

---

# Προτάσεις για μια (επικαιροποιημένη) ΕΣ | ΣΕ



# Επικοινωνιακό περιβάλλον

Τηρώντας πάντα τις κανονιστικές μας υποχρεώσεις, λαμβάνουμε υπόψη μας τη νέα πραγματικότητα που έχει διαμορφώσει ο Covid-19.





## Τα βασικά σημεία της ΕΣ | ΣΕ

**Αναφέρονται επιγραμματικά προς υπενθύμιση ή ενημέρωση:**

- Η ανάλυση SWOT
- Ο καθορισμός του κύριου επικοινωνιακού **σκοπού** κ των επιμέρους **στόχων**
- Ο καθορισμός των κοινών-στόχων
- Ο καθορισμός των καναλιών επικοινωνίας κ των (προωθητικών) εργαλείων
- Η αξιολόγηση
- Ο π/υ



### Για παράδειγμα:

**Strength:** Η εμπειρία από προγράμματα που ο φορέας έχει υλοποιήσει στην προηγούμενη προγραμματική περίοδο.

**Weakness:** Οι γραφειοκρατικές διαδικασίες που δεν επιτρέπουν την άμεση απόκριση σε επείγουσες ανάγκες επικοινωνίας.

**Opportunity:** Η δημιουργία της Ομάδας Επικοινωνίας

**Threat:** Η μείωση του ενδιαφέροντος από το κοινό-στόχο.

Potential Applicants |  
Beneficiaries

Actual Beneficiaries |  
Project Promoters

Project Partners

Stakeholders

General public

Press | Media |  
Journalists

Donor countries

Cooperation  
Committees

Joint Committee for  
Bilateral Funds



### Tip

Διαχωρίστε τα κοινά-  
στόχους σας ανάλογα με  
τον επικοινωνιακό  
σκοπό που θέλετε να  
επιτύχετε.

**Pre-coronavirus pandemic  
Requirements**

Seminars  
and/or  
conferences

Participation and  
presentations at  
international  
network  
organisations and  
international  
meetings

**Inter | Post coronavirus pandemic  
priorities**

Website

Webinars |  
Online  
meetings

Social media  
| Social  
media  
campaigns

E-mail  
campaigns

Channels & activities



**Tip**

Δημιουργούμε τόσους λογαριασμούς σε social όσοι μπορούμε να διαχειριστούμε με συνέπεια στην παρουσία μας.

**Tip**

Προσθέτουμε διαδικτυακά επικοινωνιακά εργαλεία και κανάλια διάχυσης του μηνύματός μας.

# Αξιολόγηση

(1) Αριθμός μοναδικών επισκεπτών στην ιστοσελίδα  
(2) Αριθμός συνδρομητών στο e-newsletter

(1) Αριθμός ακολούθων σε μια σελίδα κοινωνικής δικτύωσης  
(2) Αριθμός αναρτήσεων από εμάς

(1) Αριθμός των συμμετεχόντων σε ένα συνέδριο ή ένα Webinar  
(2) Αριθμός άρθρων στα ΜΜΕ

*You can't manage what you can't measure.*



## Website

In an increasingly digital world, an entity's website has become a major engagement point with its audience and prospects. The website is where users sit down and engage with the entity on their own time and without supervision.

## Priority



### Target audiences

Potential Applicants | Beneficiaries  
Actual Beneficiaries | Project Promoters  
Project Partners  
Stakeholders  
Donor Countries  
Cooperation Committees  
Joint Committee for Bilateral Funds  
Press/Media | Journalists  
General Public

### Goal

To become the centerpiece of the NFPs digital investment.

### Objectives

- Become a medium that provides real-time, honest feedback regarding the programmes.
- Showcase the NFPs and the EEA Grants' (brand) identity regarding their contribution in Greece.
- Offer thought leadership about what's going on in the Grants community in Greece.
- Share information that people won't find anywhere else.

### The EEA Grants Communication Team role

To achieve coherence in the digital representation of all the programmes.

### Timeline (quarters)

2020	2021	2022	2023	2024	2025
█	█	█	█	█	█

### Expected results

Become a valuable resource of information that people will use as a point of reference.

### Budget

### Evaluation Criteria | KPI (Key-Performance Indicator)

- Number of unique visitors
- Number of hits per page
- Page views
- Conversion rate
- Bounce rate

## Conferences | Seminars on project related subjects

Conferences offer great educational opportunities no matter how experienced participants are. They also give the chance of networking with peers, encounter new stakeholders, and position yourself as an expert.

The NFP will **organise** and participate in conferences and seminars on the EEA Grants project related subjects, so as to share knowledge and also get informed about initiatives, best practices, etc.

Should measures against coronavirus need to be taken **again**, the NFP will host webinars, **instead**.

### Priority



### Target audiences

Actual Beneficiaries | Project Promoters  
Project Partners  
Stakeholders  
Donor Countries  
Cooperation Committees  
Joint Committee for Bilateral Funds  
Press | Media | Journalists

### Goal

Attract the most attendees possible according to the occasion.

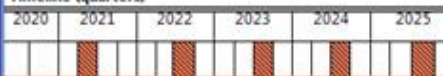
### Objectives

- Either give the audience access (if hosting) or gain ourselves access (if participating) to some high-quality information and education from trusted sources.
- Generate traffic

### The EEA Grants Communication Team's role

Inform each member for the scheduled conferences, participate, and share knowledge.

### Timeline (quarters)



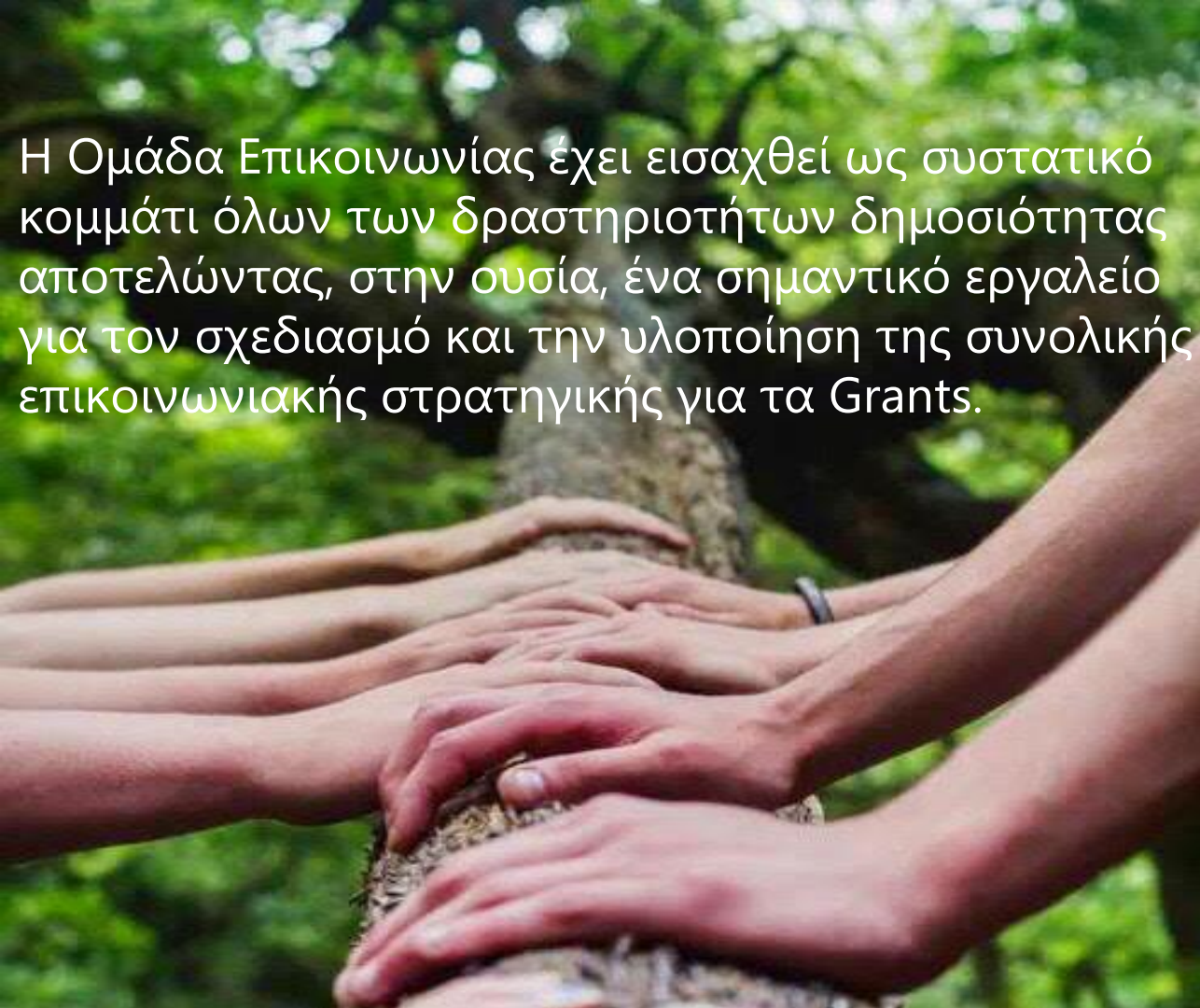
### Expected results

Maintain the reputation for being a trustworthy source regarding the management of the programmes, and share expertise.

### Budget

### Evaluation Criteria

- Number of attendees
- Number of unique visitors to the website
- Number of followers on social media
- Number of media articles



Η Ομάδα Επικοινωνίας έχει εισαχθεί ως συστατικό κομμάτι όλων των δραστηριοτήτων δημοσιότητας αποτελώντας, στην ουσία, ένα σημαντικό εργαλείο για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση της συνολικής επικοινωνιακής στρατηγικής για τα Grants.



### Tip

Προτείνουμε τη δημιουργία Ομάδας στο Messenger ή Viber για την άμεση επικοινωνία μας, ενημέρωση, ανταλλαγή απόψεων κ οτιδήποτε μας απασχολεί σχετικά με την επικοινωνία.



# #thankyouall\_

#eeaGrantsGR

#eeaGrantsCommunity

#WorkingTogether

[elli.vazou@m nec.gr](mailto:elli.vazou@m nec.gr)

