που τις περισσότερες φορές είναι δαπανηρές, δεν πρέπει να χρησιμοποιούνται συχνά.

Πιο αναλυτικά, τα ακόλουθα εργαλεία είναι αυτά τα οποία θα πρέπει να χρησιμοποιούνται όσο το δυνατόν περισσότερο:

- Δημοσιεύσεις στον έντυπο και ηλεκτρονικό τύπο
- Παρουσιάσεις του έργου
- Εκδηλώσεις Έναρξης και Λήξης του Έργου
- Ενημερωτικά Δελτία
- «Μπάνερς» στο διαδίκτυο
- Καμπάνια στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης
- Εκτυπώσεις υλικού προβολής και διαφήμισης
- Παραγωγή ραδιοφωνικού σποτ

Λαμβάνοντας υπόψη την κατανομή των δραστηριοτήτων, όπως περιγράφονται στο Τεχνικό Δελτίο του έργου, οι εταίροι θα αναλάβουν τη δημιουργία και χρήση των παρακάτω εργαλείων δημοσιότητας. Ωστόσο, θα πρέπει να σημειωθεί ότι αυτά είναι τα ελάχιστα απαιτούμενα εργαλεία και επ' ουδενί ο κατάλογος δεν θα πρέπει να θεωρείται περιοριστικός. Οι εταίροι πρέπει να είναι ελεύθεροι να χρησιμοποιούν και επιπλέον εργαλεία δημοσίευσης που αναφέρονται στο παρόν έγγραφο.

1. Κύριος Δικαιούχος:

- Δημιουργία της ταυτότητας του Έργου (λογότυπο, slogan)
- Σχεδιασμός και ανάπτυξης της Ιστοσελίδας του έργου σε 3 γλώσσες
- Διοργάνωσης μιας Εναρκτήριας και μιας Τελικής Εκδήλωσης στην Ελλάδα
- Διοργάνωση της εκδήλωσης για την παρουσίαση και πιλοτική εφαρμογή της ηλεκτρονικής πλατφόρμας στην Ελλάδα
- Σχεδιασμός και παραγωγή του υλικού προβολής:
 - ο Σχεδιασμός και εκτύπωση 1.000 φυλλαδίων (2 σελίδες) σε 2 γλώσσες (EN-EL)
 - ο Σχεδιασμός και παραγωγή 500 USB με το λογότυπο του έργου και του Προγράμματος

- ο Σχεδιασμός και παραγωγή 100 αφισών
- ο Σχεδιασμός και παραγωγή 2 μεγάλων αφισών εκδηλώσεων
- ο Σχεδιασμός και παραγωγή 900 φακέλων
- ο Σχεδιασμός και ανάπτυξη 2 ενημερωτικών δελτίων (ηλεκτρονική μορφή)
- ο Σχεδιασμός και παραγωγή 5 καταχωρήσεων στο διαδίκτυο (internet ads)
- ο Σχεδιασμός και παραγωγή 5 καταχωρήσεων σε έντυπα ΜΜΕ (media entries)
- ο Σχεδιασμός του roll-up banner
- ο Σχεδιασμός και παραγωγή ραδιοφωνικού σποτ 30 δευτερολέπτων

2. Δικαιούχος 2

- Συνεισφορά στον εμπλουτισμό του περιεχομένου στο πλαίσιο όλων των προωθητικών ενεργειών — παροχή πληροφοριών και μετάφραση προωθητικού υλικού στα Βουλγάρικα
- Διοργάνωση Εναρκτήριας Εκδήλωσης στη Βουλγαρία
- Σχεδιασμός και παραγωγή του υλικού προβολής³:
 - ο Σχεδιασμός και εκτύπωση 1.300 φυλλαδίων (2 σελίδες) σε δύο γλώσσες (ΕΝ-ΒΓ)
 - ο Σχεδιασμός και παραγωγή 1.500 USB με το λογότυπο του έργου και του Προγράμματος
 - ο Σχεδιασμός και παραγωγή 300 αφισών
 - ο Σχεδιασμός και παραγωγή 4 Roll – Ups
 - ο Σχεδιασμός και παραγωγή 1.000 φακέλων
 - ο Σχεδιασμός και παραγωγή 1 ενημερωτικού δελτίου (ηλεκτρονική μορφή)

3 Ο Δικαιούχος 2 είναι υπεύθυνος να τυπώσει και για τον Δικαιούχο 3

- ο Σχεδιασμός και παραγωγή 5 καταχωρήσεων στο διαδίκτυο (internet ads)
- ο Σχεδιασμός και παραγωγή 5 καταχωρήσεων σε έντυπα MME (media entries)
- ο Σχεδιασμός και παραγωγή ραδιοφωνικού σποτ 30 δευτερολέπτων

3. Δικαιούχος 3

- Συνεισφορά στον εμπλουτισμό του περιεχομένου στο πλαίσιο όλων των προωθητικών ενεργειών — παροχή πληροφοριών
- Διοργάνωση της τελικής εκδήλωσης στην Βουλγαρία
- Διοργάνωση της εκδήλωσης για την παρουσίαση και πιλοτική εφαρμογή της ηλεκτρονικής πλατφόρμας στο Μπλαγκόεβγκραντ
- Σχεδιασμός και παραγωγή 1 ενημερωτικού δελτίου (ηλεκτρονική μορφή) (ηλεκτρονική μορφή)

5.13. Αναπροσαρμογή του Σχεδίου Επικοινωνίας και Διάδοσης ανάλογα με τις ανάγκες

Οι εταίροι του έργου θα προσπαθήσουν να διασφαλίσουν την στοχευμένη και αποτελεσματική διάδοση και επικοινωνία του έργου. Συγκεκριμένα, θα λαμβάνεται υπόψη και θα αποτελεί θέμα συζήτησης μεταξύ των εταίρων, η ανάγκη λήψης περισσότερων ενεργειών διάδοσης σε μια συγκεκριμένη ομάδα ενδιαφερομένων φορέων ή κάνοντας χρήση ενός συγκεκριμένου εργαλείου. Εάν προκύψει τέτοια περίπτωση, θα προτείνεται η αναπροσαρμογή του Σχεδίου επικοινωνίας και διάδοσης των εταίρων, σύμφωνα με τις ανάγκες τους.

5.14. Χρονοπρογραμματισμός ενεργειών επικοινωνίας

Στη συνέχεια παρουσιάζεται ο χρονοπρογραμματισμός των ενεργειών επικοινωνίας. Τονίζεται ότι το συγκεκριμένο χρονοδιάγραμμα είναι ενδεικτικό και μπορεί να αναθεωρείται από τους εταίρους του έργου ανάλογα με τις ανάγκες υλοποίησης του έργου.

Εργαλεία Δημοσιότητας και Επικοινωνίας (Παραδοτέα)	Εκτιμώμενος Χρόνος Παράδοσης
Ιστοσελίδα ACT SOCIAL	Οκτώβριος 2018
Ταυτότητα του Έργου (Logo και Slogan)	Οκτώβριος 2018
Φυλλάδιο	Οκτώβριος 2018 από τον Κύριο Δικαιούχο. Ανατύπωση από Εταίρο 2 στη συνέχεια.
Αφίσες	Οκτώβριος 2018 από τον Κύριο Δικαιούχο. Ανατύπωση από Εταίρο 2 στη συνέχεια.
Μεγάλες αφίσες εκδηλώσεων	Οκτώβριος 2018 από τον Κύριο Δικαιούχο. Ανατύπωση από Εταίρο 2 στη συνέχεια
USB Keys	Οκτώβριος 2018 από τον Κύριο Δικαιούχο. Ανατύπωση από Εταίρο 2 στη συνέχεια
Φάκελοι	Οκτώβριος 2018 από τον Κύριο Δικαιούχο. Ανατύπωση από Εταίρο 2 στη συνέχεια
Στυλό διαρκείας	Πριν την διοργάνωση εκδηλώσεων
Μπλοκ σημειώσεων	Πριν την διοργάνωση εκδηλώσεων
Ραδιοφωνικό Σποτ	Έως τον Απρίλιο του 2019

Μακέτες καταχώρησης στο Διαδίκτυο	Οκτώβριος 2018 από τον Κύριο Δικαιούχο. Ανατύπωση από Εταίρο 2 στη συνέχεια
Μακέτες καταχώρησης στον Τύπο (έντυπα)	Οκτώβριος 2018 από τον Κύριο Δικαιούχο. Ανατύπωση από Εταίρο 2 στη συνέχεια
Ενημερωτικές Εκδηλώσεις	Έως τη λήξη του έργου κατόπιν συμφωνίας των δικαιούχων
Ηλεκτρονικά Ενημερωτικά δελτία	Ανά εξάμηνο ή κατόπιν συμφωνίας μεταξύ των εταίρων για τη δημοσίευση σημαντικών οροσήμων/κύριων δράσεων
Δελτία τύπου	Πριν και μετά από τις εκδηλώσεις

6. Συμπεράσματα

Το παρόν έγγραφο περιγράφει το Σχέδιο Διάδοσης και Επικοινωνίας του έργου ACT SOCIAL. Το σχέδιο καθορίστηκε αρχικά με τον καθορισμό των στόχων διάδοσης, του περιεχομένου του σχεδίου που θα διανεμηθεί, των ομάδων στόχων, των μέσων και των εργαλείων που θα χρησιμοποιηθούν, των συστάσεων για το σχέδιο δράσης και της λεπτομερούς μεθοδολογίας για την επικοινωνία και τη διάδοση των αποτελεσμάτων του έργου.

Για να καθορίσουμε μια καλά καθορισμένη στρατηγική, τμήματα αυτού του παραδοτέου απαντούν σε ερωτήσεις σχετικά με το τι πρέπει να διαδοθεί, από ποιον και σε ποιον, πώς και γιατί. Όλες οι προτάσεις που περιλαμβάνονται θα επεκτείνονται και θα επικαιροποιούνται, ώστε να συμπεριληφθούν ως τελικές στην έκθεση αναφοράς στο τέλος του έργου.

Όλοι οι εταίροι του έργου πρόκειται να συμμετάσχουν στις δράσεις επικοινωνίας και διάδοσης. Ο κύριος στόχος είναι η ευρεία διάδοση των παραδοτέων και των αποτελεσμάτων του έργου και η προσέγγιση των διάφορων ομάδων - στόχου σύμφωνα με το πεδίο εφαρμογής του έργου. Προκειμένου να υλοποιηθούν αυτοί οι στόχοι διάδοσης, θα αναληφθούν συγκεκριμένες δραστηριότητες.

Εκτός από το υλικό προβολής που θα εκδοθεί και τυπωθεί (λογότυπο του έργου, πρότυπο παρουσίασης, φυλλάδια και ιστοσελίδα κ.λπ.), η κοινοπραξία θα παρουσιάσει το έργο χρησιμοποιώντας το Διαδίκτυο, τον Τύπο, τα ενημερωτικά δελτία, τα άρθρα κλπ., οργανώνοντας και συμμετέχοντας σε εκδηλώσεις και επικαιροποιώντας το σχεδιαζόμενο υλικό. Θα δημοσιευθούν διάφορα ενημερωτικά δελτία και δελτία τύπου που θα ανακοινώνουν τα νέα του έργου. Ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί στη συμμετοχή σε εκδηλώσεις θεματικά σχετιζόμενες με το πεδίο εφαρμογής του έργου και στην αύξηση της ευαισθητοποίησης για το έργο ACT SOCIAL μεταξύ των συμμετεχόντων στις δράσεις επικοινωνίας και διάδοσης.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

Σκοπιμότητα Ιστοσελίδας

Η ιστοσελίδα θα έχει διπλό σκοπό: (1) να χρησιμοποιείται από το ευρύ κοινό που δεν έχει σχέση με το έργο, (2) να παρέχει ένα εσωτερικό χώρο για τις ανάγκες του έργου. Θα σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο έτσι ώστε να πληροί τα ακόλουθα κριτήρια προκειμένου να βοηθήσει στην επίτευξη των στόχων του έργου:

- **Επικοινωνία:** Το όραμα του έργου θα είναι ξεκάθαρο στον καθένα που επισκέπτεται την ιστοσελίδα. Μπορεί να είναι χρήσιμο να συγκεντρωθούν οι διευθύνσεις ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του κοινού μέσω της ιστοσελίδας, έτσι ώστε να μπορούν να στέλνονται ενημερωτικά δελτία ή/ και ειδοποιήσεις όταν ενημερώνεται το περιεχόμενο της ιστοσελίδας (με βάση την ισχύουσα νομοθεσία GDPR).
- **Ερμηνεία:** Μια ευέλικτη και συνεπής υποστήριξη μεταδεδομένων θα διασφαλίσει ότι τα δημοσιευθέντα στοιχεία είναι διαφανή και κατανοητά για το χρήστη - ειδικά όταν πρόκειται για τη δημοσίευση των αποτελεσμάτων και των στατιστικών του έργου.
- **Ερέθισμα:** Το περιεχόμενο και η παρουσίαση της ιστοσελίδας θα πρέπει να είναι οπτικά ελκυστικά, με ένα σαφές εύκολο στη χρήση πλαίσιο πλοήγησης το οποίο θα κρατάει το ενδιαφέρον των χρηστών.
- **Αναζήτηση και Πλοήγηση:** Η αρχιτεκτονική της ιστοσελίδας θα πρέπει να είναι τέτοια έτσι ώστε να παρέχεται κατανοητή πλοήγηση σε αυτή. Θα πρέπει να είναι εύκολο να βρει κανείς τα επιθυμητά δεδομένα μέσα στην ιστοσελίδα. Ακόμη, ιδιαίτερη σημασία θα πρέπει να δοθεί στο χρόνο απόκρισης της ιστοσελίδας.
- **Συντήρηση:** Η ανάπτυξη και η συντήρηση της ιστοσελίδας του έργου δεν θα πρέπει μόνο να περιλαμβάνεται στα καθήκοντα των ειδικών πληροφορικής και του προσωπικού του έργου. Αντιθέτως, η διοίκηση του έργου θα πρέπει να παρέχει σημαντική υποστήριξη για τη διασφάλιση ότι η ιστοσελίδα ανταποκρίνεται στους στόχους του έργου.

Η ιστοσελίδα του έργου θα περιέχει συνδέσμους προς τις ιστοσελίδες όλων των εταίρων. Θα ενημερώνεται τακτικά και θα δίνει τη δυνατότητα στους επισκέπτες της να εγγράφονται σε αυτή για την τακτική λήψη του ενημερωτικού δελτίου του έργου. Οι εταίροι θα χρησιμοποιούν οι ίδιοι την ιστοσελίδα και θα ενθαρρύνουν και άλλους ενδιαφερόμενους φορείς να την επισκεφθούν, έτσι ώστε να επιτύχουν:

- Τη διάδοση των τελικών αποτελεσμάτων του έργου
- Την προβολή των αρχικών επιτευγμάτων και της προόδου υλοποίησης του έργου
- Τη βελτίωση του επιπέδου εσωτερικής επικοινωνίας προκειμένου να διευκολυνθεί η μεταφορά της πληροφορίας μέσα στην ομάδα

Δομή ιστοσελίδας και λοιπά χαρακτηριστικά αυτής

Η δομή της ιστοσελίδας και τα χαρακτηριστικά αυτής θα παρουσιασθούν στους εταίρους από τον Επικεφαλής κατά τη διάρκεια της τρίτης τεχνικής συνάντησης. Τα στοιχεία της ιστοσελίδας θα περιλαμβάνουν τις πληροφορίες που παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα:

Όνομα σελίδας	Περιγραφή περιεχομένου	Σύνδεσμοι εντός της ιστοσελίδας	Σύνδεσμοι εκτός της ιστοσελίδας
Αρχική			
Πρόγραμμα			
Έργο			Ιστοσελίδα του Προγράμματος Interreg V-A Ελλάδα – Βουλγαρία 2014-2020

Όνομα σελίδας	Περιγραφή περιεχομένου	Σύνδεσμοι εντός της ιστοσελίδας	Σύνδεσμοι εκτός της ιστοσελίδας
Σύντομη Περιγραφή			
Στόχοι			
Αποτελέσματα			
Χρήσιμα links	Λίστα σχετικών ιστοσελίδων		Σχετικές ιστοσελίδες
Εταίροι			Ιστοσελίδες των Εταίρων
Βιβλιοθήκη			
Νέα			
Τεχνικές Συναντήσεις / Εκδηλώσεις			
Δελτία τύπου / Ανακοινώσεις			
Ενημερωτικά Δελτία			
Επικοινωνία			

Ανανέωση και Συντήρηση Ιστοσελίδας

Η ιστοσελίδα θα ανανεώνεται κάθε έξι εβδομάδες, όταν υπάρχουν νέα, ή όταν επιτυγχάνεται κάτι σημαντικό ή όταν ολοκληρώνεται κάποιο παραδοτέο. Η διαδικασία ανανέωσης δεν θα ξεπερνά χρονικά τη μια εβδομάδα.

Διαδικτυακό μάρκετινγκ

Η ιστοσελίδα θα πρέπει να προβάλλεται στο διαδίκτυο και να γίνει το σημείο αναφοράς του έργου «ACT SOCIAL». Για την επίτευξη του παραπάνω στόχου θα πρέπει να διενεργηθούν τα παρακάτω:

- Ο επικεφαλής εταίρος θα εφαρμόσει μεθόδους βελτιστοποίησης των αποτελεσμάτων στις διαδικτυακές μηχανές αναζήτησης (SEO)
- Ο επικεφαλής εταίρος θα ανανεώνει τις πηγές της ιστοσελίδας
- Όλοι οι εταίροι θα παρέχουν υλικό με πληροφορίες για το έργο, ενημέρωση σχετικά με τις δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα στο πλαίσιο αυτού, διάφορες πηγές, κλπ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ

Έργο «ACT SOCIAL»	
Πίνακας αναφοράς δραστηριοτήτων Επικοινωνίας καις Διάδοσης	
Ημερομηνία:	Ημερομηνία αναφοράς
Εταίρος:	Αναφορά εταίρου
Δραστηριότητα Διάδοσης:	Σύντομη περιγραφή της δραστηριότητας
Τύπος δραστηριότητας:	Τύπος δραστηριότητας (παρουσίαση, εκδήλωση, δημοσίευση, κλπ)
Ημερομηνία δραστηριότητας:	Ημερομηνία δραστηριότητας
Τοποθεσία δραστηριότητας:	Τοποθεσία όπου έλαβε μέρος η δραστηριότητα
Υπεύθυνος:	Εταίρος που ανέλαβε την υλοποίηση της δραστηριότητας
Περίληψη:	Περίληψη της δραστηριότητας
Σχόλια/ Ανατροφοδότηση:	Διάφορα σχόλια και αναφορά ανατροφοδότησης
Επισυναπτόμενο υλικό:	Αναφορά στα επισυναπτόμενα αρχεία (τύπος αρχείου, κλπ) που συνοδεύουν την δραστηριότητα