



**O FINANSACH
W BIBLIOTECE**

3. edycja

PROMOCJA PROJEKTU

PROMOCJA BIBLIOTEKI

ODBIORCY:

- ✓ media o różnym zasięgu
- ✓ społeczność lokalna i ponadlokalna
- ✓ liderzy i animatorzy kultury
- ✓ decydenci i władze lokalne
- ✓ instytucje i organizacje partnerskie

KIEDY?

od początku planowania spotkań do etapu podsumowania projektu

JAKIE NARZĘDZIA?

- ✓ komunikaty do prasy i mediów lokalnych
- ✓ Informacja na www Urzędu Gminy, partnerów
- ✓ „marketing szeptany”

1

PROMOCJA SPOTKAŃ

ODBIORCY:

- ✓ społeczność naszej miejscowości i okolic
- ✓ zaprzyjaźnione instytucje
- ✓ radni, urzędnicy JST
(*Jednostki Samorządu Terytorialnego*)
- ✓ głównie seniorzy (50+)
- ✓ młodsze osoby dorosłe jako potencjalni uczestnicy

KIEDY?

od chwili ustalenia dat spotkań do etapu podsumowania projektu

JAKIE NARZĘDZIA?

- ✓ tradycyjne sposoby (plakaty, ulotki, ogłoszenia)
- ✓ promocja bezpośrednia, promocja „szeptana”
- ✓ promocja wewnętrzna do stałych użytkowników



2

PROMOCJA PROJEKTU

ODBIORCY:

- ✓ koordynatorzy PRB (FRSI)
- ✓ biblioteki-uczestnicy PRB
- ✓ Narodowy Bank Polski
- ✓ Biblioteki Wojewódzkie
- ✓ instytucje kultury

KIEDY?

od rozpoczęcia cyklu spotkań do końca etapu ewaluacji (i później)

JAKIE NARZĘDZIA?

- ✓ *dziennik pracy edukatora*
- ✓ analiza SWOT projektu z komentarzem
- ✓ prezentacja „dobrych praktyk”
- ✓ katalog sukcesów i pomyłek



3