

“Mreža omladinskih HUB zapadnog Balkana i Turske”

Projektni zadatak

Naziv: Usluga PR agencije

Poziv: 12.07.2022

Rok: 05.08.2022

Naručilac: Fondacija “Ana i Vlade Divac”

Agencija će razviti medijsku strategiju projekta, na osnovu inputa organizacija implementatora (iz Srbije, Albanije, Crne Gore, Severne Makedonije i Turske) za tradicionalne i društvene medije integrisano (formulisanje poruka, ciljne grupe, metode i kanali, medijski miks itd.), i akcione planove koji će se izrađivati na 6-12 meseci i pratiti na mesečnom nivou kroz koje će biti definisanje medijske kampanje.

Izradu medijske strategije i akcionih planova će pratiti mesečni onlajn sastanci agencije i PR-ova iz 5 organizacija iz svih 5 zemalja.

Medijske kampanje u pet zemalja će uključivati tradicionalne medije (elektronske i štampane medije i njihova onlajn izdanja) i kampanje na društvenim mrežama (Twitter, Facebook, Instagram itd. i pisanje vesti za veb stranicu mreže Youthwbt.eu);

Kampanje će se bazirati i naslanjati na zaključke publikacija koje mreža objavljuje, na događajima koje organizacije, kao i na lokalnim pričama o uspehu (trenutno se implementira 47 projekata u navedenih 5 zemalja). Informacije o uspešnim pričama će se prikupljati tokom mesečnih koordinacionih sastanaka koji se održavaju onlajn.

Istovremeno, kampanje će podrazumevati osmišljavanje, dizajniranje i plasiranje vizuelnih i tekstualnih sadržaja (u tradicionalnim medijima i na društvenim mrežama) o ekonomskoj inkluziji mladih, sa fokusom na NEET mlade (mladi koji nisu u obrazovnom sistemu, zaposleni ili na obuci), među njima i žene i marginalizovane grupe, kao i plasiranje informacija o postojećim mogućnostima za zapošljavanje mladih (od strane kompanija i mladih), na osnovu informacija dobijenih od strane partnera na redovnim mesečnim sastancima. Kampanje treba da budu usmerene ka mladima i donosiocima odluka i da promovišu aktivan, „preduzetnički“ pristup zapošljavanju mladih. Kroz evaluaciju aktivnosti medijskih kampanja (uvid u pressclipping) i uticaja (fokusne grupe) pre polugodišnjeg akcionog planiranja, partneri će moći da prilagode medijske strategije kako bi odgovorili na rezultate evaluacije.

Kako bi se obezbedio jači efekat kampanja na lokalnom nivou, održaće se obuke za lokalne medije (ukupno 5 medijskih treninga za ukupno 50 predstavnika lokalnih medija) u svakoj zemlji, iz istih zajednica kao 47 organizacija civilnog društva (OCD) koje učestvuju u projektu. Tokom ovih treninga lokalni mediji će iz prve ruke dobiti informacije o nezaposlenosti mladih i NEET situaciji u svojim lokalnim zajednicama, dok će predstavnici 47 OCD naučiti kako privući interesovanje medija. Agencija će učestvovati u pripremi agende treninga i identifikaciji medija u saradnji sa svim PR-ovima članica mreže, dok će trening držati eksterno odabrani treneri.

Agencija posebno treba da priprema (osmisli i dizajnira) materijale za tradicionalne medije i društvene mreže (najmanje 10 postova mesečno) koje će na srpskom i engleskom jeziku dostavljati partnerima i nakon dobijenog prevoda, iste pripremiti na lokalnim jezicima partnera (turski, albanski, makedonski i crnogorski). Članice mreže će samostalno postavljati sadržaje na mreže, a agencija daje smernice za targetiranje ciljne grupe. Sadržaj će biti definisan na redovnim mesečnim sastancima.

Agencija će jednom mesečno (a po potrebi i češće) učestvovati na mesečnim onlajn koordinacionim sastancima i koordinirati prikupljanje vesti za dvomesečne newsletter-e. Agencija priprema tekstove u saradnji sa partnerima, koji su potom zaduženi za dalje slanje/distribuciju.)

Agencija će biti zadužena za dizajn i pripremu za štampu lifleta za sve događaje (uključujući liste za registraciju, promotivne materijale i vizuale) i sažetka dva izdanja Youth Participation Indexa (za 2022. i 2023.) na engleskom, i na srpskom jeziku.

Agencija će biti zadužena i za dizajn i pripremu za štampu sažetka 1 studije o nezaposlenosti mladih (uključujući vizual koji će koristiti cela mreža), sažetka najboljih praksi o omladinskim biznisima i zapošljavanju mladih, kao i najmanje 4 preporuke za donosiocima odluka.

Za potrebe očekivanih 8 konferencija i sastanaka u zemlji, agencija pomaže u identifikaciji prostora, brendiranju, kontaktiranju medija, pripremi saopštenja, distribuiranju saopštenja i izradi medijskog izveštaja, u saradnji sa svim PR-ovima u projektnim zemljama.

Agencija će koordinirati eksternu produkciju do 3 videa, kao i eksternu izradu digitalne publikacije o omladinskom preduzetništvu (inspirativni primeri). Agencija kroz koordinaciju osigurava da su poštovana sva branding pravila donator, koja će pravovremeno biti dostavljena agenciji.

Agencija će, po povremenim zahtevima, kreirati i dodatni sadržaj za članice mreže (npr. vizual za Međunarodni dan mladih, Nedelju preduzetništva, Nedelju mladih i slično), na osnovu informacija dobijenih od strane PR-ova u svim zemljama.

Agencija će izraditi kompletan medijski izveštaj na kraju svog angažmana i partnerima u elektronskom obliku dostaviti sve proizvedene materijale.

Agencija će za potrebe praćenja pres klipinga i izradu izveštaja moći da predloži angažman kliping agencije u Srbiji i to će uključiti kao sastavni deo ponude ukoliko ne poseduje svoj interni kliping. Kliping se u svakom slučaju dostavlja Fondaciji Ana i Vlade Divac.

Agencija mesečni iznos pres kliping servisa dostavlja odvojeno, a Fondacija Ana i Vlade Divac će proceniti da li će proširiti svoj postojeći kliping i kliping po ključnim rečima dostavljati agenciji ili prihvatiti ponudu agencije, ako je ekonomski isplativa.