

PRZEWODNIK PROMOCJA I OZNAKOWANIE PROJEKTÓW

**WSPÓŁFINANSOWANYCH
LUB FINANSOWANYCH
Z BUDŻETU WOJEWÓDZTWA
OPOLSKIEGO**



ZARZĄD
Województwa Opolskiego

 **OPOLSKIE**

GRUPA DOCELOWA

Dokładne przeanalizowanie do kogo kierowany jest projekt pozwala na poprawne zaplanowanie działań promocyjnych.

Odpowiedz na kilka pytań, by lepiej poznać swoją grupę docelową.

Jaka jest demografia odbiorców?

Jak spędzają swój wolny czas?

Gdzie najczęściej zdobywają informacje

o podobnych wydarzeniach?

Jaka forma przekazu jest dla nich atrakcyjna?

DOBIERZ



NARZĘDZIA KOMUNIKACJI



JĘZYK KOMUNIKACJI

JAK ZWIĘKSZYĆ ZAINTERESOWANIE REALIZOWANYM ZADANIEM?



Angażuj odbiorców, twórz materiały interaktywne, pytaj, rób ankiety w mediach społecznościowych



Opowiadaj historie związane z ludźmi i potrzebami, których dotyczy działanie



Oznaczaj ludzi zaangażowanych i fundatorów projektu, dodawaj hashtagi



Streamuj wydarzenia, rób relacje, nagrywaj filmy i live'y



Wysyłaj zaproszenia, podwyższaj rangę wydarzeń



Oznaczaj materiały logotypami związanymi z dotacją

NARZĘDZIA DO TWORZENIA MATERIAŁÓW PROMOCYJNYCH

BANKI ZDJĘĆ



Unsplash

<https://unsplash.com>



LibreStock

<https://librestock.com>

OBRÓBKA GRAFIKI



Canva

<https://www.canva.com>



W programie znajdziesz gotowe wzory, grafiki, elementy i szablony, które pomogą Ci przygotować post. Co istotne, każde medium społecznościowe posiada własne wymagania dla udostępnianych grafik. Na Instagramie królują posty pionowe, a na Facebooku bardziej poziome. Innego wymiaru będzie już jednak relacja udostępniona na Facebooku oraz zdjęcie w tle. Dzięki Canvie nie musisz się o to martwić! Już na wstępie program poprosi Cię o wybór, jaki post chcesz stworzyć i sam dobierze odpowiednie wymiary. W Canvie przygotujesz wszelkie broszury, zaproszenia, slajdy do prezentacji.

IKONY



IconFinder

<https://www.iconfinder.com>



MAILING

Dzięki tym aplikacjom możesz wysłać nawet 2000 maili jednorazowo. Posiadają bardzo intuicyjne kreatory, które pozwolą na łatwe zbudowanie newslettera.



MailChimp

<https://mailchimp.com>



FreshMail

<https://freshmail.pl>

INFOGRAFIKI



Piktochart

<https://piktochart.com>

W tej aplikacji łatwo zwizualizujesz dane za pomocą infografik lub wykresów. Możesz wybierać z wielu szablonów gotowych do użycia.

PUBLIKACJE ONLINE



Issuu.com

<https://issuu.com>

Wystarczy, że wgrasz swój PDF, a z łatwością wygenerujesz kod html na Twoją stronę i materiał stanie się wirtualną książką.

ZAAWANSOWANA EDYCJA ZDJĘĆ



Snapseed

Darmowa aplikacja do zaawansowanej obróbki zdjęć, doskonała alternatywa dla Photoshopa i Corela. Posiada wiele funkcji, które ułatwią przystosowanie obrazu do projektu graficznego, świetnie sprawdzi się również do edycji zdjęć z organizowanego wydarzenia.

INFORMACJA O ŹRÓDLE FINANSOWANIA

Pamiętaj, że umowa, którą podpisałeś zobowiązuje Cię do informowania, że zadanie jest finansowane lub współfinansowane z budżetu Województwa Opolskiego każdorazowo na wszystkich materiałach informacyjno-promocyjnych, którymi są:

- Publikacje w formie drukowanej i elektronicznej
- Media społecznościowe
- Informacje dla mediów (prasa, radio, telewizja, portale internetowe)
- Ogłoszenia, które umieszczasz w związku z wydarzeniem
- Wystąpienia publiczne, szkolenia, wszelkie wydarzenia dotyczące realizowanego zadania
- Strona internetowa Podmiotu, dotycząca realizowanego zadania publicznego

Formuła informacji powinna brzmieć dokładnie tak:

„Zadanie (tutaj wpisz nazwę zadania) jest współfinansowane z budżetu Województwa Opolskiego w ramach zadania publicznego (tytuł zadania)”.

LOGO I HERB

Ważne, aby na wszystkich materiałach związanych z projektem (**promocyjnych, informacyjnych, szkoleniowych, edukacyjnych**), a także na zakupionych w ramach zadania **środkach trwałych** znalazło się logo lub herb województwa opolskiego.



Znak musi być proporcjonalny do wielkości innych oznaczeń. Pamiętaj, aby był dobrze widoczny.

Zadbaj, by logotypy otaczała pusta przestrzeń, tzw. pole ochronne znaku. Nie nakładaj na logotypy kolorowych filtrów. Zadbaj, by nie zostały zniekształcone podczas edycji materiałów graficznych.

Logo, herb oraz wytyczne ich stosowania dostępne są na stronie internetowej:



<https://www.opolskie.pl/region/promocja/herb-flagi-i-logo/>

Na tej stronie znajdziesz również gotowe herby z oznaczeniem finansowania lub współfinansowania.



Współfinansowane
przez Samorząd
Województwa
Opolskiego



Finansowane
przez Samorząd
Województwa
Opolskiego

Potrzebujesz więcej informacji - skontaktuj się z nami:

Biuro Dialogu i Partnerstwa Obywatelskiego
Urzędu Marszałkowskiego Województwa Opolskiego

Ul. Piastowska 17

45-082 Opole

e-mail: bdo@opolskie.pl; tel.: 77 44 67 847



ZARZĄD
Województwa Opolskiego



Rozpoczęcie zadania – dopiero od tego momentu można ponosić wydatki związane z realizacją zadania.

Zakończenie zadania – do tego dnia można ponosić wydatki związane z realizacją zadania

Daty poszczególnych wydarzeń realizowanych w ramach zadania

UWAGA!!! Harmonogram/kalendarz przypomni nam, że mamy obowiązek wystać zaproszenie do Marszałka oraz poinformować opiekuna projektu o planowanym wydarzeniu – minimalnie 21 dni przed jego realizacją.

Sprawozdanie – mamy 30 dni kalendarzowych (licząc od daty zakończenia zadania) na złożenie sprawozdania. **BARDZO WAŻNE!**

Dokładnie czytamy treść umowy i trzymamy się dat zawartych w tym dokumencie.

WYKORZYSTAJ POTENCJAŁ BAZY NGO

To nowoczesna platforma, która łączy mieszkańców naszego regionu z organizacjami. Rejestrując się w tej bazie zyskujesz szybką promocję i gwarantujesz sobie błyskawiczny obieg informacji.

Co czwartek BAZA NGO wysyła newsletter. Warto skorzystać z jego zasięgów i poprosić o zamieszczenie w nim ważnej dla Ciebie informacji.

Więcej informacji o BAZIE NGO: <https://bazango.opolskie.pl>

Jeśli masz jakieś wątpliwości lub potrzebujesz porady, zawsze możesz skorzystać z bezpłatnych porad podczas dyżurów eksperckich oraz z informacji zawartych na BIP.

WYKORZYSTAJ MOC MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH!

Media społecznościowe to świetny pomysł na dotarcie do dużej grupy osób. Wykorzystaj potencjał Facebooka, Instagrama, TikToka, Twittera czy LinkedIna, które są doskonałymi narzędziami marketingowymi.

JAK DODAWAĆ SKUTECZNE POSTY DO MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH?

▶ Zadbaj o content - czyli o treść Twoich postów. Powinny być jasno i logicznie napisane. Przekazuj informacje używając języka dostosowanego do odbiorcy komunikatu. Media społecznościowe służą do szybkiej komunikacji, czasem jednak warto opowiedzieć więcej, pokazać tło oraz źródło potrzeb realizowanego zadania.

▶ Zadbaj o estetykę. Zdjęcia, grafiki przykuwają uwagę, a posty wzbogacone o emotikony zdają się być uporządkowane, są atrakcyjne wizualnie i znacznie bardziej czytelne - ważne, aby nie znalazło się ich zbyt dużo.

Ludzie scrollują (przewijają)
średnio 70 m treści dziennie!
Twoje posty muszą się
wyróżniać, by zaciekały
odbiorców.

Pamiętaj o prawach autorskich dotyczących pobranych materiałów graficznych i zdjęć z internetu. W tym przewodniku znajdziesz linki do w pełni darmowych baz zdjęć z licencją CCO. Jeżeli udostępniasz zdjęcia, na których widoczne są inne osoby, musisz posiadać zgodę na zamieszczenie ich wizerunku, który może być daną osobą. Pamiętaj, że przy przetwarzaniu zdjęć jesteśmy zobowiązani przestrzegać RODO.

W tekście posta na Facebooku oznacz fanpage lub osobę. Dzięki temu odbiorca posta będzie mógł jednym kliknięciem przenieść się na strony, które przywołujesz. Dla przykładu, chcąc oznaczyć Marszałka Województwa Andrzeja Bułę lub Województwo Opolskie, wpisz nazwę profilu, który chcesz oznaczyć, poprzedzając ją znakiem „@”. Otrzymasz w ten sposób formułę „@Andrzej Buła” lub „@Województwo Opolskie”, która zamieni się w hiperłąkę.

Podobnie zrób, wstawiając post na Instagram. Dla przykładu, chcąc oznaczyć Marszałka Województwa Andrzeja Bułę, wpisz „@bula.andrzej”. Jednak pamiętaj o tym, że na Instagramie poszczególne profile mają swoje loginy/nazwy i nie zawsze jest to imię i nazwisko.

Hashtagi są wykorzystywane przede wszystkim do organizowania treści, czyli grupowania do odpowiednich kanałów. To właśnie za pomocą hashtagu możesz eksponować swój post, docierając do odpowiednich odbiorców. Najwięcej można ich użyć na Instagramie i to właśnie tam wszystkie treści są w ten sposób zorganizowane. Kolejną platformą, na której hashtagi świetnie się sprawdzają jest TikTok, oznaczane są w ten sposób wyzwania i akcje społeczne, więc idealnie dla NGO. :)



Stwórz wydarzenie na Facebooku promujące Twoje działania. Dodatkowo poproś o oznaczenie Województwa Opolskiego jako współorganizatora oraz departament lub biuro, które ogłaszało konkurs.

POZAFINANSOWE FORMY WSPÓŁPRACY

Pamiętaj, że posiadasz też dodatkowe, pozafinansowe możliwości współpracy z Samorządem Województwa Opolskiego. Należą do nich:

- ▶ Patronaty Marszałka - zasady pozyskania patronatu znajdziesz na stronie <https://www.opolskie.pl/patronaty-marszalka/>
- ▶ Na Twój wniosek nieodpłatne udostępnianie (w miarę możliwości) pomieszczeń wyposażonych w sprzęt audiowizualny (np. mikrofony, rzutniki, ekrany itp.).
- ▶ Możliwość skorzystania z pomocy i rekomendacji w sprawie ubiegania się o dofinansowanie realizowanych zadań z innych źródeł. Zgłoś się do opiekuna projektu lub odpowiedniego departamentu i zapytaj o możliwości.
- ▶ Dyżury eksperckie prowadzone na zlecenie Biura Dialogu i Partnerstwa Obywatelskiego. Wszystkie informacje na ten temat, jak i cały harmonogram znajdują się na fanpage'u Biura Dialogu i Partnerstwa Obywatelskiego.

ZAPROSZENIE ZARZĄDU WOJEWÓDZTWA

Zaproszenie Zarządu Województwa podniesie rangę wydarzenia, które organizujesz oraz zwiększy jego zasięg informacyjny, jest też zapisem w umowie.

Poinformuj departament merytoryczny/jednostkę organizacyjną o terminie i miejscu realizacji przedsięwzięcia **minimum 21 dni przed jego rozpoczęciem.**