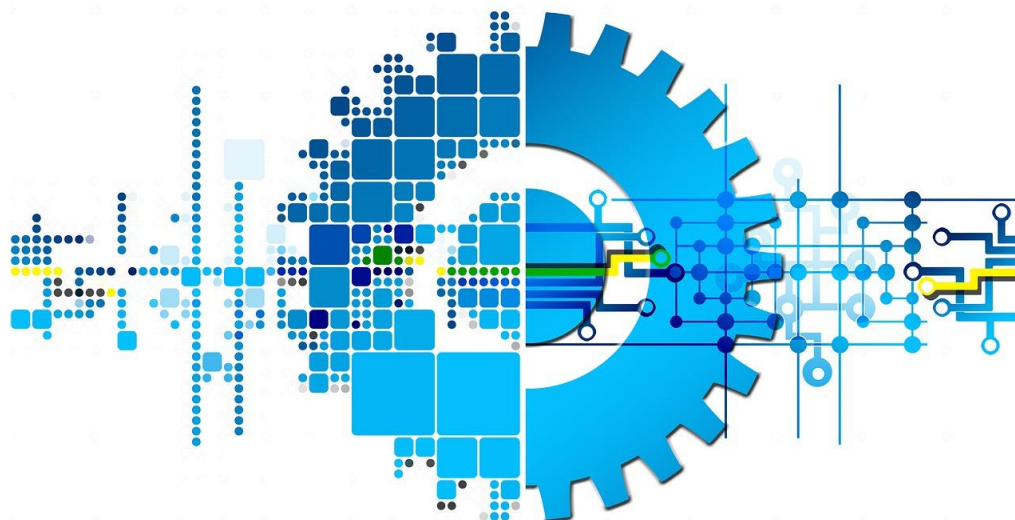


Διοργάνωση δράσης δημοσιότητας με συνεργατικά εργαλεία

ΕΘΝΙΚΗ ΣΧΟΛΗ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

Συντάκτης: Δρ. Ηλίας
Μαραγκός

ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΡΙΑ:
ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ ΠΑΠΑΣΤΥΛΙΑΝΟΥ



ΚΖ' ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΣΕΙΡΑ «ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΤΖΑΝΑΚΗΣ»

Α' ΕΙΔΙΚΗ ΦΑΣΗ

ΑΘΗΝΑ 2021

Διδακτική Ενότητα 1

Γενικές γνώσεις για τις δράσεις δημοσιότητας

Περιεχόμενα

1. Ορισμοί, στόχοι, των δράσεων δημοσιότητας
2. Μορφές υλοποίησης
3. Αξιολόγηση δράσεων δημοσιότητας

Γενικά για τις δράσεις δημοσιότητας στη Δημόσια Διοίκηση

Έχουν τα παρακάτω χαρακτηριστικά:

- Χρησιμοποιούνται για να αναδείξουν Στρατηγικές Πολιτικών στο Ευρύ Κοινό ή για να ενισχύσουν το προφίλ ενός φορέα (πχ ΕΚΔΔΑ).
- Αξιοποιούν μείγματα μέσων προβολής (πχ τηλεοπτικά spots, ραδιοφωνικές και τηλεοπτικές εκπομπές, ημερίδες, καταχωρήσεις στον ημερήσιο τύπο κλπ)
- Στοχεύουν σε ποικίλα ακροατήρια.
- Αποτελούν, συχνά, υποχρεώσεις των δημόσιων οργανισμών προς τα κεντρικά όργανα της ΕΕ ή τις διαχειριστικές αρχές (όταν πρόκειται για συγχρηματοδοτούμενα έργα κλπ).

Παραδείγματα

- Στρατηγική Επικοινωνίας για το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ, ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ & ΑΕΙΦΟΡΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗ» (ΕΠ-ΥΜΕΠΕΡΑΑ) 2014-2020
- Επικοινωνιακό Σχέδιο Δράσης του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εκπαίδευση και Δια Βίου Μάθηση» 2007-2013
- «ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΞΑΡΤΗΣΕΙΣ. ΕΤΗΣΙΟ ΦΕΣΤΙΒΑΛ ΚΑΤΑ ΤΩΝ ΝΑΡΚΩΤΙΚΩΝ» ΕΣΠΑ 2007-2013.
- Πρόγραμμα διασυνοριακής συνεργασίας Ελλάδας-Κύπρου 2007-2013.

Στάδια Ανάπτυξης Αποτελεσματικής Επικοινωνίας

- Προσδιορισμός του Ακροατηρίου-Στόχος.
- Καθορισμός των Επικοινωνιακών Στόχων.
- Σχεδιασμός Μηνύματος.
- Επιλογή Μέσων-Καναλιών Επικοινωνίας.
- Καθορισμός του Επικοινωνιακού Μείγματος.
- Υλοποίηση της δράσης ή των δράσεων.
- Αξιολόγηση των αποτελεσμάτων.

Κριτήρια (1)

- Η Κάλυψη (coverage) αναφέρεται στο τμήμα της κοινού-στόχου που καλύπτεται από κάθε επικοινωνιακή επιλογή (πχ, ένα τηλεοπτικό spot για την προστασία των ατόμων από τον κορωναϊό).
- Η Συνεισφορά (contribution) έχει να κάνει με την επίδραση που έχει μια επικοινωνιακή δραστηριότητα να δημιουργεί τα επιθυμητά επικοινωνιακά αποτελέσματα, δεδομένου ότι το κοινό-στόχος δεν θα εκτίθεται σε άλλη επικοινωνιακή επιλογή.
- Η Ομοιομορφία (commonality) αφορά το συνολικό επικοινωνιακό πρόγραμμα Δημοσιότητας , μέσα από τη συνεργασία μεταξύ των διαφορετικών επιλογών και να οδηγεί σε μία συνεπή και συνεκτική εικόνα για το επώνυμο προϊόν.

Κριτήρια (2)

- Η Συμπληρωματικότητα (complementarity) αφορά τον βαθμό στον οποίο οι εναλλακτικές επικοινωνιακές επιλογές εστιάζουν περισσότερο σε διαφορετικές πτυχές του προωθούμενου μηνύματος.
- Η Προσαρμοστικότητα (versatility) αναφέρεται στην ικανότητα μίας επικοινωνιακής επιλογής να είναι εξίσου αποτελεσματική απέναντι στα διαφορετικά ακροατήρια-στόχους.
- Το Κόστος (cost) καθορίζει σε μεγάλο βαθμό όλα τα παραπάνω. Έτσι, μέσα από μια ανάλυση κόστους – ωφέλειας, επιχειρείται το επικοινωνιακό πρόγραμμα να είναι το πιο αποδοτικό και πιο αποτελεσματικό.

Τα συνεργατικά εργαλεία στην υλοποίηση δράσεων δημοσιότητας (1)

Τα συνεργατικά εργαλεία μπορούν να σας βοηθήσουν στην προσπάθεια σας να υλοποιήσετε μαζί με άλλους δράσεις δημοσιότητας με πολλούς τρόπους, όπως:

- Σας παρέχουν ένα εικονικό περιβάλλον συνδιασκέψεων για να υλοποιήσετε τις απαραίτητες συναντήσεις σας με τους συνεργάτες σας, ή για να πραγματοποιήσετε ένα εικονικό event, όπως μια virtual ημερίδα με live streaming. Κατάλληλα συνεργατικά εργαλεία για κάτι τέτοιο είναι το Webex Meetings της Cisco, το Microsoft Teams, το Joom κλπ.
- Σας προσφέρουν συνεργατικά εργαλεία χρονοπρογραμματισμού. Παράδειγμα τέτοιων εργαλείων είναι το Trello της Kanban, το Jira (Agile, Kanban) αλλά και το Ms Project Office365.

Τα συνεργατικά εργαλεία στην υλοποίηση δράσεων δημοσιότητας (2)

- Σας δίνουν τη δυνατότητα να δημιουργήσετε και να συνδιαμορφώσετε με άλλους αρχεία (κειμένου ή παρουσιάσεων) που χρειάζεστε τόσο κατά τη διάρκεια της προετοιμασίας της δράσης όσο και κατά τη διάρκεια της υλοποίησης της δράσης. Κατάλληλα συνεργατικά εργαλεία για την περίπτωση αυτή είναι το Office 365 καθώς και τα Google Docs.
- Σας παρέχουν τη δυνατότητα να δημιουργήσετε εύκολα ιστότοπο ή ιστολόγιο για να κάνετε προσιτή την δράση σας μέσω του Διαδικτύου. Χαρακτηριστικά είναι τα εργαλεία που μπορείτε να βρείτε στα Google sites, ή στο Blogger, χωρίς να είναι οι μοναδικές επιλογές σας.
- Σας δίνουν τη δυνατότητα να δημιουργήσετε εύκολα ερωτηματολόγια και να υλοποιήσετε διαδικτυακές ή ηλεκτρονικές αξιολογήσεις για τη δράση σας (Google Forms)

Τα συνεργατικά εργαλεία στην υλοποίηση δράσεων δημοσιότητας (3)

- Σας παρέχουν περιβάλλοντα επικοινωνίας (MS Outlook, Gmail, Zoho Mail) αλλά και περιβάλλοντα άμεσων μηνυμάτων (Instant Messaging) όπως το Slack και το MS Teams.
- Εργαλεία και περιβάλλοντα υλοποίησης συναντήσεων καταιγισμού ιδεών (Brainstorming) αλλά και συνεργασίας πραγματικού χρόνου (Real time collaboration). Στην κατηγορία αυτή, μεταξύ άλλων, βρίσκονται τα MS Teams Whiteboard και Miro.
- Υπηρεσίες αποθήκευσης. Παραδείγματα είναι το Google Drive, το One Drive της Microsoft και το DropBox.

Τα συνεργατικά εργαλεία στην υλοποίηση δράσεων δημοσιότητας (4)

Σας παρέχουν:

- Περιβάλλοντα Βάσεων Γνώσης και Αποθετηρίων (Knowledgebase / Documentation) όπως το Confluence και το Sharepoint.
- Περιβάλλοντα αποθετηρίων κώδικα, ανάπτυξης προϊόντων λογισμικού ή Data Science. Στην κατηγορία αυτή είναι το BitBucket, το GitHub, το GitLab και το JupyterHub.
- Περιβάλλοντα VPN και Intranet. Παράδειγμα είναι το Cisco AnyConnect, το Z Scaler, το Citrix καθώς και το + SSO.

Χρήσιμοι σύνδεσμοι

- [Κεφάλαιο για μελέτες περίπτωσης δράσεων δημοσιότητας του καθηγητή Γ. Πανηγυράκη.](#)



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ



ΕΘΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΔΗΜΟΣΙΑΣ
ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ