

**ПЛАН**  
**інформаційної кампанії щодо просування механізмів участі**  
**«Електронна петиція в Пологівській міській територіальній громаді»**

<b>Назва громади:</b> _Пологівська міська територіальна громада _____
<b>Інструмент або інструменти участі, на просування якого/яких спрямована інформаційна кампанія:</b> Електронні петиції (на прикладі діючої петиції № 1 у сфері «Благоустрій та будівництво»)
<b>Відповідальна особа з органу влади відповідальна за проведення інформаційної кампанії (ПІБ, посада та контакти):</b> Андрющенко Марія Ігорівна, провідний спеціаліст відділу організаційної роботи та розвитку громадянського суспільства, 0669331126
<b>Стан впровадження інструментів участі (коли було ухвалено положення про інструмент, чи застосовувався на практиці):</b> Положення № 173 затверджене на сесії від 18.05.2017 «Про затвердження Порядку розгляду електронних петицій, адресованих Пологівській міській раді»  Застосовується на практиці
<b>Мета інформаційної кампанії:</b> популяризація електронних петицій серед жителів громади, збільшення кількості поданих петицій за місяць до 2, підтримка 1 петиції за місяць
<b>Характеристика цільової аудиторії:</b> <u>14-18 років</u> ПІБ: Семененко Данило Вік: 14 років Професія: школяр Спосіб життя: навчається у 9 класі на гуманітарному напрямку, має батьків, меншу сестру, любить футбол, займається військово-спортивними єдиноборствами, з майбутньою професією поки що не визначився тому, що імпонують різні напрямки Медіа, якими користується: сторінки Фейсбук, Інстаграм, Твіттер Страхи, болі: відсутність у місті місця, де могла б відпочивати молодь, страх не досягти тих цілей, які ставить перед собою Мрії, бажання: мріє про крутий мотоцикл  <u>18-35 років</u> ПІБ: Андрющенко Олександр Володимирович Вік: 30 років Професія: підприємець Спосіб життя: має власний бізнес, займається спортом, є членом молодіжної ради та виконавчого комітету міської ради Медіа, якими користується: сайт Пологівської міської ради, сторінки Фейсбук, Інстаграм, Твіттер Страхи, болі: відсутність подальшого розвитку бізнесу, фінансова нестабільність Мрії, бажання: стабільний заробіток, розвиток власного бізнесу, покращення життя в громаді  <u>36-59 років</u> ПІБ: Семененко Мар'яна Олександрівна Вік: 40 Професія: викладач школи мистецтв

Спосіб життя: має дві донечки, займається творчістю, приймає активну участь в культурному житті громади  
 Медіа, якими користується: сайт Пологи́вської міської ради, сторінки Фейсбук, Інстаграм, Твіттер, електронні ЗМІ  
 Страхи, болі: майбутнє дітей, втрата роботи  
 Мрії, бажання: бути частиною суспільства, мати гідну заробітну плату та відпочинок, мати можливість зробити рідну громаду кращою

**Скільки людей планується охопити інформаційною кампанією?**  
 5000

**Канали комунікації, які будуть використовуватися:**

Молодь 18-35 років: Фейсбук, Інстаграм, Твіттер, інтерактивні заходи, акції

Працюючі/непрацюючі громадяни 36-59 років: Фейсбук, Інстаграм, Твіттер, дошки оголошень, друкована продукція

**Варіанти ключових повідомлень для цільових груп:**

Твоя петиція – змінить життя громади!

Є петиція – є результат!

Хочеш змін в громаді – підпиши петицію!

Змінюй громаду зараз! Підпиши петицію!

Вона працює!

**Яким чином тестуватимемо ключові повідомлення?**

Шляхом проведення онлайн-опитування, моніторинг поданих петицій

**Як будемо аналізувати ефективність інфокампанії?**

Шляхом проведення онлайн-опитування, моніторингу кількості переглядів/лайків/коментарів/поширень повідомлень на офіційному сайті та в соціальних мережах, моніторинг поданих петицій, набраних голосів

№	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"> <li>● фокус-групи</li> <li>● опитування</li> <li>● живі зустрічі</li> </ul>	+			
3	Розробити ключове повідомлення		+		
4	Визначити канали інформування: <ul style="list-style-type: none"> <li>● публікації на офіційних сторінках громади</li> <li>● друкована продукція (буклети, флаєри, банери)</li> <li>● публікації в ЗМІ</li> <li>● публікації на місцевих сторінках соцмереж</li> <li>● створення нових сторінок, у т.ч. сторінки персонажа, тематичної сторінки</li> <li>● дописи в чатах, закритих спільнотах (за згоди)</li> <li>● листи</li> <li>● SMS-розсилки</li> <li>● публічні заходи</li> <li>● інформаційні акції</li> <li>● перформанси</li> <li>● зовнішня реклама (у т.ч. дошки оголошень, зупинки, екрани, рекламні розтяжки)</li> <li>● промоційні відео</li> <li>● церква</li> <li>● лідери думок в громаді (особисті зустрічі чи сторінки у соцмережах)</li> <li>● місцеві підприємства (зустрічі, внутрішні канали комунікації)</li> </ul>		+		
5	Протестувати ключове повідомлення <ul style="list-style-type: none"> <li>● фокус-групи</li> </ul>		+		

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>онлайн-опитування з маленькою вибіркою</b></li> </ul>				
6	Провести інформаційну кампанію		+		
7	Проаналізувати ефективність інформаційної кампанії: <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>кількість інформаційних матеріалів, публікацій, заходів</b></li> <li>● <b>кількість проінформованих жителів</b></li> <li>● <b>наявність поданих проєктів, петицій, ініціатив і подібне...</b></li> <li>● налагодження комунікації з новими групами населення (залучено в активності, яка кількість)</li> <li>● виявлення нових лідерів думок у громаді</li> <li>● поява нових волонтерських груп</li> <li>● <b>будь-які інші якісні показники, які показують зміни в громаді</b></li> </ul> <b>у результаті проведеної інформаційної кампанії</b>			+	

## Таблиця заходів інформаційної кампанії

№	Канал комунікації	Тема повідомлення	Текст посту	Візуалізація	Термін реалізації	Відповідальна особа
1	Офіційний сайт ПМР, сторінка Фейбук	Детальніше про те, як подати електронну петицію	Слайди з детальним роз'ясненням. Як правильно заповнити форму та подати електронну петицію	Відеопрезентація	15.09	Єршов А. Андрющенко М.
2	Офіційний сайт ПМР, сторінка Фейбук	Мотиваційний ролик про електронну петицію (від автора петиції, лідера думки чи просто інформація від нас) (за участю петиції № 1)	Коротко про те, чому варто подавати петицію	Відеоролик	17.09 (за участю петиції № 1) жовтень-листопад	Андрющенко М.
3	Офіційний сайт ПМР, сторінка Фейбук	Як і де можна проголосувати за петицію	Слайди з детальним роз'ясненням	Відеопрезентація	22.09	Єршов А. Андрющенко М.
4	Офіційний сайт ПМР, сторінка Фейбук	Хто може бути автором електронної петиції?	Роз'яснення законодавства	Пост + фото	24.09	Андрющенко М.
5	Офіційний сайт ПМР, сторінка Фейбук	Як відбувається розгляд електронних петицій	Інформація про процедуру розгляду петиції (положення про петицію)	Пост + фото	01.10	Андрющенко М.
6	Офіційний сайт ПМР, сторінка Фейбук	Які електронні петиції не допускаться? Через що вони можуть бути недопущені?	Роз'яснення, які петиції можуть бути допущені до голосування. Про головні помилки авторів петицій	Пост + фото	06.10	Андрющенко М. Осипенко Н.
7	Офіційний сайт ПМР, сторінка Фейбук	Які проблеми можна вирішити за допомогою інструменту участі, подавши	Коментарі влади, виконавців петицій	Пост + фото	08.10	Андрющенко М. Осипенко Н.

		електронну петицію до місцевої влади				
8	Офіційний сайт ПМР, сторінка Фейсбук, повідомлення через відділ культури і туризму, відділ освіти, молоді і спорту	Симулятивна гра «Проголосуй за мою петицію» (за участю петиції № 1)	Оголошення-запрошення про проведення симулятивної гри	Інфографіка	13.10	Андрющенко М. Осипенко Н. Кривицька І.
9	Офіційний сайт ПМР, сторінка Фейсбук	Чому важлива агітація за свою електронну петицію	Розповісти про те, чому для авторів важлива агітація за свою петицію, про види агітації	Пост + фото	15.10	Андрющенко М.
10	Офіційний сайт ПМР, сторінка Фейсбук	Симулятивна гра «Проголосуй за мою петицію» відбулася (за участю петиції № 1)	Інформація про захід	Пост + фото	20.10	Андрющенко М.
11	Сторінка Фейсбук, бланк анкети в ЦНАП	Опитування на тему електронних петицій	Опитування з аналізом результатів	Анкетне опитування онлайн та офлайн з аналізом	Протягом вересня-жовтня, аналіз – 22.10	Андрющенко М. Осипенко Н. Кривицька І.
12	Офіційний сайт ПМР, сторінка Фейсбук	Детально про процес голосування за подані електронні петиції та хто втілюватиме їх в життя	Поетапна розповідь про процес голосування та її подальшу долю після отримання необхідної кількості голосів	Пост + фото	27.10	Андрющенко М.
13	Офіційний сайт ПМР, сторінка Фейсбук	Розробка та розміщення банера для скорішого пошуку інформації про петиції на сайті та в соцмережах	Інфографіка	Інфографіка	29.09	Андрющенко М. Єршов А.
14	Заклади освіти, культури, соціального	Поширення буклетів про електронні петиції в	Коротка інформація про найважливіші аспекти процесу	Друкована продукція	Вересень-листопад	Андрющенко М. Бандурка С. Діденко М.

	захисту	Пологівській громаді	подання петицій та її роль як інструменту участі			Кириченко С. Герен Т.
15	Офіційний сайт ПМР, сторінка Фейбук	Повідомлення про те, що на дошках оголошень громади розміщено плакати на тему електронних петицій	А ви бачили на дошках оголошень інформацію про петиції?	Пост + фото + інфографіка	вересень-листопад (залежить від того, коли буде виготовлена друкована продукція)	Андрющенко М. Єршов А.