

Затверджено
розпорядженням міського голови
від 01.09.2021 № 199/1

ПЛАН ІНФОРМАЦІЙНОЇ КАМПАНІЇ

щодо просування механізмів участі Громадського бюджету Пологівської міської територіальної громади

Назва громади: <u>Пологівська міська територіальна громада</u>
Інструмент або інструменти участі, на просування якого/яких спрямована інформаційна кампанія (1-2): Громадський бюджет
Відповідальна особа з органу влади відповідальна за проведення інформаційної кампанії (ПІБ, посада та контакти): Волковинська Анна Андріївна, начальник відділу економічного розвитку, 0667329245
Стан впровадження інструментів участі (коли було ухвалено положення про інструмент, чи застосовувався на практиці): Рішення сесії від 20.08.2021 № 1302 "Про затвердження Положення про громадський бюджет Пологівської міської територіальної громади" Положення застосовується в роботі
Мета інформаційної кампанії: надати можливість громадянам пропонувати свої проекти розвитку громади та впливати на розподіл визначеної частки коштів бюджету шляхом голосування за ті чи інші проекти. Підвищити обізнаність та активність мешканців на етапі голосування.
Характеристика цільової аудиторії: <u>7 клас і старше (14-18 років)</u> ПІБ: Василенко Наталія Андріївна Вік: 15 років Професія: школярка Спосіб життя: навчається у школі на відмінно, ходить на курси англійської мови Медіа, якими користується: сайт Пологівської міської ради, соціальні мережі Facebook, Tiktok, Instagram) Страхи, болі: відсутність облаштованого простору для спілкування з однолітками Мрії, бажання: новенька сукня, стати лідеркою, моделлю, самореалізуватись <u>Молодь</u> ПІБ: Куц Олена Сергіївна Вік: 25 років Професія: домогосподарка Спосіб життя: веде домогосподарство, виховує дитину, займається спортом Медіа, якими користується: сайт Пологівської міської ради, соціальні мережі (Facebook, Tiktok, Instagram) Страхи, болі: фінансова невлаштованість, майбутнє дітей Мрії, бажання: Стабільний заробіток, правильно виховати дітей, діти отримали якісну освіту (громадяни середнього віку 36-59 роки) ПІБ: Корнієнко Євгенія Миронівна

Вік: 50 років
 Професія: завідувачка дитячим садком
 Спосіб життя: заміжня, має дочок
 Медіа, якими користується: сайт Поголівської міської ради, ЗМІ, соціальні мережі (Facebook, Telegram)

Страхи, болі: втратити роботу, майбутнє власних дітей та онуків, страх за своє здоров'я, благоустрій території
 Мрії, бажання: професійно розвиватися, благополуччя власної родини та комфортне життя в громаді

(громадяни похилого віку 60+)
 ПІБ: Сліпченко Микола Михайлович
 Вік: 66 років
 Професія: пенсіонер
 Спосіб життя: має дітей, онуків, проявляє активність в громадському житті громади
 Медіа, якими користується: ЗМІ, Facebook
 Страхи, болі: недовіра до влади, страх за своє здоров'я, низька пенсія
 Мрії, бажання: розвиток громади, нестача в спілкуванні

Скільки людей планується охопити інформаційною кампанією? 7500

Канали комунікації, які будуть використовуватися (прописати для окремих груп ЦА):
 Школярі (соціальні мережі Facebook, Tiktok, Instagram, відео-платформи (Youtube), друкована продукція)
 Молодь (соціальні мережі Facebook, Tiktok, Instagram, відео-платформи (Youtube), , друкована продукція)
 Працюючі громадяни середнього віку (друкована продукція, дошки оголошень);
 Люди похилого віку (публікації в ЗМІ, друкована продукція, дошки оголошень)

Варіанти ключових повідомлень для цільових груп:
 Прагнеш змін?! Починай діяти - подавай проекти на Громадський бюджет!
 Проголосувати простіше ніж викласти сторіс у Інстаграм - без жодних фільтрів
 Залучи друзів – отримай перемогу! Прямуй до змін!
 Не гальмуй - голосуй!
 Хто подав проектів пачку, той отримає подячку

Яким чином тестуватимемо ключові повідомлення?
 Шляхом опитування

Як будемо аналізувати ефективність інфокампанії? по результатам голосування при підрахунку голосів, рівень охоплення в соціальних мережах, зацікавленість через поширення інформації, виявлення мешканців, готових до співпраці (особливо молоді).

Етапи інформаційної кампанії

№	Етапи (оберіть свої варіанти на кожному кроці)	Термін, міс.			
		1-й	2-й	3-й	4-й
1	Визначити цільову аудиторію	+			
2	Визначити потреби цільової аудиторії: <ul style="list-style-type: none"> ● фокус-групи ● опитування ● живі зустрічі 	+			
3	Розробити ключове повідомлення		+		
4	Визначити канали інформування: <ul style="list-style-type: none"> ● публікації на офіційних сторінках громади 		+	+	

	<ul style="list-style-type: none"> ● друкowana продукція (буклети, флаєри, банери) ● публікації в ЗМІ ● публікації на місцевих сторінках соцмереж ● створення нових сторінок, у т.ч. сторінки персонажа, тематичної сторінки ● дописи в чатах, закритих спільнотах (за згоди) ● листи ● SMS-розсилки ● публічні заходи ● інформаційні акції ● перфоманси ● зовнішня реклама (у т.ч. дошки оголошень, зупинки, екрани, рекламні розтяжки) ● промоційні відео ● церква ● лідери думок в громаді (особисті зустрічі чи сторінки у соцмережах) ● місцеві підприємства (зустрічі, внутрішні канали комунікації) 		+		
5	Протестувати ключове повідомлення <ul style="list-style-type: none"> ● фокус-групи ● онлайн-опитування з маленькою вибіркою 				+
6	Провести інформаційну кампанію				+
7	Проаналізувати ефективність інформаційної кампанії: <ul style="list-style-type: none"> ● кількість інформаційних матеріалів, публікацій, заходів ● кількість проінформованих жителів ● наявність поданих проєктів, петицій, ініціатив і подібне... ● налагодження комунікації з новими групами населення (залучено в активності, яка кількість) ● виявлення нових лідерів думок у громаді ● поява нових волонтерських груп ● будь-які інші якісні показники, які показують зміни в громаді у результаті проведеної інформаційної кампанії 				+

Таблиця заходів інформаційної кампанії

№	Канал комунікації	Тема повідомлення	Текст посту	Візуалізація	Період реалізації, тижні (колонки можна додавати, якщо потрібно)													Відповідальна особа
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
1	Роздатковий матеріал	Ти креативний житель громади і бажаєш брати участь у її розвитку?	Що таке ГБ, етапи реалізації, реалізовані проекти	Плакати, брошури, банер	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	Відділ економічного розвитку
2	Сайт ПМР, facebook	Створення інструкції з користування платформою e-dem	Віддати свій голос за проекти Громадського бюджету можна онлайн за посиланням. До вашої уваги представляємо коротеньку відео-інструкцію. 1.Зайти на сайт та обрати Поголівську МТГ. 2.Ознайомитися з проектами. 3.Обрати не більше 1 проекту з кожної категорії. 4.Підтримати обраний за допомогою ЕЦП, банківського додатку або картки ID. Підтримай свою громаду!	Відеоінструкція		+												Відділ економічного розвитку
4	facebook	Знайомство з автором	14 постів з інформацією + фото	Розміщення інформації про авторів+фото, коротенький опис проекту, відео (за наявності)		+	+	+										Відділ економічного розвитку
5	Зустріч авторів з цільовою аудиторією РБК	Знайомство з проектами	Вступне слово про ГБ, презентація проектів їх авторами, обмін досвідом з авторами-переможцями,	Презентація проектів, реалізовані проекти-			+											Відділ економічного розвитку

			можливість проголосувати	переможці																	
6	Челендж на facebook	#громадськийбюджет_Пологи	«Я проголосував, а ти?»		+	+	+	+													Відділ економічного розвитку
7	Свято до дня міста	«Автори проектів переможців громадського бюджету Поголівської МТГ»	Нагородження грамотами за авторів проектів переможців громадського бюджету Поголівської МТГ та з нагоди Дня міста	Розміщення на сайті, сторінці facebook			+														Відділ економічного розвитку