

Plan de comunicare

1. Scopul comunicării

(Poate face referire la rolul comunicării în îndeplinirea scopului proiectului, care este schimbarea de opinie a publicului țintă care se urmărește. Să fie concis și clar.)

2. Obiectivele comunicării

(A se avea în vedere corelarea acestora cu obiectivele proiectului, inclusiv comunicarea rezultatelor. Pot fi obiective care vizează crearea unor relații cu publicul, obiective de educare a publicului. Recomandăm formularea unor obiective SMART – specifice, măsurabile/cuantificabile, de atins, relevante și încadrate în timp)

3. Publicul țintă

(Cuprinde beneficiarii direcți, dar și indirecti, reprezentanții partenerilor de proiect etc.)

4. Mesaje cheie de transmis

(Vor fi formulate în funcție de obiectivele avute în vedere și de publicul țintă. Rolul acestora este de diferențiere a proiectului în mediul extern. Este necesar să fie coerente și să aibă un caracter unitar.)

5. Canalele de comunicare

*(În vederea alegerii celor mai potrivite canale de comunicare, recomandăm să fie avută în vedere următoarea schemă obiectiv 1 de comunicare – public țintă – mesaj – canal de comunicare. Se va preciza tipul acestora, **online** - website, social media, bloc, newsletter, presă online și **offline** – materiale de promovare de tip flyere, broșuri, afișe, evenimente de comunicare – eveniment de lansare a proiectului –, transmisiuni radio, transmisiuni TV).*

6. Principalele activități de comunicare

(Rezultate din obiectivele de comunicare)

**Acest document cuprinde doar câteva aspecte pe care ne dorim să le regăsim în plan proiectului dumneavoastră. În funcție de specificul proiectului, planul poate avea și o altă structură, informații extra.*