



РЕПУБЛИКА СРБИЈА
МИНИСТАРСТВО ЗА ЕВРОПСКЕ ИНТЕГРАЦИЈЕ
МИНИСТАРСТВО ФИНАНСИЈА
Сектор за уговарање и финансирање програма из средстава ЕУ



**#ЕУ
ЗА ТЕБЕ**

ВОДИЧ ЗА ВИДЉИВОСТ

за пројекте које ЕУ финансира у Србији



Правила о ЕУ и националној видљивости:

ФОРМАЛНИ ЗАХТЕВИ

1) Особе за контакт

Сви материјали на тему видљивости шаљу се на **visibility@euinfo.rs** а међу примаоце се убацује и адреса одговарајућег програмског менаџера. У највећем броју случајева, то подразумева колегу из Делегације ЕУ. Код великог броја пројеката којима примарно управља Влада Србије, координатор за видљивост Сектора за уговарање и финансирање програма из средстава ЕУ има саветодавну улогу у целом овом процесу и задужења која укључују пружање савета/подршке крајњим корисницима и извођачима. Имејл адреса координатора за видљивост Сектора за уговарање и финансирање програма из средстава ЕУ је **visibility.cfcu@mfin.gov.rs**. ЕУ инфо центар обавља саветодавну функцију, док одлуке доноси наручилац, тј. надлежни пројектни менаџер. У случају децентрализованог/индиректног управљања, ЕУ инфо центар обавља саветодавну функцију, а у случају Сектора за уговарање и финансирање програма из средстава ЕУ наручилац је координатор за видљивост Сектора, који даје одобрења.

2) Упознајте се са захтевима ЕУ!

Први обавезан корак за све пројекте које финансира Европска унија је саопштавање чињенице да је Европска унија финансирала или суфинансирала пројекат. У циљу наведеног саопштавања, важно је упознати се с Приручником за комуникацију и видљивост спољних активности Европске уније из 2018. године.

Познавање Приручника је од пресудног значаја због тога што он покрива писани и визуелни идентитет ЕУ. Он садржи смернице за информативне прилоге, писани материјал, конференције за штампу, позивнице за презентације, знакове, комеморативне плоче и све друге алате који се користе за истицање подршке ЕУ. Међутим, у случају Србије постоји једна кључна разлика: Слоган **#ЕУзаТЕБЕ** се може преузети са сајта Делегације Европске уније у Републици Србији <http://europa.rs/euzatebe-logo-and-visuals/?lang=en> и свуда се обавезно користи у овом облику:



#ЕУзаТЕБЕ је главни слоган кампање Делегације Европске уније у Србији и ЕУ инфо мреже у Београду, Нишу и Новом Саду, која промовише резултате развојне помоћи Европске уније Србији у оквиру процеса европских интеграција. Сви пројекти који су активни у Србији имају обавезу да користе овај слоган у комбинацији с европском заставом и – од случаја до случаја – у зависности од производа, формулацијом „Овај пројекат финансира Европска унија“. Србија и Европска унија деле заједничке вредности.

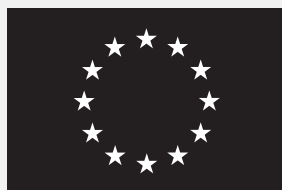
Кампања **#ЕУзаТЕБЕ** биће реализована у традиционалним медијима, на друштвеним мрежама, у сарадњи с државним институцијама, културним институцијама, организацијама цивилног друштва, установама и појединцима. Детаљне информације о **#ЕУзаТЕБЕ** налазе се на сајтовима www.europa.rs и www.euinfo.rs, као и на профилима на друштвеним мрежама Фацебоок, Инстаграм и Твиттер, где су обележене хаштагом **#ЕУзаТЕБЕ**.

Сигурна зона

**#ЕУ
ЗА ТЕБЕ**



Негатив



**#ЕУ
ЗА ТЕБЕ**

Позитив



**#ЕУ
ЗА ТЕБЕ**

Минимална величина
логотипа

#ЕУ
ЗА ТЕБЕ

1.4 cm

#ЕУ
ЗА ТЕБЕ

2 cm

#ЕУ
ЗА ТЕБЕ

3 cm

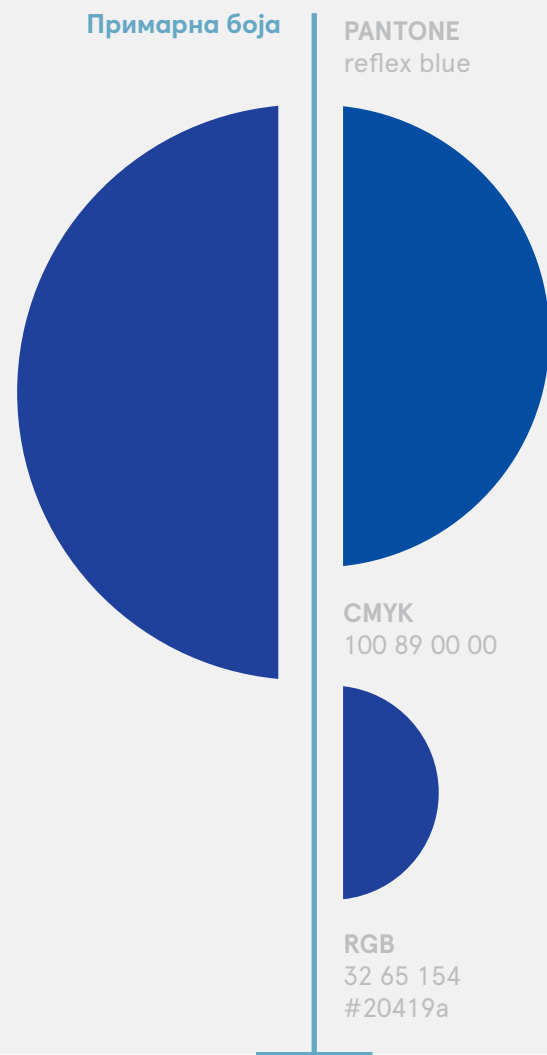
Примарна типографија

**#ЕУ
ЗА ТЕБЕ**

Aa

АБВГДЂЕЖЗИЈКЛЉМНЊОПРСТЋУФХЦЧЏШ
абвгдђежзијклљмнњопрстћуфхцчџш

Averta CY



- 3) Користите српско ћирилично писмо!**

Енглески представља радни језик за све пројекте које финансира ЕУ, а ви ћете такође комуницирати и припремати комуникацијске и промотивне материјале на енглеском језику. Међутим, препорука је да користите српску ћирилицу на свим материјалима које употребљавате, дистрибуирате и објављујете на интернету и ван њега.
- 4) Скратите назив свог пројекта!**

Ако је званични назив вашег пројекта дугачак, користите краћу верзију на визиткартама и пројектним документима. Користите званични назив пројекта у званичној пројектној документацији. Поменуто треба да се договори с надлежним менаџером за ЕУ пројекте. (Пример: Појачане мере за добро понашање у јавној служби у склопу оквирног уговора ИПА 2018, скраћено на „EU4PublicAdministration“ („ЕУзаЈАВНУуправу“).
- 5) Немојте правити нити користити пројектни логотип и немојте правити засебан сајт за пројекат!**

Препоручено је да креирате препознатљив визуелни идентитет који привлачи циљну групу и српску јавност уопште, али то не подразумева израду ни логотипа ни слогана за пројекат, и они се неће користити ни на којем материјалу нити производу ни под којим околностима. Исто важи и за сајт пројекта – немојте га правити осим када то Делегација одобри од случаја до случаја. Сајтови који су већ направљени и одобрени и који су већ доступни на интернету не морају да се бришу.
- 6) Повежите се с пројектима у свом сектору!**

Суштина је у томе да промовишете свој пројекат као део ширих напора ЕУ у оквиру пружања помоћи српским институцијама и организацијама код остваривања конкретних резултата и користи за грађане Србије. У плану је израда новог ИТ алата за пројекте које финансира ЕУ који ће служити као заједничка база пројеката које финансира ЕУ. Потребно је да познајете колеге са других пројеката које покривају исти сектор (нпр. животна средина) и да будете усмерени на заједничку комуникацију о одређеном сектору. Направите заједничке комуникацијске планове активности с другим пројектима у свом сектору и делите активности јер се тако остварује већи утицај него промовисањем сваког пројекта појединачно. Програми за доделу бесповратних средстава организацијама цивилног друштва и пројекти прекограничне сарадње примењују исти секторски приступ, али могу да користе сопствене ознаке и сајтове. Сви пројекти које финансира ЕУ у Србији имају обавезу да доставе онлајн информације новом ИТ алату за пројекте које финансира ЕУ, који ће бити на располагању од октобра 2019. године.

Сви комуникацијски алати и производи обавезно треба да садрже следеће визуелне елементе:

- Логотип #ЕУзаТЕБЕ у комбинацији с изјавом „Овај пројекат финансира Европска унија“
- Логотип институције кориснице и Министарства финансија, Сектор за уговарање и финансирање програма из средстава ЕУ (енгл. скр. CFCU) / или:
- Логотип корисника бесповратних средстава
- Корисникове информације за контакт
(није обавезно за промотивне материјале као што су оловке, капе, кишобрани, шоље итд.)
- Изјаве о одрицању од одговорности ЕУ
(за брошуре, памфлете, публикације, аудио-визуелне материјале, странице на друштвеним мрежама, презентацијске табле за видљивост на пројектним локацијама и комеморативне плоче, возила)
- Логотип институције кориснице и наручиоца

Веома важан елемент визуелног идентитета за све врсте уговора представља употреба грба Републике Србије. Грб Републике Србије (и/или институције кориснице и Министарства финансија, Сектор за уговарање и финансирање програма из средстава ЕУ) и застава ЕУ треба да буду посебно истакнути. С тим у вези, потребно је посветити посебну пажњу строгој примени Закона о изгледу и употреби грба, заставе и химне Републике Србије.



РЕПУБЛИКА СРБИЈА
Министарство за европске интеграције



РЕПУБЛИКА СРБИЈА
МИНИСТАРСТВО ФИНАНСИЈА
Сектор за уговарање и финансирање програма из средстава Европске уније
МИНИСТАРСТВО ЗА РАД, ЗАПОШЉАВАЊЕ,
БОРАЧКА И СОЦИЈАЛНА ПИТАЊА
МИНИСТАРСТВО ОМЛАДИНЕ И СПОРТА

(Сектор за уговарање и финансирање програма из средстава ЕУ и случај двају корисника)

Важна напомена: При комуникацији са страним партнерима, Делегација ЕУ у Србији има обавезу да користи енглеску верзију логотипа. У свим осталим случајевима, текст свих логотипа који се користе треба да буде написан српским ћириличним писмом.



Кликните на линк

Сви пројекти које финансира ЕУ су законски обавезани одредбама које садржи [АНЕКС ИИ Општих услова за уговоре о додели бесповратних средстава за спољне активности које финансира Европска унија, члан 6.](#)

Сви корисници пројекта имају обавезу да поштују одредбе документа [Захтеви за комуникацију и видљивост спољних активности Европске уније из 2018. године](#) који је објавила Европска комисија.

Графички водич за европску заставу:

<http://publications.europa.eu/code/en/en-5000100.htm>

Преузмите европску заставу:

https://europa.eu/european-union/about-eu/symbols/flag_en

Препоручене боје за државну заставу РС: „Књига стандарда малог грба и државне заставе, Народна скупштина“ из 2010. године (српски);

<http://www.mfa.gov.rs/sr/index.php/republika-srbija/simboli-republike-srbije?lang=lat>

Закон о изгледу и употреби грба, заставе и химне Републике Србије („Службени гласник РС“, бр. 36/09)

02

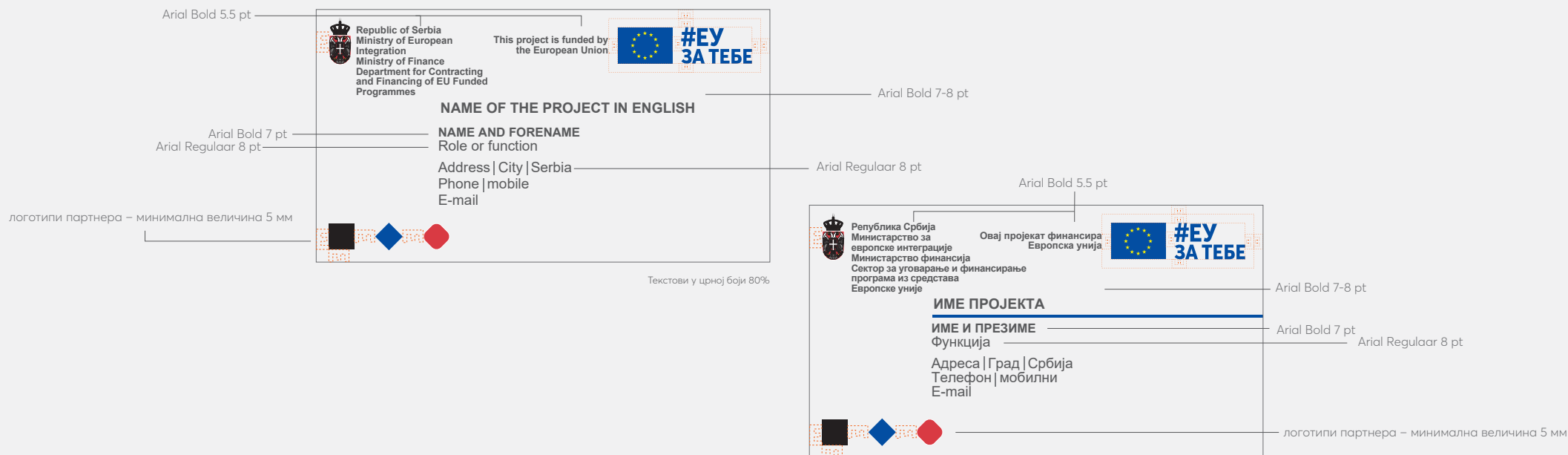
Правила о ЕУ и националној видљивости:

ПРИМЕНА У ПРАКСИ

Важна напомена: У сваком случају – без обзира на то с ким комуницирате на тему свог пројекта (националне или интернационалне институције) – визуелни идентитет пројекта обавезно садржи следеће: у левом углу је грб Републике Србије (институције кориснице, нпр. министарства) или застава Републике Србије. У десном углу је застава Европске уније.

Примери правилног коришћења комуникацијских алата који могу да вам затребају за пројекте представљени су у овом поглављу – и у енглеској и у српској верзији.

а. Визиткарте



6. Пројектна документација

За интерну/екстерну комуникацију (дописе, писма, факсови, извештаји, саопштења за штампу итд.)

Композиција заглавља и подножја (енглеска верзија, српска ћирилична верзија)

Republic of Serbia
Ministry of European
Integration
Ministry of Finance
Department for Contracting and Financing of EU Funded
Programs

This project is funded by
the European Union

#EY
ЗА ТЕБЕ

Arial Bold 12 pt
2.5 cm
NAME OF THE PROJECT IN ENGLISH

Arial Bold 11 pt
Invitation letter for the kick-off conference

Arial Regular 11 pt
2.5 cm
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

0.7 cm
2.5 cm
• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Текстови у црној боји 80%

логотипи партнера – минимална величина 8 мм

Address, City, Serbia
Phone, mobile
E-mail

Република Србија
Министарство за
европске интеграције
Министарство финансија
Сектор за уговарање и финансирање
програма из средстава Европске уније

Овај пројекат финансира
Европска унија

#EY
ЗА ТЕБЕ

Arial Bold 12 pt
2.5 cm
НАЗИВ ПРОЈЕКТА

Arial Bold 11 pt
Позивница за почетну конференцију

Arial Regular 11 pt
2.5 cm
Овај текст написан на латинском језику, или бар његове две почетне речи познате су штампарима више од пет векова, а последњих година, отада људи масовно праве сопствене сајтове, ушао је и међу „обичан“ свет. Заправо, од око 1500. године, када је непознати штампар сложио овај текст како би направио узорак књиге, Lorem ipsum се користи као модел у слогословачкој и штампарској индустрији.

0.7 cm
Уместо да користи текст који, на пример, гласи "Проба, проба, проба..." или "Ово је место за текст, ово је место за текст...", штампар је искористио узорак из стварне књиге, јер у њему не постоји никаква правилност већ некакав реални, насумични распоред слова, пауза и речи.

Мада би се на први поглед могло помислити да пасус има неки необичан смисао, чак и две његове најпознатије речи којим почиње, Lorem ipsum, саме за себе потпуно су безначајне.

Текстови у црној боји 80%

логотипи партнера – минимална величина 8 мм

Адреса, град, Србија
Телефон, мобилни
Имејл адреса

ц. Материјал за медије

Веома важан елемент комуникације с медијима је стандардни шаблонски текст. Пример исправне употребе шаблонског текста је у саопштењу за медије или другим материјалима за медије.

	 Република Србија Министарство Европске интеграције Министарство финансија Департамент за контрактирање и финансирање ЕУ фондованих програма	This project is funded by the European Union	 #EY ЗА ТЕБЕ
Arial Bold 12 pt	PRESS RELEASE		
2.5 cm			
Arial Regular 11 pt	Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.		
2.5 cm			
0.7 cm	• Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.		
Текстови у црној боји 80%			
Шаблонски текст	The European Union's donations to Serbia exceed EUR 3.6 billion from 2000 to date. The funds have been used to support development, quality of life and reforms in: civil protection, flood relief and protection, education, connectivity, environment, health and consumer protection, culture, rule of law, local development, jobs and growth, public administration, migration, public financial management, civil society and media, social inclusion, youth and sport. EU support is implemented in cooperation with the Government of Serbia. The European Union is a larger donor of development aid to Serbia than all other international donors put together.		
логотипи партнера – минимална величина 8 мм	  		
	Address, City, Serbia Phone, mobile E-mail		

	 Република Србија Министарство Европске интеграције Министарство финансија Сектор за уговарање и финансирање програма из средстава Европске уније	Овај пројекат финансира Европска унија	 #EY ЗА ТЕБЕ
Arial Bold 12 pt	САОПШТЕЊЕ ЗА МЕДИЈЕ		
2.5 cm			
Arial Regular 11 pt	Овај текст написан на латинском језику, или бар његове две почетне речи познате су штампарима више од пет векова, а последњих година, отада људи масовно праве сопствене сајтове, ушао је и међу „обичан“ свет. Заправо, од око 1500. године, када је непознати штампар сложио овај текст како би направио узорак књиге, Lorem ipsum се користи као модел у слогословачкој и штампарској индустрији.		
2.5 cm			
0.7 cm	Уместо да користи текст који, на пример, гласи "Проба, проба, проба..." или "Ово је место за текст, ово је место за текст...", штампар је искористио узорак из стварне књиге, јер у њему не постоји никаква правилност већ некакав реални, насумични распоред слова, пауза и речи.		
Текстови у црној боји 80%	Мада би се на први поглед могло помислити да пасус има неки необичан смисао, чак и две његове најпознатије речи којим почиње, Lorem ipsum, саме за себе потпуно су безначајне.		
Шаблонски текст	Од 2000. до данас, Европска Унија домирала је више од 3.6 милијарди евра Србији. Средства су коришћена за подршку развоја, квалитета живота и реформи у следећим сферама: цивилна заштита, заштита од поплава и помоћ поглављеним подручјима, образовање, повезаност, заштита околине, здравствена заштита и заштита потрошача, култура, владине права, локални развој, послови и привредни раст, јавна администрација, миграције, управљање јавним средствима, цивилно друштво и медији, социјална инклузија, омладина и спорт. ЕУ подршка је имплементирана кроз сарадњу са Владом Републике Србије. Европска Унија је домирала Србији више развојних средстава него сви други интернационални донатори заједно.		
логотипи партнера – минимална величина 8 мм	  		
	Адреса, град, Србија Телефон, мобилни Имејл адреса		

Важна напомена: У случају суфинансирања од стране корисника из државне управе, молимо вас да користите следећу изјаву о одрицању одговорности: Овај пројекат финансира Европска унија, а суфинансира Влада Републике Србије, или: Овај пројекат је финансиран средствима Европске уније и кофинансиран средствима Владе Републике Србије.

д. Изјаве о одрицању од одговорности

– Пошто ЕУ није одговорна за садржај комуникацијских материјала које припреме пројектни партнери, сви материјали обавезно треба да садрже изјаву о одрицању од одговорности, преведену на српски језик. У наставку су изјаве о одрицању од одговорности које ЕУ налаже за најчешће коришћене комуникацијске алате.

Брошуре, памфлети, публикације

"This publication is produced with the assistance of the European Union. The contents of this publication are the sole responsibility of <name of the grant beneficiary and implementing partner> and may in no way be taken to reflect the views of the European Union".

„Ова публикација објављена је уз финансијску помоћ Европске уније. За садржину ове публикације искључиво је одговоран/на/но <назив примаоца финансијске помоћи и партнера > и та садржина нипошто не изражава званичне ставове Европске уније”.

Друштвене мреже

"This site was created and maintained with the financial support of the European Union. Its contents are the sole responsibility of the implementing party <name of the grant beneficiary and implementing party>, and do not necessarily reflect the views of the European Union. © Copyright 2019 <Official name of the Project>"

Ова страница начињена је и одржава се уз финансијску помоћ Европске уније. За њену садржину искључиво је одговоран уговорач пројекта <назив примаоца финансијске помоћи и партнера >, и та садржина нужно не изражава ставове Европске уније. © 2019. <Званични назив пројекта>"

Одбори за видљивост ЕУ на пројектним локацијама и комеморативним плочама

"This site was created and maintained with the financial support of the European Union. Its contents are the sole responsibility of the implementing partners <name of the grant beneficiary and implementing partner>, and do not necessarily reflect the views of the European Union. © Copyright 2019 <Official name of the Project>"

Ова страница начињена је и одржава се уз финансијску помоћ Европске уније. За њену садржину искључиво је одговоран уговорач пројекта <назив примаоца финансијске помоћи и партнера >, и та садржина нужно не изражава ставове Европске уније. © 2019. <Званични назив пројекта>"

Привремена табла

Извођач је дужан да: 1. Произведе и одржава табле (величине 170x150) од почетка активности до шест месеци после њеног завршетка.

Приликом радова треба да буде постављена привремена табла – најмање две презентацијске табле на свакој уговореној локацији поред табле коју прописује српски закон. Препоручена величина је 170x150cm, са висином стубова од 2,2 м, на енглеском и српском језику.

Пример привремене табле за уговоре о извођењу радова:



Комеморативна плоча – по завршетку

2. По завршетку уговора о извођењу радова, извођач обавезно треба да припреми комеморативну плочу која се поставља на улазу изграђеног објекта или на путу на ком су изведени радови. Направите најмање једну комеморативну плочу за сваки изграђени објекат (величине А3) на српском језику.

Извођач обавезно треба да се консултује с менаџером пројекта ЕУ и институцијом корисником у вези с инструкцијама за најбоље постављање плоча од случаја до случаја. Делегација ЕУ може да одлучи да комеморативне плоче не садрже логотипе извођача. Следећа формулација може да се употреби:

„Овој општини помоћ је пружила Европска унија.“

„Овај пут обновљен је захваљујући донацији Европске уније.“

„Овај мост подигнут је уз подршку Европске уније.“ ...

Или неки други сличан текст који се договори с одговорним пројектним менаџером и ЕУИЦ тимом за информације. Наведене плоче треба да буду постављене на местима на којима је њихова видљивост највећа могућа. Препоручена величина је 170x150 cm, са висином стубова од 2,2 m.

Пример комеморативне плоче по завршетку уговора о радовима:



Возила и опрема

Опрема и возила видљиви су само српским циљним групама и због тога треба да буду брендирана само налепницама на српском језику.

Што се тиче ставки као што су опрема/намештај/возила и слично, треба да постоји јасно обележје ЕУ логотипа и изјава о финансирању, у облику налепнице или плочице на самој опреми. Возила и опрема која се користе у пројекту који финансира ЕУ треба да буду јасно обележене и на њима треба да буде видљива застава ЕУ.

Возила: У већини случајева може да се употреби следећа једноставна формулација: „Донација Европске уније“. used in most cases: „Донација Европске уније“



Аудио-визуелни материјали

Застава ЕУ треба да буде видљива на почетку и на крају, уз употребу фразе: „Овај материјал објављен је уз финансијску помоћ Европске уније. За његову садржину одговоран је искључиво <назив корисника финансијске помоћи и пројектног партнера> и она нипошто не одражава ставове Европске уније.“

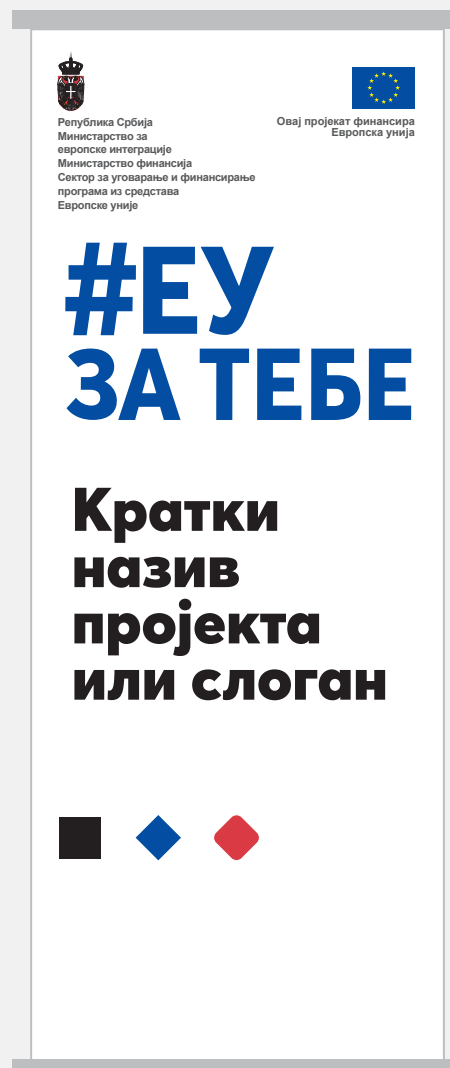
„Овај материјал објављен је уз финансијску помоћ Европске уније. За његову садржину одговоран је искључиво <назив корисника финансијске помоћи и пројектног партнера> и она нипошто не одражава ставове Европске уније.“

Промотивни материјали

Промотивни материјали најчешће су намењени српским циљним групама и због тога треба да буду првенствено на српском – написано ћирилицом или латиницом. Изјава о финансирању из ЕУ увек треба да буде у комбинацији са заставом ЕУ и да буде формулисана на српском језику на следећи начин: „Пројекат финансира Европска унија“. Што се тиче мањих предмета као што су оловке, УСБ меморије и слично могу да буду прихватљиве краће верзије попут „ЕУ донација“, „Финансира ЕУ“, „ЕУ пројекат“ или једноставно „Европска унија“ – поред обавезне заставе ЕУ. Што се тиче мајица, капа и других одевних предмета, пожељније је да буду обележене ознаком „Европска унија“.

„Донација Европске уније“

Важна напомена: Коришћење наведених логотипа обавезно је за све промотивне материјале (панони на извлачење, зидни пано/пано на извлачење, постери, Power Point презентације и слично) за све кориснике (главни корисник + Министарство финансија, Сектор за уговарање и финансирање програма из средстава ЕУ (енгл. скр. ЦФЦУ)) + логотип ЕУ + #ЕУзаТЕБЕ).





ОЗ

Стратешка комуникација:

**ЗБОГ ЧЕГА ЈЕ
ПОТРЕБНА И
ГДЕ СЕ
КОРИСТИ?**

Одговор на питање из наслова овог поглавља је једноставно: Ако желите да остварите утицај својим пројектом, потребно је да људи буду упознати с тиме како он доприноси решавању њихових проблема и потреба, а да би свест о пројекту била већа, потребно је да примењујете стратешку комуникацију. Другим речима: Потребно је да имате ефикасан комуникацијски план – што пре, то боље. Међутим, да би се припремио успешан комуникацијски план, потребно је да буде написан систематски тако да указује на то како су његови резултати релевантни за свакодневни живот грађана. Звучи компликованије него што обично јесте, а у наставку следи табела с контролним ставкама која је једноставна за праћење и олакшава израду комуникацијског плана који заиста даје резултате и који није написан само зарад испуњавања уговорних обавеза. Наведено је и неколико савета и трикова; не треба губити из вида за кога радите пројекат (за грађане Србије) и на који начин ћете им приступити (једноставном и јасном комуникацијом о томе какве ће они конкретне користи имати од њега).

Како се прави комуникацијска стратегија – Контролне ставке (игра у пет корака)

ЦИЉЕВИ

- 1) Да ли сте формулисали циљеве и намере? Да ли су циљеве конкретни и мерљиви?
- 2) Да ли сте прецизирали крајње и посредне комуникацијске циљеве пројекта?
- 3) Какве промене очекујете од своје циљне групе?
- 4) Који је планирани утицај?
- 5) Да ли пројекат предвиђа начине мерења комуникацијских ефеката и утицаја?

ЦИЉНА ГРУПА

- 1) Да ли сте анализирали своју циљну групу? У којој мери је хетерогена и у ком погледу (пол, старост, образовање, приход, уверења, проблеми, интересовања, вредности, мишљење, ангажованост итд.).
- 2) Да ли сте обухватили све релевантне циљне групе? Да ли можете детаљније да прецизирате наведену циљну групу?
- 3) Ко је заинтересован за ваш пројекат, ко може да допринесе, ко је заинтересован за његове резултате?
- 4) На кога би утицали резултати пројекта на локалном, регионалном и националном нивоу?
- 5) Да ли је циљ пројекта да се обрати директној циљној групи и посредницима како би досегао већи број људи?

ПОРУКА

- 1) Шта циљна група треба да зна о вашем пројекту?
- 2) Која конкретна решења ваш пројекат нуди? Које су последице ако се ништа не предузме?
- 3) Какве везе ваш рад има са свакодневним животом? Да ли је повезан са ширим друштвено-економским и политичким питањима, на начин који омогућава да се резултати и њихова релевантност лакше објасни креаторима политика и грађанима?
- 4) Да ли порука пројекта у једној реченици преноси главну корист за сваку конкретну циљну групу? Да ли сте формулисали циљану поруку и да ли користите одговарајући језик за сваку циљну групу?
- 5) Да ли повезујете поруку са сопственим комуникацијским циљевима?

МЕДИЈ

- 1) Да ли ангажујете партнере за дистрибуцију и мултипликатори? Уместо да настоји да изгради своју публику од нуле, пројекат треба да указује на то који партнери треба да се користе и на који начин.
- 2) Да ли сте назначили медије на локалном, регионалном и националном нивоу?
- 3) Да ли разматрате различите комуникацијске канале?
- 4) Примери интерперсоналне комуникације:
 - Тренинзи, разговор лицем у лице, групне дискусије, конференције, школске посете, новинарски обиласци, округли столови, изложбе, радионице, дани отворених врата, прегледи политика итд.
- 5) Примери комуникације путем масовних медија:
 - Радио, телевизија, видео, новине и часописи, друштвене мреже, блогови, онлајн расправе, саопштења за медије, билтени, приручници, брошуре, проспекти, флајери, плакати, налепнице, транспаренти, билборди, светлеће табле итд.

ЕВАЛУАЦИЈА

Показатељи исхода: најчешће подразумевају мерење оних који су директно постигнути активностима – број и профил учесника у догађају, број људи који су видели рекламу итд. Примери: број чланака, телевизијске и радијске вести, интервјуи и саопштења за медије, број организованих догађаја, информативних окупљања и конференција за медије, број људи који присуствују догађају, број предавача, број посета сајту итд. Показатељи исхода: кораци које је циљна група предузела као директан резултат комуникацијске активности. Исход је очекивани крајњи резултат пројектне интервенције.

Примери: однос циљаних медија према догађајима, нпр. тачност медијског извештавања, тон извештавања (позитиван или негативан), кључна порука и искоришћени цитати, број или проценат публике до које досежу медији, број посета сајту и преузимања, колико пута је циљна група имала прилику да види кампању, број људи који траже додатне информације путем сајта, контакт-информација итд., колико пута је садржај подељен дигиталним каналима (нпр. твитови, линк за дељење на мрежи Facebook, број Facebook фанова или пријатеља, број по садржају, број људи који коментаришу (нпр. Сајт, Facebook, YouTube) итд.

Показатељи утицаја: мере дугорочне последице пројектних активности (промена ставова, понашања итд.)
Пример: повећан број људи који су упознати с пројектом, позитивна промена ставова итд.

ИСПРИЧАЈТЕ ПРИЧУ, НЕМОЈТЕ САМО НАБРАЈАТИ ЧИЊЕНИЦЕ!

Људи воле наративе, јер они могу да дотакну срце и покрену емоције. То је оно што привлачи њихову пажњу, оно што их заинтересује и што сматрају да ће побољшати њихов живот. Наратив представља делотворан начин да се запамти пројектна порука и да се шире информације о пројектним резултатима. Имајући у виду поменуто начело, требало би да прилагодите комуникацију тако да она постигне следеће:

- Створи интересовање, нпр. путем саопштења за медије, публикације, репортаже или интервјуа, али и на начин на који усмено представљате свој пројекат. Интересовање људи се заснива на њиховим животима – саопштите на које начине пројекат директно утиче на питања из њихове свакодневнице и унапређује их.
- Формирајте профил своје циљне групе и дефинишите шта највише интересује појединачне групе.
- Пишите кратке реченице. Користите једноставне речи, креирајте слике пропраћене текстом, користите активне облике речи, заинтересујте читаоце и сл.
- Избегавајте скраћенице (ЦФЦУ, ПГС, МСП и слично – људима оне ништа не значе).

➤ Испричајте „своју причу“, истакните своја достигнућа, активности и занимљиве резултате који утичу (или ће утицати) на друге – нарочито на грађане – као крајњи циљ сваког пројекта.

➤ Не стављајте превише информација на једно место. Не можете баш све да кажете одједном, али обавезно треба да пружите информације које су релевантне за ваше читаоце.

➤ Имајте на уму да оно што је важно за вас и ваше колеге и оно што је важно за вашу циљну групу могу суштински да се разликују.

➤ Мање је више: модерно доба је доба слања порука и друштвених мрежа. У текстовима за публикације, брошуре, летке и слично користите поднаслов, уоквирене делове текста, издвајање ставки, подељана слова и друге елементе који олакшавају читање.

➤ Цитати (изјаве) – користите их како би текст био динамичнији, реалнији, занимљивији, личнији, убедљивији и сл. Пишите их курзивом.

➤ Стил којим пишете има важну улогу. Због тога избегавајте технички жаргон из пројекта који људи не разумеју. Пројектни задатак не представља подлогу за добру комуникацију – немојте копирати текстове из те документације.



Пример лошег стила писања

Тунис: „Медији и демократија“

Еуромед пројекат

Туниско удружење аудио-визуелних и мултимедијалних аниматора (ТУАВМА) – корисник бесповратних средстава у оквиру првог позива програма Euromed Youth Program (Еуромед за младе) за предлоге пројеката – спроводи свој пројекат у склопу Акционог сегмента 3 (Тренинг и умрежавање) на тему унапређивања демократске културе путем праксе коришћења мултимедијалних пројеката од 25. до 31. марта 2012. ТУАВМА је 5. марта 2012. са својим партнерима покренуо сајт на ком се налази и онлајн радио који ће служити као платформа где грађани могу да се изјасне о темама као што су људска права и грађанство.



Пример доброг стила писања

Онлајн радио за пропагирање слободног говора у Тунису

Туниско удружење аудио-визуелних и мултимедијалних аниматора (ТУАВМА) је овог месеца у Тунису покренуло онлајн радио који ће служити као платформа која омогућава грађанима да се изјасне о темама као што су људска права и грађанство. Пројекат је финансиран у склопу доделе бесповратних средстава програма Euromed Youth.

ФОТОГРАФИЈЕ ВРЕДЕ ХИЉАДЕ РЕЧИ! КОРИСТИТЕ ИХ!

Текст је атрактивнији и ефективнији када је пропраћен квалитетном објављивом фотографијом која описује шта желите да кажете и којој сте додали натпис.



Као облик визуелног наратива, фотографија такође треба да прича причу која поштује правило пет основних питања и тако открива КО је на фотографији, ШТА се дешава на њој, ЗАШТО се дешава, КАДА се десило и ГДЕ се десило.

Пример фотографске наратије:



Добар пример: није статична, приказује активност и одређену радњу у спонтаној ситуацији



Добар пример: укључује људе који имају користи од пројекта, визуелну референцу на улогу ЕУ (нпр. логотип, реченица или неки суптилни елемент на приказаној сцени)



Лош пример: не приказује основну идеју иза пројекта, његову релевантност за заједницу или утицај на њу



Лош пример: фотографија која приказује реконструкцију коју финансира ЕУ, али не персонификује поруку нити изазива емпатију код посматрача



Фотографије обавезно треба да имају резолуцију од најмање 300 DPI (како би се осигурао квалитетна штампа) у форматима JPEG или PNG;

Фотографије обавезно треба да имају величину од најмање 1 MB и највише 5 MB;

Свака фотографија обавезно треба да буде пропраћена натписом – кратким описом пројекта или активности који има најмање 100 и највише 300 знакова укључујући размаке и садржи и име аутора фотографије;

Пример:

Title: „Обележавање Међународног дана жена 8. марта 2018” – Делегација ЕУ у Републици Србији / (аутор фотографије: Марко Милановић)

Опис: „Младе девојке прослављају Међународни дан жена 2018. године на свечаном покретању ЕУ пројекта Образовање за девојке, који повећава број прилика за образовање и обуку српских жена и девојака”

Важна напомена: Обавезно увек наведите ауторска права над фотографијама. Немојте користити фотографије које су само преузете с интернета. Користите поуздане изворе (државне институције, институције ЕУ и сл.) који примењују политику слободног приступа ауторским правима, уз навођење извора фотографије.

04

Правила о ЕУ и националној видљивости:

КО ШТА РАДИ И КАДА?

4

Контролне ставке: Ко шта ради и када?

Први корак у случају децентрализованог/индиректног управљања средствима је то да се институција корисника (координатор за видљивост ИПА јединице) и извођач договоре о коначној верзији материјала за видљивост. Координатор за видљивост ИПА јединице затим шаље коначну верзију ЕУ инфо центру ради консултовања.

После тога, координатор за видљивост ИПА јединице прослеђује ревидирану верзију пројектног менаџеру Сектора за уговарање и финансирање програма из средстава ЕУ и координатору за видљивост на имејл адресу visibility.cfcu@mfin.gov.rs.

Коначну координацију с пројектним менаџером Делегације ЕУ (или канцеларијом за медије) спроводи Сектор за уговарање и финансирање програма из средстава ЕУ (координатор за видљивост), који пружа извођачу повратне информације о коначној/одоброј верзији.

УЛОГА У ПРОЈЕКТУ	СТРУЧЊАК ЗА КОМУНИКАЦИЈЕ НА ЕУ ПРОЈЕКТУ	ИПА КООРДИНАТОР ЗА ВИДЉИВОСТ У МИНИСТАРСТВУ/СЕКТОРУ ЗА УГОВАРАЊЕ И ФИНАНСИРАЊЕ ПРОГРАМА ИЗ СРЕДСТАВА ЕУ (мејл на: visibility.cfcu@mfin.gov.rs)	ДЕЛЕГАЦИЈА ЕУ ПРОЈЕКТНИ МЕНАѢР	ДЕЛЕГАЦИЈА ЕУ СЕКТОР ЗА ИНФОРМАЦИЈЕ, КОМУНИКАЦИЈУ И МЕДИЈЕ (мејл на: delegation-serbia-info@eeas.europa.eu)	ОСОБЉЕ ЕУ ИНФО ЦЕНТРА (мејл на: visibility@euinfo.rs)
ФАЗЕ УОБИЧАЈЕНИХ КОМУНИКАЦИЈСКИХ АКТИВНОСТИ					
ПЛАН КОМУНИКАЦИЈЕ И ВИДЉИВОСТИ					
Израда Акционог плана комуникације + календара планираних јавних догађаја (у раним фазама периода израде)	✓				
Одобрење АПК		✓	✓		
Ажурирање АПК, по потреби	✓				
Одобрење после измена АПК		✓	✓		
МАТЕРИЈАЛИ ЗА ВИДЉИВОСТ (шаблони, визиткарте, шаблони за Power Point презентације, комеморативне плоче, налепнице итд.)					
Израда текста/садржаја	✓				
Примање понуда	✓				
Израда дизајна	✓				
Одобрење (најмање једном недељно)		✓	✓		✓
Производња	✓				
САОПШТЕЊЕ ЗА МЕДИЈЕ					
Израда саопштења за медије на српском и енглеском језику	✓				✓
Одобрење саопштења за медије		✓			✓
Финализација и коначно одобрење				✓	
Дистрибуција саопштења медијским кућама		У координацији са Сектором за информације Делегације ЕУ			Шаље се неколико дана пре догађаја
Објављивање на сајтовима корисника и Делегације ЕУ/ЕУ инфо центра		✓			✓
Достављање примерака саопштења новинарима на дан догађаја	✓				

4

Контролне ставке: Ко шта ради и када?

Први корак у случају децентрализованог/индиректног управљања средствима је то да се институција корисница (координатор за видљивост ИПА јединице) и извођач договоре о коначној верзији материјала за видљивост. Координатор за видљивост ИПА јединице затим шаље коначну верзију ЕУ инфо центру ради консултовања. После тога, координатор за видљивост ИПА јединице прослеђује ревидирану верзију пројектном менаџеру Сектора за уговарање и финансирање програма из средстава ЕУ и координатору за видљивост на имејл адресу visibility.cfcu@mfin.gov.rs. Коначну координацију с пројектним менаџером Делегације ЕУ (или канцеларијом за медије) спроводи Сектор за уговарање и финансирање програма из средстава ЕУ (координатор за видљивост), који пружа извођачу повратне информације о коначној/одоброј верзији.

УЛОГА У ПРОЈЕКТУ	СТРУЧЊАК ЗА КОМУНИКАЦИЈЕ НА ЕУ ПРОЈЕКТУ	ИПА КООРДИНАТОР ЗА ВИДЉИВОСТ У МИНИСТАРСТВУ/СЕКТОРУ ЗА УГОВАРАЊЕ И ФИНАНСИРАЊЕ ПРОГРАМА ИЗ СРЕДСТАВА ЕУ (мејл на: visibility.cfcu@mfin.gov.rs)	ДЕЛЕГАЦИЈА ЕУ ПРОЈЕКТНИ МЕНАѢР	ДЕЛЕГАЦИЈА ЕУ СЕКТОР ЗА ИНФОРМАЦИЈЕ, КОМУНИКАЦИЈУ И МЕДИЈЕ (мејл на: delegation-serbia-info@eeas.europa.eu)	ОСОБЉЕ ЕУ ИНФО ЦЕНТРА (мејл на: visibility@euinfo.rs)
ДОГАЂАЈ (конференције за медије, конференције, округли столови, дебате, фестивали, концерти, конкурси, сајмови)					
Координисане и договорене информације и формат (најмање 4-6 недеља пре догађаја) – формулисање програма, основне сврхе и порука, циљне групе, предложених предавача)	✓	✓	✓	✓	✓
Израда радног пакета за догађај најмање месец дана пре догађаја (програма догађаја, информације о пројекту, календар припремних активности, израда саопштења за медије, израда списка учесника) на српском и енглеском језику	✓				
Договарање присуства званичника (посебно за догађаје на високом нивоу)		✓	✓	✓	
Одобрење радног пакета за догађај		✓	✓		✓
Смернице за протокол		✓		✓	✓
Израда материјала за видљивост догађаја (најмање три недеље пре догађаја)	✓				
Одобрење материјала за видљивост догађаја (најмање седам радних дана пре догађаја)		✓			✓
Израда позивница	✓				
Слање позивница	✓	✓			
Израда тематских целина за предаваче	✓	✓		✓	✓
Израда саопштења за медије	✓				
Одобрење саопштења за медије		✓		✓	✓
Слање саопштења за медије медијским кућама		✓		✓	✓
Давање изјаве за медије (испред паноа Делегације ЕУ или локацијске табле ЕУ пројекта)	✓		✓	✓	✓
МАТЕРИЈАЛИ ЗА МЕДИЈЕ					
Пакет за медије (промотивни материјали из пројекта, подлога/информативни преглед пројекта, питања и одговори, саопштење за медије и други материјали релевантни за медије)	✓ На дан догађаја				
Одобрење пре догађаја (најмање недељу дана пре догађаја)		✓			
КЛИПИНГ (праћење и анализа медијских објава)					
Пријем или сакупљање реакција у медијима и медијских извештаја (штампа, радио, телевизија)	✓				

4

Контролне ставке: Ко шта ради и када?

Први корак у случају децентрализованог/индиректног управљања средствима је то да се институција корисница (координатор за видљивост ИПА јединице) и извођач договоре о коначној верзији материјала за видљивост. Координатор за видљивост ИПА јединице затим шаље коначну верзију ЕУ инфо центру ради консултовања. После тога, координатор за видљивост ИПА јединице прослеђује ревидирану верзију пројектном менаџеру Сектора за уговарање и финансирање програма из средстава ЕУ и координатору за видљивост на имејл адресу visibility.cfcu@mfin.gov.rs. Коначну координацију с пројектним менаџером Делегације ЕУ (или канцеларијом за медије) спроводи Сектор за уговарање и финансирање програма из средстава ЕУ (координатор за видљивост), који пружа извођачу повратне информације о коначној/одобреној верзији.

УЛОГА У ПРОЈЕКТУ	СТРУЧЊАК ЗА КОМУНИКАЦИЈЕ НА ЕУ ПРОЈЕКТУ	ИПА КООРДИНАТОР ЗА ВИДЉИВОСТ У МИНИСТАРСТВУ/СЕКТОРУ ЗА УГОВАРАЊЕ И ФИНАНСИРАЊЕ ПРОГРАМА ИЗ СРЕДСТАВА ЕУ (мејл на: visibility.cfcu@mfin.gov.rs)	ДЕЛЕГАЦИЈА ЕУ ПРОЈЕКТНИ МЕНАѢР	ДЕЛЕГАЦИЈА ЕУ СЕКТОР ЗА ИНФОРМАЦИЈЕ, КОМУНИКАЦИЈУ И МЕДИЈЕ (мејл на: delegation-serbia-info@eeas.europa.eu)	ОСОБЉЕ ЕУ ИНФО ЦЕНТРА (мејл на: visibility@euinfo.rs)
Извештавање о евалуацији успеха комуникацијских активности на основу клипинга (такође за пројектне извештаје)	✓				
Архивирање		✓			
ИНТЕРВЈУИ/КОМУНИКАЦИЈА СА МЕДИЈИМА					
Дељење информација о интервјуу	✓	✓		✓	
Припрема за интервју (оптимална верзија)	✓		✓		
Израда тематских целина (по потреби)	✓	✓		✓	✓
Медијска појављивања	✓		✓	✓	✓
Изградња архиве	✓				
АУДИО-ВИЗУЕЛНИ МАТЕРИЈАЛИ					
Израда текстуалних материјала/садржаја	✓				
Одобрење		✓			✓
Производња основних компоненти материјала и генеричких фотографија	✓				
Коначно одобрење (најмање две недеље)		✓			✓
Производња	✓				✓
ПУБЛИКАЦИЈЕ (брошуре, информативни преглед, приче о успеху итд.)					
Израда материјала	✓				
Одобрење		✓			✓
Организација израде дизајна	✓				
Коначно одобрење		✓			✓
Производња	✓				✓
Слање публикација у штампаном и електронском облику ЕУ инфо центру ради даље дистрибуције	✓				
ПРОМОТИВНИ МАТЕРИЈАЛИ (оловке, шоље, мајице, капе, УСБ меморије, плакати, леци, кишобрани, панои на извлачење, торбе, тефтери итд.)					
Израда материјала и организација понуда и дизајна	✓				
Одобрење		✓	✓		
Производња	✓				✓



European
Commission

ПОКАЗАТЕЉИ КОМУНИКАЦИЈСКЕ МРЕЖЕ

ПОТРЕБЕ

Анализа потреба,
дефинисање проблема

ЦИЉЕВИ

Конкретни, мерљиви, оствариви, релевантни,
временски прецизирани

УЛАЗНЕ КОМПОНЕНТЕ

Шта је потребно за планирање, креирање и спровођење комуникације

- Прогнозна евалуација
- Планирање
- Израда буџета

Како се комуникација производи и спроводи

- Производња
- Израда
- Дистрибуција

ИЗЛАЗНЕ КОМПОНЕНТЕ

Који наши учинци долазе до циљне групе и побуђују интересовање

- Домет
- Експонирање
- Обим публицитета
- Продукти

РЕЗУЛТАТИ

Шта циљна група усваја из комуникације.
Почетна реакција и одрживи ефекти

- Свест
- Памћење
- Заинтересованост
- Накнадне реакције

УТИЦАЈ

Промене у понашању и/или култури становништва директно или делимично изазване комуникацијом

- Промена става према ЕУ
- Заступање

МРЕЖЕ



- 1 Број контакта: посетиоци, учесници догађаја, позиви, мејлови итд. (бројање)
 - Ако је примењиво, проценат нове публике (истраживање, канцеларијска анализа)
- 2 Трошак по контакту (канцеларијска анализа)

ДОГАЂАЈИ



- 1 Број посетилаца: физичке и онлајн посете (бројање)
 - Ако је примењиво, проценат циљне групе (бројање) и проценат нових посетилаца (истраживање)
- 2 Трошак по посетиоцу (канцеларијска анализа)
- 3 Индиректни домет до циљне групе – медијски домет догађаја (ревизија протока и циљних група, аналитика)

ПУБЛИКАЦИЈЕ



- 1 Број читалаца/слушалаца публикације (онлајн аналитика, оперативни налози)
 - Ако је примењиво: проценат циљне групе и проценат одређених демографских група (канцеларијска анализа)
- 2 Проценат публикација произведених у више језичких верзија (бројање)
- 3 Проценат публикација доступних слабовидим особама (бројање)

ОДНОСИ С МЕДИЈИМА



- 1 Број онлајн прегледа медијских објава (онлајн аналитика)
- 2 Број новинара на медијским догађајима које организује Европска комисија (бројање)
 - Проценат извештавања у државама чланицама

СНИМЦИ / ФОТОГРАФИЈЕ



- 1 Број прегледа, укључивања садржаја и преузимања (АВ портал, онлајн аналитика, метрика друштвених мрежа, глобално бројање)
- 2 Број јединствених посетилаца странице с видео-снимком о Европи (АВ портал, онлајн аналитика)
- 3 Трошак по прегледу (онлајн аналитика/метрика друштвених мрежа/канцеларијска анализа)
- 4 Проценат видео-снимка са стопом завршетка од 50% или више и од 100% (АВ портал, онлајн аналитика, метрика друштвених мрежа)
- 5 Телевизијска распрострањеност: број, називи и земље ТВ канала који користе ЕБС материјале и видео-снимке и број минута ЕБС материјала и видео-снимка на ТВ каналима (Телетрак – из ТВ панела од 220 канала)

ДРУШТВЕНЕ МРЕЖЕ



- 1 Број импресија (метрика друштвених мрежа)
- 2 Броја пратилаца/фанова/претплата (метрика друштвених мрежа)
- 3 Број објава* (метрика друштвених мрежа)
 - *Показатељ активности који се користи за израчунавање показатеља учинка

САЈТОВИ



- 1 Број посетилаца (онлајн аналитика)
- 2 Број посетилаца које идентификују прегледачи (онлајн аналитика)
- 3 Број прегледа странице (онлајн аналитика)

ИНТЕГРИСАНЕ КОМУНИКАЦИЈСКЕ КАМПАЊЕ



- 1 Домет: број остварених контаката током кампање (ревизија протока и циљних група, аналитика)
 - Ако је примењиво, проценат циљне групе (канцеларијска анализа)
- 2 Трошак по контакту (канцеларијска анализа)

- 1 Генерална корисност контакта (истраживање)
- 2 Проценат корисника који су изјавили да би поново били корисници (истраживање)
- 3 Проценат корисника који су изјавили да би препоручили услугу (истраживање)

- 1 Генерална корисност догађаја (истраживање)
- 2 Проценат посетилаца који су изјавили да би говорили позитивно о догађају и ширили информације о њему (истраживање)
- 3 Проценат посетилаца који траже више информација или се упштају у повезане накнадне активности (истраживање)

- 1 Генерална корисност публикације за читаоце (истраживање)
- 2 Број читалаца који су поделили линк публикације с другим људима (истраживање)
- 3 Колико је публикација била јасна и лако разумљива

- 1 Проценат медијских приказа објављених у нивоима 1–6 у узorkу медијског извештавања у вези с Европском комисијом (праћење медија)
- 2 Број медијских приказа који спомињу Члана Колеца у анализираном узorkу чланака у вези с ЕК (праћење медија)

- 1 Генерална корисност видео-снимка за гледаоца (истраживање)
- 2 Генерална корисност портала за кориснике (истраживање)
- 3 Дугорочно: животи циклус видео-снимка после комуникацијске кампање (АВ портал, метрика друштвених мрежа)

- 1 Број интеракција: дељења, свиђања, кликови на линкове спољних сајтова, број штампања странице, коментари (метрика друштвених мрежа)
 - Трошак по резултату (канцеларијска анализа)
- 2 Број појављивања хаштага у објавама (метрика друштвених мрежа)

- 1 Стопа конверзије: преузимања, регистрације, попуњавање формулара и слично (онлајн аналитика)
- 2 генерална корисност сајта и/или странице
- 3 Број повратних посетилаца (онлајн аналитика – само за кориснике који прихватају дугорочне колачиће)

- 1 Памћење: број људи који су запамтили неку поруку кампање (истраживање)
 - Трошак по особи која је запамтила кампању (канцеларијска анализа)
- 2 Проценат људи који траже више информација или се упштају у повезане накнадне активности због кампање (истраживање)

- 1 Број људи који имају позитивнији став према ЕУ захваљујући контакту (Еуробарометер, истраживање)
- 2 Вероватноћа заступања или позитивног изјашњавања о ЕУ због контакта (истраживање)
- 3 Број људи из/проценат циљне групе који је боље упознат с расположивим приликама и који се активира (истраживање, канцеларијска анализа)

- 1 Проценат посетилаца који имају позитивнији став према ЕУ захваљујући публикацији (истраживање)
- 2 Вероватноћа заступања или позитивног изјашњавања о ЕУ због догађаја (истраживање)
- 3 Број људи из/проценат циљне групе који је боље упознат с расположивим приликама и који се активира (истраживање/канцеларијска анализа)

- 1 Број читалаца који имају позитивнији став према ЕУ захваљујући публикацији (истраживање)
- 2 Вероватноћа заступања или позитивног изјашњавања о ЕУ због публикације (истраживање)

- 1 Проценат грађана који сматрају да су добро обавештени о политичким приоритетима ЕУ (Еуробарометер, истраживање)

- 1 Број гледалаца који имају позитивнији став према ЕУ захваљујући видео-снимку (истраживање)
- 2 Вероватноћа заступања или позитивног изјашњавања о ЕУ због видео-снимка (истраживање)

- 1 Проценат корисника ЕК друштвених мрежа који имају позитивнији став према ЕУ захваљујући интеракцији са садржајем ЕК друштвених мрежа (истраживање, за корпоративне кампање)

- 1 Број посетилаца који имају позитивнији став према ЕУ захваљујући посети сајту (истраживање, мерач рејтинга)
- 2 Вероватноћа заступања или позитивног изјашњавања о ЕУ због посете сајту (истраживање или праћење дугмета за дељење садржаја и/или кликтање на иконице друштвених мрежа у подножју)

- 1 Промена става: проценат људи који имају позитивнији став према ЕУ захваљујући кампањи (Еуробарометер, истраживање)
- 2 Заступање: вероватноћа заступања или позитивног изјашњавања о ЕУ због кампање (истраживање)

ВОДИЧ ЗА ВИДЉИВОСТ

за пројекте које ЕУ финансира у Србији



РЕПУБЛИКА СРБИЈА
МИНИСТАРСТВО ЗА ЕВРОПСКЕ ИНТЕГРАЦИЈЕ
МИНИСТАРСТВО ФИНАНСИЈА
Сектор за уговарање и финансирање програма из средстава ЕУ

Делегација Европске уније у Републици Србији
www.europa.rs



**#ЕУ
ЗА ТЕБЕ**