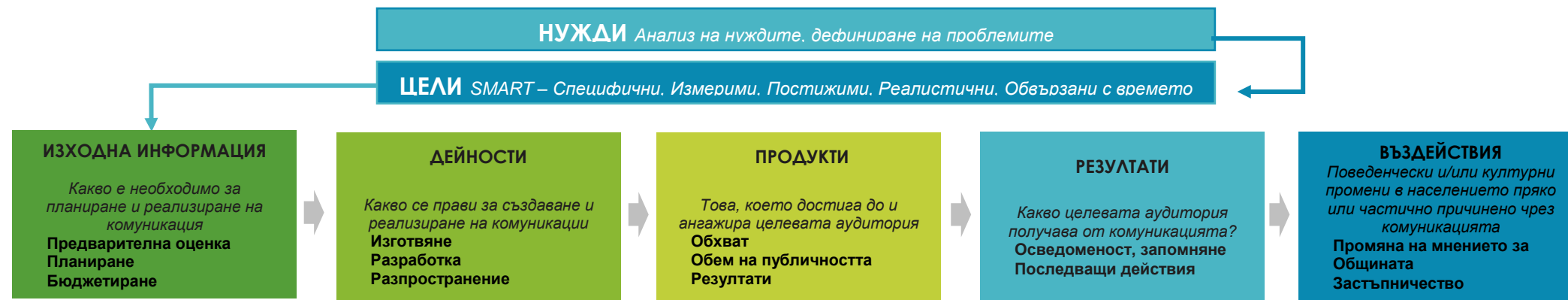










**Комуникационен механизъм за осигуряване на информация, отчетност и прозрачност  
на Плана за интегрирано развитие на Община Хайредин за периода 2021-2027 г.**



ДЕЙНОСТИ	ПРОДУКТИ <i>Това, което достига до и ангажира целевата аудитория</i>	РЕЗУЛТАТИ <i>Какво целевата аудитория получава от комуникацията? Първоначални отговори на аудиторията и устойчивост</i>	ВЪЗДЕЙСТВИЯ <i>Резултатите, причинени, изцяло или частично, от комуникацията</i>
 <p>МРЕЖИ</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Брой контакти: посетители, участници в събитието, обаждания, имейли и др. [преброяване] <ul style="list-style-type: none"> <li>Ако е приложимо, процент на новодошлите [проучване, вторичен анализ]</li> </ul> </li> <li>Разходи за контакт [вторичен анализ]</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Цялостна полезност на контакта [проучване]</li> <li>Процент на потребителите, които са декларирали, че ще се върнат [проучване]</li> <li>Процент на потребителите, които са декларирали, че ще препоръчат услугата [проучване]</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Брой хора, които имат по-положително мнение за Община Хайредин в резултат на контакта [проучване]</li> <li>Вероятност за застъпничество или положително мнение за Община Хайредин в резултат на контакта [проучване]</li> <li>Брой / процент от целевата аудитория, които знаят повече за наличните възможности и предприемат действия [проучване, вторичен анализ]</li> </ol>
 <p>СЪБИТИЯ</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Брой присъстващи: физически и онлайн [преброяване]; <ul style="list-style-type: none"> <li>Ако е приложимо, процент от целевата аудитория [преброяване] и процент от участниците за първи път [проучване]</li> </ul> </li> <li>Разходи на участник [вторичен анализ]</li> <li>Непък обхват на аудиторията – медиен обхват на събитието [аудитории, анализи]</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Цялостна полезност на събитието за присъстващите [проучване]</li> <li>Процент на присъстващите, които декларират, че ще споделят или говорят положително за събитието [проучване]</li> <li>Процент на участниците, които търсят повече информация или участват в други последващи действия [проучване]</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Процент на присъстващите, които имат по-положително мнение за Община Хайредин в резултат на събитието [проучване]</li> <li>Вероятност за застъпничество или положително мнение за Община Хайредин в резултат на контакта [проучване]</li> <li>Брой / процент от целевата аудитория, които знаят повече за наличните възможности и предприемат действия [проучване, вторичен анализ]</li> </ol>
 <p>ПУБЛИКАЦИИ</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Брой читатели / слушатели на публикацията [уеб анализи] <ul style="list-style-type: none"> <li>Ако е приложимо: процент от целевата аудитория и процент от конкретни демографски групи [вторичен анализ]</li> </ul> </li> <li>Процент публикации, достъпни за лица с увредено зрение [преброяване]</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Цялостна полезност на публикацията за читателите [проучване]</li> <li>Брой читатели, споделили връзката на публикацията с други хора [проучване]</li> <li>Колко ясна и лесна за разбиране беше публикацията [проучване]</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Брой читатели, които имат по-положително мнение за Община Хайредин в резултат на публикацията [проучване]</li> <li>Вероятност за застъпничество или положително мнение за Община Хайредин в резултат на контакта [проучване]</li> </ol>
 <p>ВРЪЗКИ С МЕДИИТЕ</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Брой онлайн гледания на медийни продукции [уеб анализи]</li> <li>Брой журналисти в медийни събития, организирани от Община Хайредин [преброяване]</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Процент на медийните елементи, публикувани в национални медии, в извадка от свързаното с Община Хайредин медийно отразяване [мониторинг на медиите]</li> <li>Брой медийни елементи, в които се споменава член на общностите от Хайредин, в анализирания извадка от свързани с Община Хайредин статии [мониторинг на медиите]</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Процент на гражданите, които имат схващането, че са добре информирани за приоритетите за развитие на Община Хайредин [проучване]</li> </ol>
 <p>ВИДЕОКЛИПОВЕ / СНИМКИ</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Брой показвания, вграждания и изтегляния [уеб анализи, показатели за социалните мрежи, общ брой]</li> <li>Брой уникални посетители на страницата на видеоклипа на Община Хайредин [анализ на уебсайтове]</li> <li>Цена на изглед [уеб анализи / показатели за социални мрежи / вторичен анализ]</li> <li>Процент на видеоклиповете със степен на завършеност от 50% или повече и от 100% [показатели за уеб анализи/социални мрежи]</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Цялостна полезност на видеоклипа за зрителя [проучване]</li> <li>Цялостна полезност на портала за потребителите [проучване]</li> <li>Дългосрочни: жизнен цикъл на видеоклипа след комуникационната кампания [показатели за социалните мрежи]</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Брой зрители, които имат по-положително мнение за Община Хайредин в резултат на видеоклипа [проучване]</li> <li>Вероятност за застъпничество или положително мнение за Община Хайредин в резултат на това видео [проучване]</li> </ol>

<p>СОЦИАЛНИ МРЕЖИ</p> 	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Брой импресии [показатели за социалните мрежи]</li> <li>2. Брой на последовател/фенове/абонати [показатели за социалните мрежи]</li> <li>3. Брой публикации* [показатели за социалните мрежи]</li> </ol> <p>* Показател за дейността, използван за изчисляване на показателите за ефективност</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Брой ангажираност: реакции, харесвания, кликания, коментари [показатели за социалните мрежи] <ul style="list-style-type: none"> <li>• Разходи за резултат [вторичен анализ]</li> </ul> </li> <li>2. Брой споменавания на хаштаг [показатели за социалните мрежи]</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Процент от потребителите на социалните мрежи, които имат позитивно мнение за Община Хайредин в резултат на ангажиране със съдържание от профилите на общината [проучване]</li> </ol>
<p>УЕБСАЙТОВЕ</p> 	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Брой посещения [уеб анализи]</li> <li>2. Брой посетители, идентифицирани от браузърите [уеб анализи]</li> <li>3. Брой показвания на страници [уеб анализ]</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Процент на реализация: изтегляния, регистрации, попълване на формуляри [уеб анализи]</li> <li>2. Цялостна полезност на сайта и/или страницата [проучване]</li> <li>3. Брой посетители който се връщат [уеб анализи - само за потребители, приели дългосрочни бисквитки]</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Брой посетители, които имат по-положително мнение за Община Хайредин в резултат на уеб сайта [проучване, рейтинг]</li> <li>2. Вероятност за застъпничество или положително мнение за Община Хайредин в резултат на уеб посещенията [проучване / уеб анализи]</li> </ol>
<p>ИНТЕГРИРАНИ КОМУНИКАЦИОННИ И КАМПАНИИ</p> 	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Обхват: Брой контакти, осъществени по време на кампанията [аудитории, анализи]</li> <li>2. Разходи за контакт [вторичен анализ]</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Запомняне: Брой хора, които могат да си припомнят съобщение от кампанията [проучване]</li> <li>2. Процент от достигнатите хора, които са потърсили повече информация или са се ангажирали с други последващи действия в резултат на кампанията [проучване]</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Промяна на мнението: Процент на хората, които имат по-положително мнение за Община Хайредин в резултат на кампанията [проучване]</li> <li>2. Застъпничество: Вероятност за застъпничество или положително мнение за Община Хайредин в резултат на кампанията [проучване]</li> </ol>