



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

FONDUL SOCIAL EUROPEAN

Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară: "Incluziunea socială și combaterea sărăciei"

Obiectiv specific: "Consolidarea capacității întreprinderilor de economie socială de a

funcționa într-o manieră auto-sustenabilă"

Titlul proiectului: UCB susține antreprenoriatul social

Contract POCU/449/4/16 - cod SMIS 127047

METODOLOGIA DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

1



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

CUPRINS

- Grupul țintă vizat spre informare
- Asigurarea egalității de șanse în cadrul procesului de informare a publicului în vederea selecției grupului țintă
- Procesul de informare a publicului în vederea selecției grupului țintă
 - Campanie on-line
 - Publicitate on-line
 - Creare bannere
 - Difuzare bannere prin Google AdWords
 - Difuzare bannere prin FacebookAds
 - Campanie offline
 - Afise
 - Leaflet
 - Intalniri



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

CUPRINS

- Crearea unui landingpage
- Funcționarea landingpage-ului
- Elaborarea și transmiterea de newslettere
- Informare prin intermediul afișajului
 - Creare matrice leaflet-uri/afișe/rollup-uri/banner
 - Distribuire leaflet-uri/afișe



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

GRUPUL TINTA VIZAT SPRE INFORMARE

Prin campania derulată în cadrul proiectului “UCB sustine antreprenoriatul social”” se vor informa cel puțin 960 de persoane care îndeplinesc următoarele condiții:

- Au domiciliul/reședința în regiunea Sud-Muntenia (județele Argeș, Călărași, Dâmbovița, Giurgiu, Ialomița, Prahova, Teleorman) și Sud Vest Oltenia (județele Dolj, Olt, Gorj, Mehedinți, Valcea)
- Au peste 18 ani
- Nu fac parte din categoria Neets
- Doresc să deschidă o afacere

GRUPUL TINTA VIZAT SPRE INFORMARE

Proiectul își propune în special să vină în întâmpinarea celor care doresc să înființeze o întreprindere socială. Aceștia pot fi “găsiți” pe internet prin Google AdWords și FacebookAds pentru că, în mod curent, având dorința de a înființa o întreprindere socială, caută informații despre legislația specifică, antreprenoriat, reglementări contabile, studii de piață, studii de caz etc. sau se implică în acțiuni de voluntariat sau sunt interesați de probleme sociale. Pe cei care nu obișnuiesc să utilizeze internetul îi vom “găsi” prin deplasări în teritoriu, în comunități, prin postarea de afișe și răspândirea de fluturasi (leaflet-uri) cu informații despre proiect.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

GRUPUL TINTA VIZAT SPRE INFORMARE

Dintre cele 960 de persoane in varsta de peste 18 ani, cu domiciliul in regiunea Sud Muntenia sau Sud Vest Oltenia, care vor fi informate in cadrul campaniei cu privire la activitățile din proiect, 120 vor deveni membri ai grupului țintă în cadrul activității A.2.2. Selectia grupului tinta.

Criteriile minime pe care trebuie sa le indeplineasca o persoana care doreste sa se inscrie in grupul tinta sunt:

- ✓ sa aiba domiciliul sau resedinta in regiunea Sud Muntenia sau regiunea Sud Vest Oltenia
- ✓ sa aiba varsta peste 18 de ani
- ✓ sa nu faca parte din categoria Needs
- ✓ sa aiba cel putin studii medii



UNIUNEA EUROPEANĂ



ASIGURAREA EGALITATII DE SANSE IN CADRUL PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

Respectarea principiului egalitatii de sanse se va face in primul rand prin accesul la informatie in cadrul campaniei de informare a publicului referitor la oportunitatile oferite de proiect si principalele conditii pentru a beneficia de acestea prin inscrierea in grupul tinta.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

ASIGURAREA EGALITATII DE SANSE IN CADRUL PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

Orice persoană se încadrează și respectă criteriile menționate în „Procedura de selecție a grupului țintă” va avea acces la informații și poate deveni membru al grupului țintă. Nu se va face nici un fel de deosebire, excludere, restricție sau preferință, pe bază de rasă, naționalitate, etnie, limbă, religie, categorie socială, convingeri, sex, orientare sexuală, vârstă, handicap, boală cronică necontagioasă, infectare HIV, apartenență la o categorie defavorizată, precum și orice alt criteriu care are ca scop sau efect restrângerea dreptului de a participa la proiect.



UNIUNEA EUROPEANĂ



ASIGURAREA EGALITATII DE SANSE IN CADRUL PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

Proiectul “UCB sustine antreprenoriatul social” respectă principiile egalității de șansă și participă în mod determinant la promovarea respectării acestor principii. În acest sens Experții informare în vederea selecției grupului țintă, beneficiind de îndrumarea Coordonatorului informare și selecție grup țintă, pe parcursul campaniei de informare, vor garanta aplicarea tuturor acestor politici și practici.



UNIUNEA EUROPEANĂ



ASIGURAREA EGALITĂȚII DE ȘANSE ÎN CADRUL PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI ÎN VEDEREA SELECȚIEI GRUPULUI ȚINTĂ

Coordonatorul informare și selecție grup țintă va monitoriza permanent situația persoanelor informate (domiciliu, gen, vârstă, statut pe piața muncii etc.) intervenind pentru asigurarea egalității de șanse și tratament între femei și bărbați, accesibilitatea serviciilor pentru persoane în vârstă sau cu dizabilități, o distribuție rezonabilă a persoanelor în funcție de județul în care locuiesc, atingerea țintelor prevăzute de indicatori pentru șomeri și persoane inactive.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

ASIGURAREA EGALITATII DE SANSE IN CADRUL PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

Deoarece informarea publicului este o cerință esențială pentru a asigura egalitatea de șanse a celor care ar fi interesați să devină membrii ai grupului țintă, Coordonatorul va informa Managerul de proiect imediat asupra oricărei întârzieri/ probleme apărute în elaborarea și difuzarea materialelor de informare.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

ASIGURAREA EGALITĂȚII DE SANSE ÎN CADRUL PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI ÎN VEDEREA SELECȚIEI GRUPULUI ȚINTĂ

Campania de informare se va desfășura în lunile L1-L10 ale proiectului, luna 1 fiind luna ianuarie 2020, în cadrul activității A.2. Informarea și selecția grupului țintă, subactivitatea A.2.1. Informarea publicului în vederea selectării grupului țintă și va fi realizată de către Experții informare regionali și județeni sub îndrumarea Coordonatorului informare și selecție grup țintă.



UNIUNEA EUROPEANĂ



ASIGURAREA EGALITATII DE SANSE IN CADRUL PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

Având în vedere faptul că proiectul “UCB sustine antreprenoriatul social” vine în întâmpinarea celor care doresc să își înființeze o întreprindere sociala, campania de informare se adresează persoanelor care caută informații despre legislația specifică, antreprenoriat, reglementări contabile, studii de piață, studii de caz etc. sau se implică în acțiuni de voluntariat sau sunt interesați de probleme sociale. Pe cei care nu obișnuiesc să utilizeze internetul îi vom ”găsi” prin deplasări în teritoriu, în comunități, prin postarea de afișe și răspândirea de fluturasi (leaflet-uri) cu informații despre proiect.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

ASIGURAREA EGALITATII DE SANSE IN CADRUL PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

Componenta de bază a campaniei de informare va fi distribuirea bannerelor în mediul on-line prin:

- Google AdWords care permite o targetare geografică, contextuală, dar și targetarea site-urilor pe care apar aceste bannere, în cazul de față publicații on-line care abordează subiecte legate de antreprenoriat
- FacebookAds care permite o targetare și mai complexă, de la aspecte generale, precum cele geografice (țară, oraă, cartier) și demografice (vârstă, sex), până la cele de natură comportamentală (preferințe, interese, hobby-uri, grupuri și comunitati)



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

ASIGURAREA EGALITATII DE SANSE IN CADRUL PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

CAMPANIE ON-LINE

PUBLICITATE ON-LINE

CREARE BANNERE

În prima lună de proiect vor fi realizate 3 bannere – unul pentru publicitate pe rețeaua de socializare Facebook (1200 x 625 px) și două pentru publicitate pe AdWords (300 x 250 px și 300 x 600 px). Bannerele vor conține informații cheie despre proiect, atrăgând atenția persoanelor vizate asupra importanței acestuia.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

ASIGURAREA EGALITATII DE SANSE IN CADRUL PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

CAMPANIE ON-LINE

PUBLICITATE ON-LINE

DIFUZARE BANNERE PRIN GOOGLE ADWORDS

Prin Google Display Network (GDN) se înțelege un set de site-uri din întreaga lume, de la simple bloguri, la cele mai cunoscute și nișate dintre acestea, la ziare on-line, site-uri financiare, portaluri, inclusiv Gmail și YouTube, prin intermediul cărora se afisează reclamele gestionate în contul de AdWords.



UNIUNEA EUROPEANĂ



ASIGURAREA EGALITATII DE SANSE IN CADRUL PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

CAMPANIE ON-LINE

PUBLICITATE ON-LINE

DIFUZARE BANNERE PRIN GOOGLE ADWORDS

Astfel se va permite:

- targetarea geografică (difuzarea anunțurilor numai în județele din regiunea Sud-Muntenia și Sud Vest Oltenia)
- targetare contextuală (bannerele vor fi afișate automat pe site-uri care abordează teme legate de antreprenoriat social, înființare de afaceri, voluntariat, implicare socială etc.). Aproape toate siteurile din România permit afișarea de reclame prin AdWords
- targetare demografică, respectiv posibilitatea de a alege cui vor fi afișate reclamele în funcție de sex și vârstă. În cazul nostru se va ține seama de orice vârstă de la 18 ani în sus, iar în privința sexului peste 60% din destinatari să fie femei, având în vedere că, statistic, numărul femeilor care intenționează să se implice într-o afacere este foarte mic (28,7%) (vezi statistica Registrului Comerțului)



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

ASIGURAREA EGALITATII DE SANSE IN CADRUL PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

CAMPANIE ON-LINE

PUBLICITATE ON-LINE

DIFUZARE BANNERE PRIN FACEBOOKADS

Rețeaua de socializare Facebook permite o targetare printr-o segmentare complexă, de la aspecte generale precum cele geografice (țară, oraș, cartier) și demografice (vârstă, sex, stare civilă), până la cele de natură comportamentală (preferințe, interese, hobby-uri, grupuri și comunități de care aparțin consumatorii).

În cadrul campaniei de informare a publicului se vor folosi filtre de direcționare disponibile în FacebookAds.



UNIUNEA EUROPEANĂ



ASIGURAREA EGALITATII DE SANSE IN CADRUL PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

CAMPANIE ON-LINE

PUBLICITATE ON-LINE

DIFUZARE BANNERE PRIN FACEBOOKADS

Principalele filtre de direcționare din FacebookAds ce vor fi folosite:

- Genul: Restrictionează anunțurile pentru o audiență masculină, feminină sau permite accesul la anunțuri pentru ambele genuri
- Vârsta: Se aleg unul sau mai multe intervale de vârstă prin care anunțurile sunt afișate utilizatorilor din intervalele respective
- Locația: Setează anumite zone (unde locuiesc utilizatorii) ca eligibile pentru a vizualiza anunțul



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

ASIGURAREA EGALITATII DE SANSE IN CADRUL PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

CAMPANIE ON-LINE

PUBLICITATE ON-LINE

DIFUZARE BANNERE PRIN FACEBOOKADS

Principalele filtre de direcționare din FacebookAds ce vor fi folosite:

- - gen, varsta, localizare, respectiv persoane cu varsta de peste 18 ani din regiunea Sud Muntenia si regiunea Sud Vest Oltenia, preponderent (cca 60%) de sex feminin;
- - aprecieri/interese si conexiuni: respectiv persoane care prin profilul de Facebook sau prin paginile de evenimente, grupuri sau aplicatii la care sunt coenctate arata ca au preocupari in domeniul afacerilor/antreprenoritatului social, se implica social, sunt interesate de problemele comunitatii.



UNIUNEA EUROPEANĂ



ASIGURAREA EGALITATII DE SANSE IN CADRUL PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

CAMPANIE ON-LINE

PUBLICITATE ON-LINE

DIFUZARE BANNERE PRIN FACEBOOK ADS

În cadrul procesului de informare se vor targeta persoane care îndeplinesc următoarele cerințe:

- au vârsta peste 18 de ani
- sunt din județe aparținând regiunii Sud-Muntenia și Sud Vest Oltenia
- sunt vorbitori de limba română
- au preocupări în domeniul afacerilor/antreprenoriatului social, sunt interesate de problemele comunitatii



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

ASIGURAREA EGALITATII DE SANSE IN CADRUL PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

CAMPANIE ON-LINE

PUBLICITATE ON-LINE

DIFUZARE BANNERE PRIN FACEBOOKADS

Pe întreaga perioadă de difuzare a bannerelor prin FacebookAds se vor monitoriza rezultatele prin editarea unor rapoarte cu date demografice ale persoanelor care au dat click pe bannerele afișate (județ, sex, vârstă), număr de vizualizări, număr de click-uri.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

ASIGURAREA EGALITATII DE SANSE IN CADRUL PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

CAMPANIE ON-LINE

CREAREA UNUI LANDINGPAGE

Landingpage-ul va fi un website cu o pagina principala pe care persoanele interesate de proiectul “UCB sustine antreprenoriatul social” vor intra automat in momentul in care vor da click pe banerele de informare. Pagina va contine informatii mai detaliate despre proiect decat banerele (obiective, activitati, rezultate) despre beneficiile si obligatiile calitatii de membru al grupului tinta, despre modalitatea de inscriere in grupul tinta.

Pagina va mai contine si adresa de mail a proiectului si un numar de telefon pentru persoanele care doresc sa ceara mai multe informatii. Totodata, persoanele interesate vor putea sa completeze un formular cu datele personale in vederea contactarii de catre expertii de informare



UNIUNEA EUROPEANĂ



ASIGURAREA EGALITATII DE SANSE IN CADRUL PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

CAMPANIE ON-LINE

FUNCTIONAREA LANDINGPAGE-ULUI

Pe întreaga perioadă de desfășurare a campaniei de informare, formularul va fi postat pe pagina principala (landing-page). Persoanele care si-au lasat datele de contact vor primi mailuri de informare despre afaceri sociale de succes din Romania si alte tari membre UE, despre continutul suporturilor de curs, alte informatii utile despre proiect.

Crearea landingpage-ului se va face in primele doua luni de proiect iar functionarea va fi continua pe parcursul campaniei de informare in vederea selectiei grupului tinta



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

ASIGURAREA EGALITATII DE SANSE IN CADRUL PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

CAMPANIE ON-LINE

CREAREA UNUI PLUG-IN

Proiectul va da posibilitatea persoanelor interesate de inscrierea in grupul tinta sa dialogheze in timp real cu expertii de informare prin intermediul unui plug -in conectat la landingpage.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

ASIGURAREA EGALITATII DE SANSE IN CADRUL PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

CAMPANIE ON-LINE

FORUM SI PAGINA DE FACEBOOK

Persoanele interesate de proiect vor putea dialoga nu numai cu expertii angajati ci si intre ele, dezvoltand astfel o comunitate de opinii si experiente.

Pentru aceasta va fi creata o pagina de Facebook care va fi conectata cu plug-in-ul landingpage-ului.

De asemenea, va fi creat un forum de discutii. Toate aceste canale de comunicare vor fi interactive astfel incat accesul online al persoanelor interesate sa fie facil, indiferent de canalul prin care fiecare este obisnut sa comunice.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

ASIGURAREA EGALITATII DE SANSE IN CADRUL PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

CAMPANIE ON-LINE

ELABORAREA SI TRANSMITEREA DE NEWSLETTERE

Newsletter-ul vizează persoanele care au intrat pe landingpage-ul proiectului prin intermediul bannerelor sau pe pagina de facebook, dar nu s-au conectat cu prin intermediul mijloacelor de comunicare online și nici nu și-au exprimat dorința de a se înscrie în proiect. Acestea vor primi cu ajutorul newsletter-ului informații suplimentare.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

ASIGURAREA EGALITATII DE SANSE IN CADRUL PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

INFORMARE PRIN INTERMEDIUL AFISAJULUI

Pentru a oferi informatii si celor care nu utilizeaza internetul, in primele doua luni de proiect va fi realizata matrita unui afis cu informatii cheie despre proiect, afis care va fi multiplicat in 200 de exemplare si postat in sediile primariilor, prefecturilor, agentilor de ocupare a fortei de munca, scolilor, liceelor, organizatiilor neguvernamentale, intreprinderilor sociale din regiunea Sud Muntenia si regiunea Sud Vest Oltenia care vor permite afisajul.

De asemenea, va fi elaborata matrita unui leaflet care va fi multiplicat in 1.000 de exemplare si distribuit persoanelor interesate



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

În fiecare județ va exista un expert de informare județean care va contacta instituțiile enumerate pentru afisaj și posibilitatea distribuirii de leaflet-uri în incinta acestora și se va întâlni personal cu cetățenii interesați de înscrierea în proiect pentru a le răspunde la întrebări.

Prin aceste mecanisme de campanie de informare considerăm că putem asigura informarea unui număr mare de persoane printr-un proces transparent și nediscriminatoriu.

În cadrul activității de informare a publicului în vederea selectării grupului țintă cei 2 experți informare regionali care vor gestiona campania de informare online și 6 experți de informare județeni (câte unul pentru fiecare două județe învecinate din regiunile de implementare) care vor gestiona campania de informare offline. Coordonatorul informare și selecție grup țintă va primi săptămânal de la acești lista persoanelor interesate de înscrierea în grupul țintă și o va transmite experților selecție grup țintă în vederea contactării.



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

De asemenea, Coordonatorul informare și selecție grup țintă va anunța Experții de informare în vederea selecției grupului țintă asupra situației persoanelor înscrise în grupul țintă și le va cere recalibrarea targetului dacă este cazul.

Coordonatorul activitatilor de informare si selectie grup tinta va asigura un echilibru de gen, in functie de judete, varsta si educatie.

Coordonatorul informare si selectie grup tinta va prelua saptamanal de la expertul selectie grup tinta situatia persoanelor inscrise si va reevalua tintele de informare, daca este cazul.