

Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020
Programul Operațional Capital Uman 2014-2020

Axa prioritară 3: Locuri de muncă pentru toți

Obiectivul specific 3.7: Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil nonagricol din zona urbană

POCU/82/3/7/106396

Titlul proiectului: ”UCB Susține antreprenoriatul”, Cod SMIS 2014+: 106396

PROCEDURA DE INFORMAREA A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECȚIEI GRUPULUI TINTA

UCB sustine antreprenoriatul

1

CUPRINS

- Grupul tinta vizat spre informare
- Asigurarea egalitatii de sanse in cadrul procesului de informare a publicului in vederea selectiei grupului tinta
- Procesului de informare a publicului in vederea selectiei grupului tinta
 - Campanie on-line
 - Publicitate on-line
 - Creare bannere
 - Difuzare bannere prin Google AdWords
 - Difuzare bannere prin FacebookAds

CUPRINS

- Crearea unui landingpage
- Functionarea landingpage-ului
- Crearea unui webinar
- Functionarea webinarului
- Elaborarea si transmiterea de newslettere
- Informare prin intermediul afisajului
 - crearea si distribuirea afiselor
 - crearea si distribuirea de leaflet-ere

GRUPUL TINTA VIZAT SPRE INFORMARE

Prin campania derulata in cadrul proiectului “UCB Sustine antreprenoriatul” se vor informa cel putin 960 de persoane.

Proiectul isi propune sa vina in intampinarea celor care doresc sa isi infiinteze o intreprindere si cauta informatii despre legislatie, antreprenoriat, reglementari contabile, studii de piata, studii de caz etc. Astfel nu se creaza o nevoie artificiala ci sunt sprijinite doar persoanele interesate direct de activitatile si beneficiile din cadrul proiectului.

GRUPUL TINTA VIZAT SPRE INFORMARE

Dintre cele 960 de persoane informate cu privire la activitatile din proiect, 320 vor deveni membri ai grupului tinta in cadrul activitatii A.2. Informarea si selectia grupului tinta. Cele 320 de persoane vor fi impartite in:

- 48 someri/persoane inactive
- 272 angajati, inclusiv persoane care desfasoara o activitate independenta



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

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 egal, transparent si nediscriminatoriu la informatie in cadrul campaniei de informare a publicului referitoare la oportunitatile oferite de proiect si principalele conditii pentru a beneficia de acestea.



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

Orice persoana se incadreaza si respecta criteriile mentionate in „Procedura de selectie a grupului tinta” va avea acces la informatii si poate deveni membru al grupului tinta. Nu se va face nici un fel de deosebire, excludere, restrictie sau preferinta, pe baza de rasa, nationalitate, etnie, limba, religie, categorie sociala, convingeri, sex, orientare sexuala, varsta, handicap, boala cronica necontagioasa, infectare HIV, apartenenta la o categorie defavorizata, precum si orice alt criteriu care are ca scop sau efect restrangerea dreptului de a participa la proiect.

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

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

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

Coordonatorul activitati de informare si selectie grup tinta va monitoriza permanent situatia persoanelor informate (domiciliu, gen, varsta, statut pe piata muncii etc.) intervenind pentru asigurarea egalitatii de sanse si tratament intre femei si barbati, accesibilitatea serviciilor pentru persoane in varsta sau cu dizabilitati, o distributie rezonabila a persoanelor in functie de judetul in care locuiesc, atingerea tintelor prevazute de indicatori pentru someri si persoane inactive.

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

Deoarece informarea publicului este o cerinta esentiala pentru a asigura egalitatea de sanse a celor care ar fi interesati sa devina membrii ai grupului tinta, Coordonatorul va informa Managerul de proiect imediat asupra oricarei intarzieri/probleme aparute in elaborarea si difuzarea materialelor de informare.

PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

Campania de informare se va desfasura in lunile ianuarie – mai 2018, in cadrul activitatii A.2. Informarea si selectia grupului tinta, subactivitatea A.2.1. Informarea publicului in vederea selectarii grupului tinta si va fi realizata de catre Expertii informare in vederea selectiei grupului tinta sub indrumarea Coordonatorului activitati de informare si selectie grup tinta.

PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

Avand in vedere faptul ca proiectul „UCB Sustine antreprenoriatul” vine in intampinarea celor care doresc sa isi infiinteze o intreprindere, campania de informare se adreseaza persoanelor care cauta informatii despre antreprenoriat si surse de finantare. Aceasta se va desfasura in principal in mediul on-line prin bannere, landingpage, webinar, newslettere si off-line prin distribuirea de leaflet-uri si lipirea de afise.

PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

Componenta de baza a campania de informare va fi distribuirea bannerelor in mediul on-line prin:

- Google AdWords care permite o targetare geografica, contextuala, dar si targetarea site-urilor pe care apar aceste bannere, in cazul de fata publicatii on-line care abordeaza subiecte legate de antreprenoriat
- FacebookAds care permite o targetare si mai complexa, de la aspecte generale, precum cele geografice (tara. oras. cartier) si demografice (varsta, sex), pana la cele de natura comportamentala (preferinte, interese, hobby-uri, grupuri si comunitati)

PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

CAMPANIE ON-LINE

PUBLICITATE ON-LINE

CREARE BANNERE

In prima luna 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, atragând atenția persoanelor vizate asupra importanței acestuia.

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 intelege un set de site-uri din intreaga lume, de la simple bloguri, la cele mai cunoscute si nisate dintre acestea, la ziare on-line, site-uri financiare, portaluri, inclusiv Gmail si YouTube, prin intermediul carora se afisaza reclamele gestionate in contul de AdWords.

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 geografica (difuzarea anunturilor numai in judetele din regiunea Sud-Vest Oltenia)
- targetarea contextuala (banerele vor fi afisate automat pe site-uri care au sau abordeaza subiecte legate de antreprenoriat, infiintare de afaceri)
- targetarea demografica, respectiv alegerea cui vor fi afisate reclamele in functie de sex si varsta. Se va targeta varsta intre 24 si 60 de ani, iar in privinta sexului, se va tine cont ca, statistic, numarul femeilor care intentioneaza sa deschida o afacere in calitate de actionar majoritar este foarte mic, astfel peste 60% din destinatari vor fi femei.

PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

CAMPANIE ON-LINE

PUBLICITATE ON-LINE

DIFUZARE BANNERE PRIN FACEBOOKADS

Reteaua de socializare Facebook permite o targetare printr-o segmentare complexa, de la aspecte generale precum cele geografice (tara, oras, cartier) si demografice (varsta, sex, stare civila), pana la cele de natura comportamentala (preferinte, interese, hobby-uri, grupuri si comunitati de care apartin consumatorii).

In cadrul campaniei de informare a publicului se vor folosi filtre de directionare disponibile in FacebookAds.

PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

CAMPANIE ON-LINE

PUBLICITATE ON-LINE

DIFUZARE BANNERE PRIN FACEBOOKADS

Principalele filtre de directionare din FacebookAds ce vor fi folosite:

- Genul: Restrictionaza anunturile pentru o audienta masculina, feminina sau permite accesul la anunturi pentru ambele genuri
- Varsta: Se aleg unul sau mai multe intervale de varsta prin care anunturile sunt afisate utilizatorilor din intervalele respective
- Locatia: Seteaza anumite zone (unde locuiesc utilizatorii) ca eligibile pentru a vizualiza anuntul

PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

CAMPANIE ON-LINE

PUBLICITATE ON-LINE

DIFUZARE BANNERE PRIN FACEBOOKADS

Principalele filtre de directionare din FacebookAds ce vor fi folosite:

- **Aprecieri si interese:** Se pot introduce cuvinte cheie care sa reprezinte o potentiala apreciere sau interes
- **Limba:** Vizeaza utilizatori in functie de limba pe care o vorbesc si pe care si-au trecut-o pe pagina profilului de pe Facebook
- **Educatia:** Vizeaza un utilizator in functie de nivelul de educatie pe care l-a setat pe profilul sau
- **Conexiuni:** Vizeaza utilizatorii care sunt deja conectati la o pagina specifica de pe Facebook, eveniment, grup sau aplicatie

PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

CAMPANIE ON-LINE

PUBLICITATE ON-LINE

DIFUZARE BANNERE PRIN FACEBOOKADS

In cadrul procesului de informare se vor targeta persoane care indeplinesc urmatoarele cerinte:

- au varsta peste 24 de ani
- sunt din judete apartinand regiunii Sud-Vest Oltenia
- sunt vorbitori de limba romana
- au preocupari in domeniul afacerilor/antreprenoritatului



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014 - 2020

PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

CAMPANIE ON-LINE

PUBLICITATE ON-LINE

DIFUZARE BANNERE PRIN FACEBOOKADS

Pe intreaga perioada 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 afisate (judet, sex, varsta), numar de vizualizari, numar de click-uri.



PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

CAMPANIE ON-LINE

CREAREA UNUI LANDINGPAGE

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

De asemenea, persoanele care au ajuns pe landingpage si sunt interesate vor completa un formular cu datele personale in vederea contactarii ulterioare.

PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

CAMPANIE ON-LINE

FUNCTIONAREA LANDINGPAGE-ULUI

Pe intreaga perioada de desfasurare a campaniei de informare, persoanele care dau click pe bannerele afisate pe site-uri sau pe reteaua de socializare Facebook vor “ateriza” pe aceasta pagina unde vor gasi mai multe informatii despre proiect. In cazul in care isi mentin interesul si doresc sa urmeze un curs de formare antreprenoriala si/sau de a-si deschide o afacere vor putea participa la un webinar. Inscrierea la webinar se va face prin completarea unui formular care va contine cel putin nume, prenume, localitate, judet, varsta, numar de telefon, adresa de e-mail.

PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

CAMPANIE ON-LINE

CREAREA UNUI WEBINAR

Webinarul este unul dintre cele mai moderne mijloace de asimilare a informatiei, chiar si din confortul propriei locuinte, fiind necesara doar o conexiune la internet.

Practic, webinarul este o conferinta web sustinuta de Expertul de informare in vederea selectiei grupului tinta la care vor participa grupuri de persoane interesate. In cadrul acestora vor exista sesiuni de intrebari la care participantii vor primi raspunsuri legatele de obiectivele, activitatile si rezultatele proiectului, dar in special despre inscrierea in grupul tinta.

PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

CAMPANIE ON-LINE

FUNCTIONAREA WEBINARULUI

Pe toata perioada campaniei de informare persoanele interesate vor putea sa participe la webinarii. Acestea vor fi organizate saptamanal sau de cate ori este nevoie, in functie de numarul persoanelor care s-au inscris.

Numarul persoanelor participante la un webinar va fi de cel mult 30, pentru a permite fiecareia sa isi exprime parerea sau sa puna intrebari si sa primeasca raspunsuri.

PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

CAMPANIE ON-LINE

ELABORAREA SI TRANSMITEREA DE NEWSLETTERE

Newsletter-ul vizeaza persoanele care au intrat pe landingpage-ul proiectului prin intermediul bannerelor sau pe pagina de facebook, dar nu s-au inregistrat pentru webinar si nici nu si-au exprimat dorinta de a se inscrie in proiect. Acestea vor primi cu ajutorul newsletter-ului informatii suplimentare.

PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

INFORMARE PRIN INTERMEDIUL AFISAJULUI CREAREA SI DISTRIBUIREA AFISELOR

Pentru a oferi informatii si celor care nu utilizeaza internetul, campania de informare are si o componenta off-line. Astfel in luna 1 de proiect se va realizat matrita unui afis cu informatii cheie despre proiect.

Acest afis va fi multiplicat in 20 de exemplare si postat de catre Expertul informare in vederea selectiei grupului tinta in primarii, prefecturi, agentii de ocupare a fortei de munca din regiunea Sud-Vest Oltenia, cu permisiunea autoritatilor locale. Afisul va contine un numar de telefon la care persoanele interesate pot cere mai multe informatii.

PROCESULUI DE INFORMARE A PUBLICULUI IN VEDEREA SELECTIEI GRUPULUI TINTA

INFORMARE PRIN INTERMEDIUL AFISAJULUI

CREAREA SI DISTRIBUIREA DE LEAFLET-ERE

De asemenea, se va elaborata matrita unui leaflet care va fi multiplicat in 1.000 de exemplare.

Leaflet-rele vor fi distribuite persoanelor interesate din regiunea Sud-Vest Oltenia si va contine informatii legate de activitatiile si beneficiile proiectului.

Prin acest mecanism etapizat campanie de informare in vederea selectiei grupului tinta poate asigura informarea unui numar mare de persoane intr-un timp scurt (960 de persoane in 5 luni, peste 190 de persoane pe luna), intr-un proces transparent si nediscriminatoriu.

In cadrul activitatii de informarea publicului in vederea selectarii grupului tinta Coordonatorul activitati de informare si selectie grup tinta va primi saptamanal de la Experti informare in vederea selectiei grupului tinta o lista cu persoanelor interesate de inscrierea in grupul tinta si o va transmite Expertilor selectie grup tinta in vederea contactarii acestora. Totodata acesta va centraliza date si va elabora o baza de date cu cel putin 960 de persoane informate in vederea selectiei in grupul tinta.

De asemenea, Coordonatorul activitatii de informare si selectie grup tinta va anunta Expertii de informare in vederea selectiei grupului tinta asupra situatiei persoanelor inscrise in grupul tinta si le va cere recalibrarea targetului daca este cazul.

Spre exemplu, in situatia in care numarul celor inscrisi in grupul tinta dintr-un judet este foarte mare comparativ cu celelalte judete din regiunea Sud-Vest Oltenia, Coordonatorul activitatilor de informare si selectie grup tinta poate lua decizia de a creste numarul afisarilor de banere pentru persoanele care se afla in celelalte judetele.

Intocmit de

Expert informare in vederea selectiei grupului tinta

Avizat

Manager de proiect