



www.nrmbg.com

Публичност на дейностите, свързани с местното развитие

Ефективно и неформално разпространение на информация

Постоянна и многопосочна комуникация

- стратегически подход
- определени цели
- ясни послания
- съдържание, адаптирано за целевата група
- адекватни ресурси



Стратегически подход

При разработване на местната стратегия:

- Какво трябва да се комуникира (**ключови послания**)
- С кого ще комуникира МИРГ (**целеви аудитории**)
- Защо (**цели**)
- Как ще комуникира МИРГ (**какви канали ще ползва**)
- Кога (**за максимален ефект**).



Какво прави комуникациите привлекателни?

- Подкрепени проекти и техните резултати
- Участие на членовете на МИРГ



Съдържание, адаптирано към целевите групи

- Посещение на събитие
- Генериране на идеи
- Увеличено знание
- Представяне на проекти
- Събиране на обратна връзка



Съдържание, адаптирано към целевите групи

Целева аудитория	Комуникация	Канал
Рибари	<ul style="list-style-type: none">• Възможност да предложат подобрения на територията• Показване на подкрепени проекти за местни рибари• Възможности за финансиране	<ul style="list-style-type: none">• Радио• Срещи на пристанището• Социални медии• Индивидуални посещения



Европейски съюз
вместо разделение



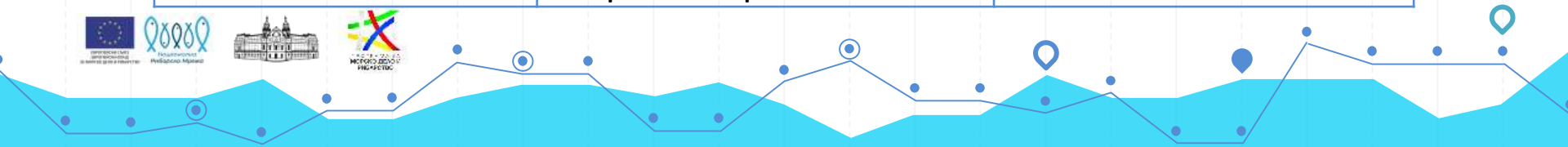
Министерство на
Земеделието, Горското стопанство
и Рибарството



Министерство на
Регионалното развитие
и Публичното управление



Министерство на
Регионалното развитие
и Публичното управление



Съдържание, адаптирано към целевите групи

Пример за групи и потенциални комуникационни цели и канали:

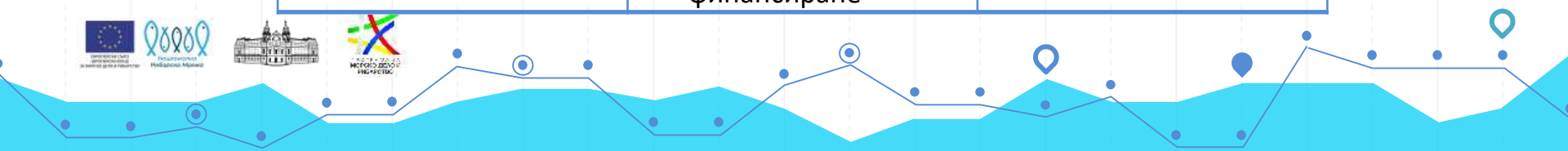
Фирми за аквакултури	<ul style="list-style-type: none">• Възможности за обмен и сътрудничество с други фирми от бранша• Възможности за финансиране	<ul style="list-style-type: none">• Местни събития• Имейл, телефон• Интернет сайт
-----------------------------	--	---



Съдържание, адаптирано към целевите групи

Пример за групи и потенциални комуникационни цели и канали:

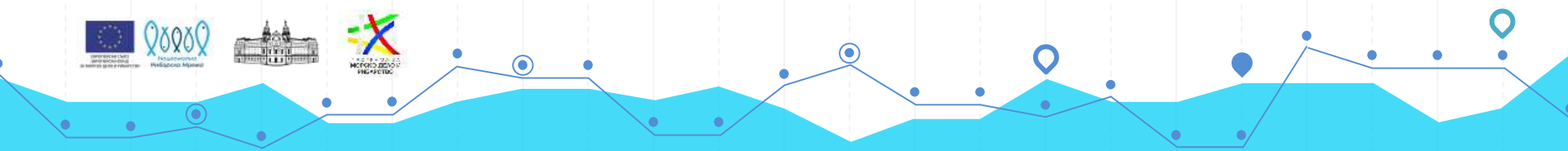
Младежи, включително наскоро завършилите	<ul style="list-style-type: none">• Възможност да предложат подобрения на територията• Показване на подкрепени стартъти и други инициативи на млади хора• Възможности за финансиране	<ul style="list-style-type: none">• Социални медии• Интернет сайт
---	--	--



Съдържание, адаптирано към целевите групи

Пример за групи и потенциални комуникационни цели и канали:

Изследователи на морето	Възникващи нужди от научни изследвания, например за решаване на екологични проблеми	<ul style="list-style-type: none">• Преса• Социални медии• Интернет сайт
--------------------------------	---	--



Съдържание, адаптирано към целевите групи

Пример за групи и потенциални комуникационни цели и канали:

Широка общественост

- Информирание на обществеността за визията на МИРГ за територията
- Повишаване осведомеността по определени теми, като роля на рибарите за района
- Популяризиране на ролята на МИРГ и на резултатите от финансираните проекти
- Местни медии
- Билбордове
- Интернет сайт
- Местни панаири
- Среци на общността



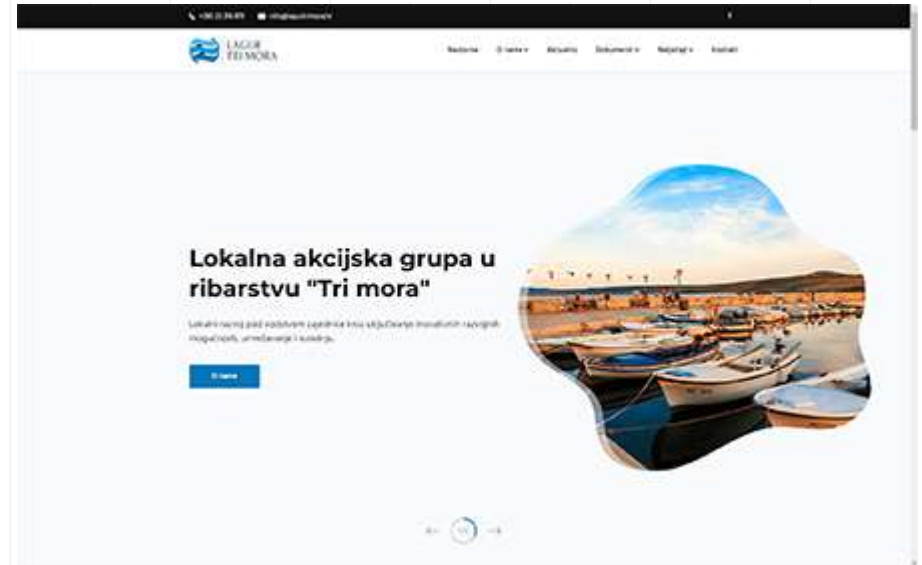
Интернет сайт

Какво представлява местната среда като цветове, образи, специфични характеристики?



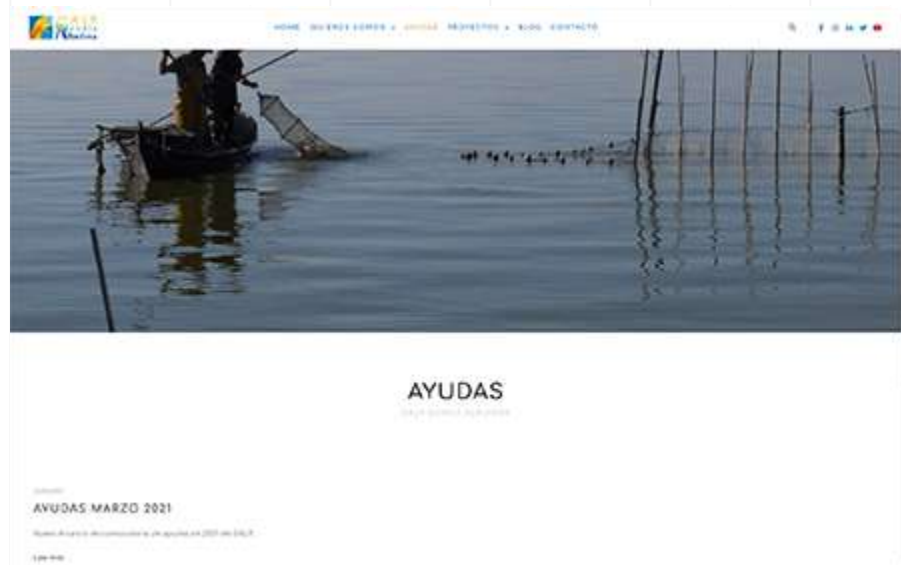
Примери за сайтове

Хърватската МИРГ Tri Mora
lagurtrimora.hr



Примери за сайтове

Испанската баска МИРГ
galpgandiaalbufera.com



Примери за сайтове

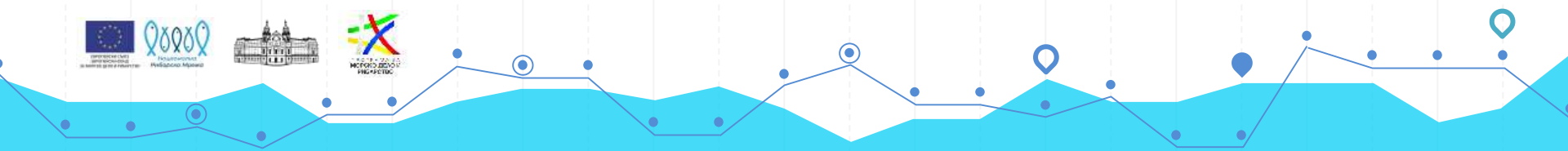
Италианската МИРГ
Friuli Venezia Giulia

www.gacfvfg.it



Вътрешни комуникации

- Изберете целева аудитория и напишете три въпроса, които биха могли да зададат за дейностите и постиженията на вашия МИРГ.
- Кои комуникационни дейности на МИРГ дават отговори на тези въпроси?



Комуникационни инструменти

- Преки комуникационни канали – социални медии, видеа, подкасти, сайт, блогове, срещи и събития
- Непреки комуникационни канали – съобщения за пресата, статии в медиите, радио и телевизионно отразяване



Комуникационни инструменти

- адаптирани към комуникационния канал
- инструменти за визуализация
- инструменти за проследяване и измерване на резултатите

