

Projektskabelon



Projekt navn: Samlet kommunikationsindsats omkring arrangementet

Projektansvarlig: CHJ

Hvad vil vi opnå med projektet?:

Skabe opmærksomhed om den samlede indsats omkring tryghedsløft på alle de tilgængelige platforme - digitale og fysiske.

Hvorfor vil vi det?:

Sekretariatet har udtænkt forskellige indsatser, der alle er del af en større kampagne, der løber på tværs af bydelen og byen.

Målgruppe(r):

Læsere af Vesterbro Bladet, følgere af lokaludvalget på hjemmesiden og facebook.

Hvilke aktivitet(er) består projektet af?:

Vesterbro Bladet/ Lokalavisen Vesterbro- kan vi lave en aftale med dem om en artikelserie, et samarbejde eller lignende... i 2-4 uger mellem de to lokaludvalgsmøder. Vi kan komme med forslag til interviewpersoner, vinkler osv. Vi laver et lille A6 kort til omdeling. På den ene side: Vesterbrokort og intro til vores Tryghedsgooglemap, og på den anden side en oversigt over vores arrangementer Generelt annonceres løbende på hjemmeside og Facebook Til tryghedsvandringen sætter vi opslag op på dørene omkring de besøgte steder. Lokale journalister og fotografer inviteres med til alle arrangementer Vi tager selv billeder til alle arrangementerne...

Hvorfor er de aktiviteter egnede til at opnå formålet?:

Sekretariatet spreder indsatsen på alle tænkelige platforme for at nå ud til de forskellige målgrupper og generelt skabe så meget opmærksomhed om kampagnen så vidt muligt.

Forventede resultater:

Kort sigt: opmærksomhed omkring kampagnen, samarbejde med Lokalaviserne, informere og invitere til arrangementerne

Langt sigt: skabe synlighed om LU og arbejdet i bydelen samt skabe større tryghed for de, der færdes på Vesterbro.

Samarbejdspartnere:

Vesterbro Bladet
Lokalavisen Vesterbro

Tidsplan:

Strategi forberedes af Christine og udføres løbende
Generelt annonceres løbende på hjemmeside og Facebook
Til tryghedsvandringen sætter vi opslag op på dørene omkring de besøgte steder.

Projektskabelon



Hvilke forventninger er der til sekretariatet?:

Sekretariatet står for strategi og afvikling.

Budget:

Digital kommunikation - gratis

Fysiske sedler - gratis

Annoncer i Lokalavisen/Vesterbrobladet - Tryghedsvandring 2 x 3.000 kr.= 6.000 kr.

Annoncer i Lokalavisen/Vesterbrobladet - Tryghed set fra gaden 2 x 3.000 kr.= 6.000 kr.