

Formidlingsstrategi, version 1

I. Overblik formidlingsstrategi

1. Mål

- at gøre opmærksom på projektets eksistens og dets resultater
- at formidle anvendte læringsforståelse og metoder til brede målgrupper
- at formidle de to projekt rapporter til brede målgrupper
- at få primære målgrupper til at anvende online tool
- at motivere beslægtede organisationer til også at få en udgave af online tool

2. Målgrupper

Direkte målgrupper (potentielle brugere af Tool)

1. Første direkte målgruppe er netværk af aktive i egen organisation
 - 1.1. Ledere, bestyrelser, ansatte og andre aktive, som skal informeres om projektet
 - 1.2. Ledere og lærere som eventuelt vil anvende tool
 - 1.3. Deltagere og elever, som opfordres til at bruge tool
2. Anden direkte målgruppe er beslægtede organisationer i ens land
 - 2.1. Ledere, bestyrelser, ansatte og andre aktive, som skal informeres om projektet
 - 2.2. Ledere og lærere som eventuelt vil anvende tool /få eget tool til deres deltagere og elever
3. Tredje direkte målgruppe er beslægtede organisationer i andre nordiske og baltiske lande
 - 3.1. Ledere, bestyrelser, ansatte og andre aktive, som skal informeres om projektet
 - 3.2. Ledere og lærere som eventuelt vil anvende tool /få eget tool til deres deltagere og elever

Inddirekte målgrupper (aktører som kan anbefale /promovere brugen af Tool)

4. Fjerde inddirekte målgrupper er beslutningstagere, opinionsdannere m.v. i eget land
 - 4.1. Paraply-organisationer fra det folkeoplysende område og frivillige foreningsliv
 - 4.2. Uddannelsespolitiske fora og myndigheder for voksenuddannelse og livslang læring
 - 4.3. Forskningsmiljøer og opinionsdannere for voksenuddannelse og livslang læring
5. Femte inddirekte målgrupper er beslutningstagere, opinionsdannere fra andre lande
 - 5.1. Paraply-organisationer fra det folkeoplysende område og frivillige foreningsliv
 - 5.2. Uddannelsespolitiske fora og myndigheder for voksenuddannelse og livslang læring
 - 5.3. Forskningsmiljøer og opinionsdannere for voksenuddannelse og livslang læring

3. Midler

Forskellige metoder kan anvendes til at formidle projektets resultater til forskellige målgrupper

Omtale og distribution af resultater:

1. Nyheds-mail
2. Nyhedsbreve (med posten eller vedhæftet nyhedsmail eller med link i nyhedsmail)
3. Brochure / folder / handouts (som virtuel PDF-publikation og som print/papirudgave)
4. Omtale på egen hjemmeside med link til online tool og til projektets hjemmeside
5. Projektets hjemmeside, som der kan linkes til fra egen hjemmeside og nyhedsmails
6. Distribution af Projekt Rapport
7. Distribution af resumé af afsluttende projekt-evaluering

Medie indslag:

8. Pressemeddelelser
9. Artikler i dagspressen
10. Artikler i egne foreningsblade
11. Artikler i fagtidsskrifter

Begivenheder:

12. Omtale/oplæg på møder i egen organisation (bestyrelsesmøder, regionalmøder, landsmøder, kurser, seminarer, etc.)
13. Omtale/oplæg/uddeling af brochurer på møder i andre sammenhænge (kurser, seminarer, konferencer, etc.)
14. Indbyde til åben konference om Projektet og dets resultater

Personlig networking:

15. Personligt fremmøde til beslutningstagere, opinionsdannere og andre formidlere
16. Omtale i mere uformelle sammenhænge

4. Hvornår og af hvem

Hele partnerkredsen har et ansvar for at formidle projektets resultater til sine særlige målgrupper med de mest anvendelige metoder. Tidsplanen er forsinket, så en ny fælles tids- og arbejdsplan kunne have følgende hovedtræk:

1. Planlægge formidlingsaktiviteter, marts 2011 (alle)
 - 1.1. Koordinator udsender formidlingsstrategi, primo marts
 - 1.2. Hver organisation afklarer sin egen formidlingsplan og sender til partnere, medio marts
2. Klargøre produkter til formidlingsaktiviteter, marts - maj 2011 (efter indbyrdes arbejdsdeling)
 - 2.1. Koordinator færdiggør hjemmeside og en fælles PDF-folder om projektet, medio marts
 - 2.2. Alle partnere færdiggør deres tool (og IT-firma får sidste på plads), medio marts
 - 2.3. Koordinator laver udkast til nyhedsmail og nyhedsbrev til lancering, medio marts
 - 2.4. Partnere klarer egne nyhedsbreve og kontaktlister til målgrupper, ultimo marts
 - 2.5. De to planlagte projekt-rapporter om kortlægning (AP 3) og tool udvikling (AP 10) slås sammen til én fælles rapport, først klar ultimo maj. En kort rapport summary (5-10) kan være klar ultimo april til formidling og foromtale.
3. Fælles lancering og formidling af TOOL, april 2011
 - 3.1. Hver organisation lancerer sit nye tool til sine målgrupper i eget land, primo april (pressemeddelelser, nyhedsbreve, vedhæftede foldere, omtale på hjemmeside, links til fælles hjemmeside, link til TOOL, etc.)
 - 3.2. Interfolk lancere (gerne med andre) nye tool til tværnordiske målgrupper og Island, Estland og Lithauen, primo april
 - 3.3. Partnere udsender indbydelse til præsentationsmøde/-konference, primo april
4. Gennemføre særlige møder (i egen organisation og som åben konference), maj - juni 2011
 - 4.1. Formidling på interne møder kan ske i hele perioden, april - juni 2011
 - 4.2. Gennemføre åbent præsentationsmøde /-konference medio maj - medio juni 2011
5. Afsluttende formidling, maj - juni 2011
 - 5.1. Artikler om projektet i foreningsblade, tidsskrifter m.v., maj - juni 2011
 - 5.2. Ekstra formidling af projekt rapport (som PDF-publikation)
 - 5.3. Omtale af konference og møder i nyhedsbreve og artikler
 - 5.4. Fælles tilbud til direkte målgrupper om at få deres eget tool og blive tilkoblet systemet
 - 5.5. Resumé af evaluering på hjemmeside og rundsende til udvalgte målgrupper, juni 2011

Aktivitet	No.	Produkter	Midler	Målgrupper	Konkrete målgrupper	Hvornår se- nest	Af hvem	Er lavet
1. Planlæg formidling	1.1	Udkast formidlingsplan	dokument	Partnerne		4. marts	HJV	✓
	1.2	Planlæg formidlingsplan	dokument	Partnere		14. marts	Alle partnere	
2. Klargør produkter	2.1	Færdigør fælles hjemmeside	Website	Alle målgrupper		7. marts	HJV	
	2.2	Færdigør folder om projekt, dansk og engelsk word-udgave	word-dokument	Alle målgrupper		14. marts	HJV	
	2.3	Oversæt og tilpas folder til hver organi- sation og print som pdf-fil	PDF-folder	Alle målgrupper		28. marts	Alle partnere	
	2.4	Færdigør Tool til partnere	online	Partnere		9. marts	IT firma	
	2.5	Klargør Tool til brug	online	Alle målgrupper		28. marts	Alle partnere	
	2.6	Prioriteret kontaktliste for målgrupper	Se skabelon 1 nedenfor	Forskellige målgrupper		28. marts	Alle partnere	
	2.7	Standard nyhedsbreve /pressebreve til lancering for målgruppe 1, 2 og 4	word-dokument	Partnere		14. marts	HJV	
	2.8	Tilpas og oversæt nyhedsbreve til hver organisation	tre dokumenter	Forskellige målgrupper		28. marts	Alle partnere	
	2.9	Resumé af projekt rapport, 5 sider på dansk og engelsk	word-dokument	Partnere		30. april	HJV	
	2.10	Eventuel oversættelse af resumé af projekt rapport	PDF-dokument	Alle målgrupper		7. maj	Alle partnere	
	2.11	Partnere planlægger program for åben konference i maj-juni	dokument	Udvalgte målgrupper		28. marts	Alle partnere	
	2.12	Færdig projekt rapport	PDF-publikation	Udvalgte målgrupper		30. maj	HJV	
	2.13	Andet ?						

Aktivitet	No.	Produkter	Midler	Type målgrupper	Konkrete målgrupper	Hvornår senest	Af hvem	Er lavet
3. Fælles lancering	3.1	Lav omtale på egen hjemmeside med link til Tool og fælles hjemmeside	Egne hjemmesider	Alle målgrupper		4. april	Alle partnere	
	3.2	Alle udsender pressemeddelelse/nyhedsbrev, type 1	email med links og vedhæftet pressebrev og folder	Første målgruppe	aktive i egen organisation	6. april	Alle partnere	
	3.3	Alle udsender pressemeddelelse/nyhedsbrev, type 2	email med links og vedhæftet pressebrev og folder	Anden målgruppe	beslægtede organisationer i ens land	7. april	Alle partnere	
	3.4	Alle udsender pressemeddelelse/nyhedsbrev, type 3	email med links og vedhæftet pressebrev og folder	Fjerde målgruppe	Indirekte målgrupper i eget land	8. april	Alle partnere	
	3.5	Koordinator udsender nyhedsbrev/pres-semeddelelse, type 4	email med links og vedhæftet pressebrev og folder	Tredje målgruppe	Beslægtede organisationer i andre lande	6. april	HJV	
	3.6	Koordinator udsender nyhedsbrev/pres-semeddelelse, type 5	email med links og vedhæftet pressebrev og folder	Femte målgruppe	Indirekte målgrupper i andre lande	8. april	HJV	
	3.7	Partnere udsender invitation til åbent møde/ konference	Kan vedhæftes de andre udsendelser	alle målgrupper		8. april	Alle partnere	
	3.8	Andet ?						
4. Gennemførelse møder	4.1	Formidling på interne møder i organisationen, april - juni	Omtale og præsentation af nye tilbud	Første målgruppe	mødedeltagere	April - Juni	Alle partnere	
	4.2	Formidling på eksterne møder i relevante sammenhænge	Omtale og præsentation af nye tilbud	Anden og fjerde målgruppe	mødedeltagere	April - Juni	Alle partnere	
	4.3	(Eventuelt) gennemføre åben konference om resultater og tilbud	Konference	Målgrupper i eget land	Første, anden og fjerde målgruppe	Medio maj - medio juni	Alle partnere	
	4.4	Andet?						
5. Afsluttende formidling	5.1	Lav artikel til egne foreningsblade		Første målgruppe	Navn på blad	April - juni	Alle partnere	
	5.2	Lav artikler til andre blade og tidsskrifter i eget land		Første, anden og fjerde målgruppe	Navne på tidsskrifter	April - juni	Alle partnere	
	5.3	Omtale af møder/konference i nyhedsbreve og/eller foreningsblade		Alle målgrupper		April - maj	Alle partnere	
	5.4	Særlig nyhedsbrev vedhæftet projekt rapport (PDF-publikation)		Alle målgrupper		Juni	Alle partnere	
	5.5	Formidle tilbud til andre organisationer om at få eget tool		Anden målgruppe		Juni	Alle partnere	
	5.6	Formidle resumé af projekt evaluering	links til hjemmeside, omtale i nyhedsbreve	Alle målgrupper		Juni	Alle partnere	

Skabelon 1: Oversigt - kontaktliste for målgrupper (Deadline: 28. marts)

Målgrupper	Target (institutions)	Target (persons)	Antal modtagere	Kommentarer
1. Første direkte målgruppe:	Aktive i egen organisation			Lav adresseliste og mailliste til gruppeudsendelse
1.1 Daglige ledere	afdelinger i organisationen	Ledere og key staff		
1.2 Bestyrelser	afdelinger i organisationen	Bestyrelsesmedlemmer		
1.3 Lærere og facilitatorer	Afdelinger i organisationen	Lærere, instruktører, andre facilitatorer		
1.4 Deltagere	Afdelinger i organisationen	Deltagere, elever, menige medlemmer		
1.5 Andre grupper	Afdelinger i organisationen	??		
Ialt antal modtagere				
2. Anden direkte målgruppe:	Aktive i beslægtede organisationer i eget land			Lav adresseliste og mailliste til gruppeudsendelse
2.1 Organisation 1	Navn på organisation	Ledere, bestyrelser, andre nøgle personer		
2.2 Organisation 2	Navn på organisation	Ledere, bestyrelser, andre nøgle personer		
2.3 Organisation 3	Navn på organisation	Ledere, bestyrelser, andre nøgle personer		
2.4 Organisation 4	Navn på organisation	Ledere, bestyrelser, andre nøgle personer		
2.5 Organisation 5	Navn på organisation	Ledere, bestyrelser, andre nøgle personer		
Indsæt rækker efter behov	Navn på organisation	Ledere, bestyrelser, andre nøgle personer		
Ialt antal modtagere				
3. Tredje direkte målgruppe:	Organisationer i andre lande	Interfolk kan gøre dette		

Målgrupper	Target (institutions)	Target (persons)	Antal modtagere	Comments
4. Fjerde indirekte målgruppe	Beslutningstagere m.v	i eget land		Lav adresseliste og mailliste til gruppeudsendelse
4.1 Paraply organisationer fra folkeoplysning og foreningsliv				
4.2 Andre organisationer fra voksenuddannelser				
4.3 Uddannelsespolitiske fora				
4.4 Forskningsmiljøer i området				
4.5 Diverse opinionsdannere				
4.6 Andre nøgle personer				
Tilføj rækker efter behov				
Ialt antal				
5. Femte indirekte målgruppe	Beslutningstagere i tvær-nordiske fora, og Island, Esland og Lithuaen	Interfolk kan gøre dette		
Total:				