



JAK PROMOWAĆ PROJEKTY?

INFORMATOR DLA WNIOSKODAWCÓW



BO.OPOLE.PL

Opracowanie:
Centrum Dialogu Obywatelskiego Urzędu Miasta Opola
45-064 Opole, ul. Damrota 1
e-mail: bo.opole@um.opole.pl
tel.: 77 44 61 568

Opole, wrzesień 2025



GRATULACJE !

Twój projekt znalazł się na liście projektów poddanych pod głosowanie w Budżecie Obywatelskim Opola na 2026 rok. Do pełni sukcesu brakuje Ci tylko zwycięstwa w głosowaniu, które już niebawem. To dobry moment, by szczegółowo zaplanować strategię promocji swojego projektu. Im więcej osób dowie się o Twoim projekcie, tym większa szansa na wygraną. Istnieje wiele sposobów na dotarcie z informacją, a my podpowiadamy z których warto skorzystać i jak to zrobić. Oddajemy w Twoje ręce krótki informator pt. „Jak promować projekty?”. W niniejszym poradniku znajdziesz krótką informację o tym, jakie są zasady głosowania w XII edycji Budżetu Obywatelskiego Opola, z jakich form promocji projektu możesz skorzystać i gdzie znajdziesz potrzebną pomoc.

Miłej lektury!

Uprawnionym do głosowania jest każdy mieszkaniec Opola, przy czym osoby poniżej 18 roku życia mogą głosować za zgodą opiekuna prawnego. Każdy głosujący dysponuje maksymalnie 2 głosami. Spośród wszystkich zgłoszonych projektów, głosujący może oddać 1 głos na wybrany projekt ogólnomiejski, a 1 na wybrany projekt dzielnicowy (nie ma znaczenia dzielnica zamieszkania).

Forma głosowania

Głosowanie będzie przeprowadzane wyłącznie drogą elektroniczną. Zamiast tradycyjnych lokali wyznaczonych do oddania głosu, ponownie uruchomiliśmy specjalnie dedykowaną platformę internetową pod adresem www.bo.opole.pl. Obsługa platformy jest bardzo prosta, intuicyjna i możliwa z dowolnego komputera lub urządzenia z dostępem do internetu. Aby zagłosować konieczny jest dostęp do telefonu komórkowego, na który system obsługujący głosowanie wyśle bezpłatny SMS z kodem do potwierdzenia udziału w głosowaniu. Na jeden nr telefonu może zostać wysłanych maksymalnie 5 kodów SMS.

Termin głosowania

Głosowanie w XII edycji BO Opola odbędzie w dniach od 25 września do 14 października 2025 r.



Pomoc w głosowaniu

Osoby wymagające wsparcia w głosowaniu mogą skorzystać z pomocy na jednym z utworzonych na czas głosowania stanowisk pomocy elektronicznego oddania głosu:

- **Centrum Dialogu Obywatelskiego** Urzędu Miasta Opola, ul. Damrota 1,
punkt czynny:
poniedziałek – środa od 7.30 do 15.30,
czwartek od 7.30 do 17.00,
piątek od 7.30 do 14.00.
- **Centrum Informacyjno – Edukacyjne Senior**, Opole ul. Krakowska 32,
punkt czynny:
poniedziałek - piątek od 7:30 do 15.30.

Głosowanie w wyznaczonych punktach wsparcia nie wymaga podawania nr telefonu.

Wyłanianie zwycięskich projektów

W drodze wyłaniania zwycięskich projektów, uznanie wyniku głosowania wymaga uzyskania przez projekt progu poparcia, **co najmniej 150 osób głosujących**.

Za wybrane projekty uznaje się te, które uzyskały wymagany próg poparcia oraz otrzymały największą liczbę głosów, aż do wyczerpania puli środków przeznaczonych na daną kategorię projektów. Jeżeli w wyniku głosowania kilka projektów otrzyma taką samą liczbę głosów i liczba ta będzie kwalifikowała projekty do realizacji, o wyborze projektu do realizacji decyduje Prezydent po zasięgnięciu opinii Zespołu ds. Budżetu Obywatelskiego i Inicjatywy Lokalnej. Jeżeli w drodze głosowania zostaną wyłonię jako zwycięskie projekty realizowane w tej samej lokalizacji, ale wzajemnie wykluczające się, do realizacji przechodzi projekt, który otrzymał największą liczbę głosów.

PROMOCJA

PROJEKTU



PLAKAT I ULOTKA

Przygotuj materiały graficzne

W dobie natłoku informacji, z jakimi mamy do czynienia każdego dnia, nie jest łatwo dotrzeć do mieszkańców z komunikatem o naszej inicjatywie. Stąd bardzo pomocne mogą być plakaty i ulotki, które w atrakcyjny sposób zachęcą mieszkańców do zainteresowania się naszym projektem. Nie musisz być wykwalifikowanym grafikiem, by samodzielnie przygotować materiały reklamowe. Tym nie mniej, jeśli nie masz czasu i chęci na eksperymentowanie graficzne, przygotowaliśmy dla Ciebie szablon plakatu i ulotki, które możesz uzupełnić podstawowymi danymi na temat Twojego projektu, a następnie wydrukować tyle sztuk, ile uznasz za stosowne. Szablon znajdziesz na www.bo.opole.pl w zakładce: *Do pobrania/Materiały promocyjne – głosowanie*.

Jeśli jednak zdecydujesz się na samodzielne przygotowanie materiałów graficznych, warto wziąć pod uwagę kilka przydatnych wskazówek.

Przygotowane plakaty lub ulotki powinny:

- zawierać pełen tytuł i numer Twojego projektu;
- zawierać termin głosowania – 19 września – 8 października 2024 r. oraz adres strony, gdzie można zagłosować – www.bo.opole.pl. Możesz także użyć kodu QR (znajdziesz go w zakładce: *Do pobrania/Materiały promocyjne – głosowanie*);
- zawierać logo Budżetu Obywatelskiego Opola oraz logotyp Miasta Opola (dostępne w zakładce: *Do pobrania/Materiały promocyjne – głosowanie*);
- informować w sposób czytelny i konkretny, co należy zrobić aby zagłosować, gdzie uzyskać pomoc;
- motywować do działania – przydatne zwroty to: „przyjdź”, „zagłosuj”, „sprawdź na...” „masz czas do...” itp.;
- wskazywać miejsce, gdzie mieszkańcy dowiedzą się więcej o Twoim projekcie (strona internetowa, fanpage Twojego projektu).

Unikaj przesytu informacji. Pamiętaj, że Twój plakat lub ulotka ma być zachętą, by dowiedzieć się więcej o projekcie, a nie szczegółowym opisem jego założeń technicznych.

Pakiet startowy dla wnioskodawców

W ramach wsparcia wnioskodawców, oferujemy każdemu wnioskodawcy możliwość skorzystania z nieodpłatnego wydruku materiałów graficznych w ilości - 20 plakatów (format do wyboru A4 lub A3), albo 50 ulotek (format A5). Wydruk pakietu startowego możesz zamówić w jednym z dwóch wariantów:

- **Przygotuj samodzielnie** materiały graficzne (w formacie A3, A4 lub A5), a następnie prześlij je do nas na adres bo.opole@um.opole.pl, wraz z określeniem formatu drukowania.
- **My przygotujemy za Ciebie.** Prześlij na adres bo.opole@um.opole.pl dane dotyczące Twojego projektu:
 - nr projektu,
 - nazwa projektu,
 - kategoria projektu (ogólnomiejskie/dzielnicowe z podaniem nr Rejonu BO, w którym zgłoszony jest projekt).

Pamiętaj także, by określić format drukowania.

Kontakt i miejsce odbioru materiałów drukowanych:

Centrum Dialogu Obywatelskiego Urzędu Miasta Opola (ul. Damrota 1),

tel. 77 44 61 568, w dniach i godzinach:

poniedziałek – środa: od 7.30 do 15.30,

czwartek: od 7.30 do 17.00,

piątek: od 7.30 do 14.00.

Plan działania

Swoją kampanię promocyjną warto zacząć od planu działania. Spróbuj opracować go, dostosowując do swoich możliwości. Zastanów się nad miejscami do których chciałbyś dotrzeć, ilością materiałów graficznych, które będziesz potrzebował, a następnie rozplanuj dystrybucję na poszczególne dni. Postaraj się zaangażować w swój plan inne osoby, którym temat zgłoszonego przez Ciebie projektu może być także bliski. Odciąży Cię to od części prac związanych z promocją, pozwoli dotrzeć do szerszej grupy odbiorców, a w przypadku wygranej sprawi, że będziesz miał z kim świętować swój sukces.

Dobre miejsce na ogłoszenie

Kampania reklamowa z wykorzystaniem plakatów i ulotek powinna być dobrze przemyślana. Przecież nie chodzi nam o to, żeby nasze ulotki zalegały w okolicznych koszach na śmieci, lub co gorsze, zaśmiecały ulice, parki i skwery. Stąd tak ważny jest plan działania, o którym mowa powyżej. Zastanawiając się nad miejscami dla swoich plakatów **pamiętaj, by przed ich rozwieszeniem**

uzyskać zgodę właściciela terenu, czy też powierzchni z której chcesz korzystać. Przystanki autobusowe, latarnie, czy też znaki drogowe nie są miejscem przeznaczonym do wywieszania ogłoszeń reklamowych. Dobrym miejscem dla Twojego plakatu będzie za to okoliczny sklep, kawiarnia, salon fryzjerski, jak również budynki mieszkalne i użyteczności publicznej. Porozmawiaj z właścicielami lub zarządcami tego typu obiektów, opowiedz o swoim projekcie, wytłumacz jakie korzyści płyną z niego dla Twojej społeczności lokalnej. Serdeczną i rzeczową rozmową z pewnością zjednasz sobie ludzi, którzy zechcą wywiesić Twój plakat na witrynie lub tablicy ogłoszeniowej. Unikaj „rozrzucania ulotek po mieście”. Odwiedź sąsiadów i spróbuj opowiedzieć im krótko o swojej inicjatywie. Wręczona po rozmowie ulotka będzie dobrą zachętą by dowiedzieć się więcej o projekcie, a także będzie przypominała o terminie głosowania.

Konieczne posprzątaj po przeprowadzeniu kampanii. Zdejmij plakaty, pozbieraj niewykorzystane ulotki i wyrzuć je do pojemników na papier. Możesz także dać „drugie życie” swoim plakatom i zawieźć je do pobliskiego przedszkola lub świetlicy. Tam z pewnością zostaną w kreatywny sposób wykorzystane.

NA RATUNEK !



Media społecznościowe

Media społecznościowe to silne narzędzie promocyjne, doskonałe do podjęcia działań. Posługują się one szerokim wachlarzem środków przekazu. Treści publikowane w mediach społecznościowych wykorzystują zarówno obraz, wideo, jak i tekst. Dzięki temu oddziałują na różne zmysły. Jednak nie tylko to daje przewagę mediów społecznościowych nad mediami tradycyjnymi. Słowami klucz są „szybkość” i „interakcja”. Możliwość szybkiej wymiany informacji oraz uzyskania reakcji sprawia, że tzw. social media stały się głównym źródłem wiedzy o sprawach bieżących, zarówno tych lokalnych, czy branżowych, jak i tych o zasięgu globalnym. Jest to też stosunkowo łatwy sposób komunikacji – przynajmniej na etapie publikowania treści. Obsługa kont na portalach społecznościowych jest bardzo intuicyjna i nie wymaga od autora posta specjalnych kwalifikacji. Do wykorzystania jest wiele darmowych narzędzi – możesz założyć fanpage, wydarzenie, grupę dyskusyjną lub opublikować stories, czy relację na żywo.

Ważna jest systematyczność działań. Prowadzony profil, czy też utworzona grupa żyje, gdy dbasz o jej rozwój. Publikuj zdjęcia, filmy oraz udostępniaj linki na tematy związane z twoim projektem. Zadawaj pytania i twórz ankiety. Im więcej działań angażujących odbiorców w dyskusję, tym większy zasięg Twojego profilu. Obecnie najpopularniejsze portale społecznościowe to: Facebook, Instagram, YouTube, czy Tik Tok.

Posty graficzne

Lubimy oglądać obrazki i portale społecznościowe o tym wiedzą. Zdecydowanie większe zasięgi osiągają posty zawierające ilustrację lub zdjęcie, niż te, które prezentują wyłącznie treść. Zadbaj, by przygotowane przez Ciebie treści miały układ pionowy, który zdecydowanie lepiej prezentuje się na ekranach telefonów. Statystyki wskazują, że coraz częściej właśnie na telefonie przeglądamy informacje w mediach społecznościowych. Publikując zdjęcia własne, możesz poprawić je korzystając z filtrów, które są dostępne w aplikacjach Facebook i Instagram. Możesz także skorzystać z darmowych programów i aplikacji do przygotowania grafik i obróbki zdjęć. Najpopularniejszymi narzędziami do tworzenia materiałów graficznych (postów, plakatów, ulotek, jak i prezentacji) są m.in.: Canva, Adobe Spark, Pixlr, Unfold. Rozpoczynając swoją przygodę z obsługą nowego programu, warto zajrzeć na You Tube i podglądać filmiki instruktażowe. Zobaczysz, że tworzenie materiałów reklamowych jest prostsze niż myślisz.

Jeśli nie jesteś fotografem, a Twoja baza zdjęć jest ograniczona warto skorzystać z internetowego banku darmowych zdjęć, np. Pixabay, Unsplash, Gratisography, Skuawk, Picjumbo, Kaboompics.

Nigdy nie pobieraj zdjęć, bez zgody ich właściciela. Wielu autorów pozwala na wykorzystanie swoich zdjęć, na zasadach określonych licencją. Najpopularniejszą z nich jest CC (Creative Commons). Takie oznaczenie wskazuje, że autor zachowuje swoje prawa autorskie, jednak materiał może być wykorzystywany do użytku publicznego przez osoby trzecie.

Myśląc o zwiększaniu zasięgów i sprawnej publikacji materiałów, możesz połączyć swoje konto Facebook z kontem na Instagramie. Wówczas publikujesz jednocześnie na dwóch kontach.

Filmy i relacje na żywo

O ile posty graficzne wzbudzają reakcję, to dopiero filmiki i tzw. stories (krótkie relacje wideo) zapewnią Ci prawdziwą „klikalność”. Wśród użytkowników Facebooka i Instagrama, to obecnie najpopularniejsza forma komunikacji. Biorąc pod uwagę statystyki dotyczące zasięgów, czas trwania nagrania powinien wynosić od 60 do 90 sekund. Korzystając z Facebooka, możesz także utworzyć dłuższą relację na żywo. Aktualnie portal mocno promuje treści publikowane w tej formie. Jednak aby była ona skuteczna w dotarciu, długość transmisji powinna wynosić między 15, a 20 minut. Decydując się na tę formę przekazu warto dobrze przemyśleć, o czym chcemy opowiedzieć i jak to zrobić żeby nasza wypowiedź była jasna, spójna i zrozumiała dla każdego odbiorcy. Nie ulegaj presji, że nagranie musi być profesjonalne, przygotowane na świetnym sprzęcie. Zdecydowana większość tego typu materiałów jest nagrywana zupełnie przeciętnym telefonem komórkowym. Zadbaj raczej o dobry nastrój i zapanuj nad tremą, wówczas Twoja wypowiedź będzie autentyczna i przyjemna w odbiorze.

Hasztagi

Dla debiutujących w portalach społecznościowych – hasztag to określenie symbolu „#”. Jest to forma znacznika używana w mediach społecznościowych, szczególnie popularna na Instagramie. Hasztagi umożliwiają tematyczne grupowanie postów. Dzięki nim możemy wyszukać interesujące nas treści, wpisując # wraz z określonym wyrażeniem. Zastanów się jakie znaczniki możesz dodać do swoich postów, aby osoby zainteresowane daną tematyką dowiedziały się o Twoim projekcie. Publikując posty używaj także hasztagów Budżetu Obywatelskiego Opola:

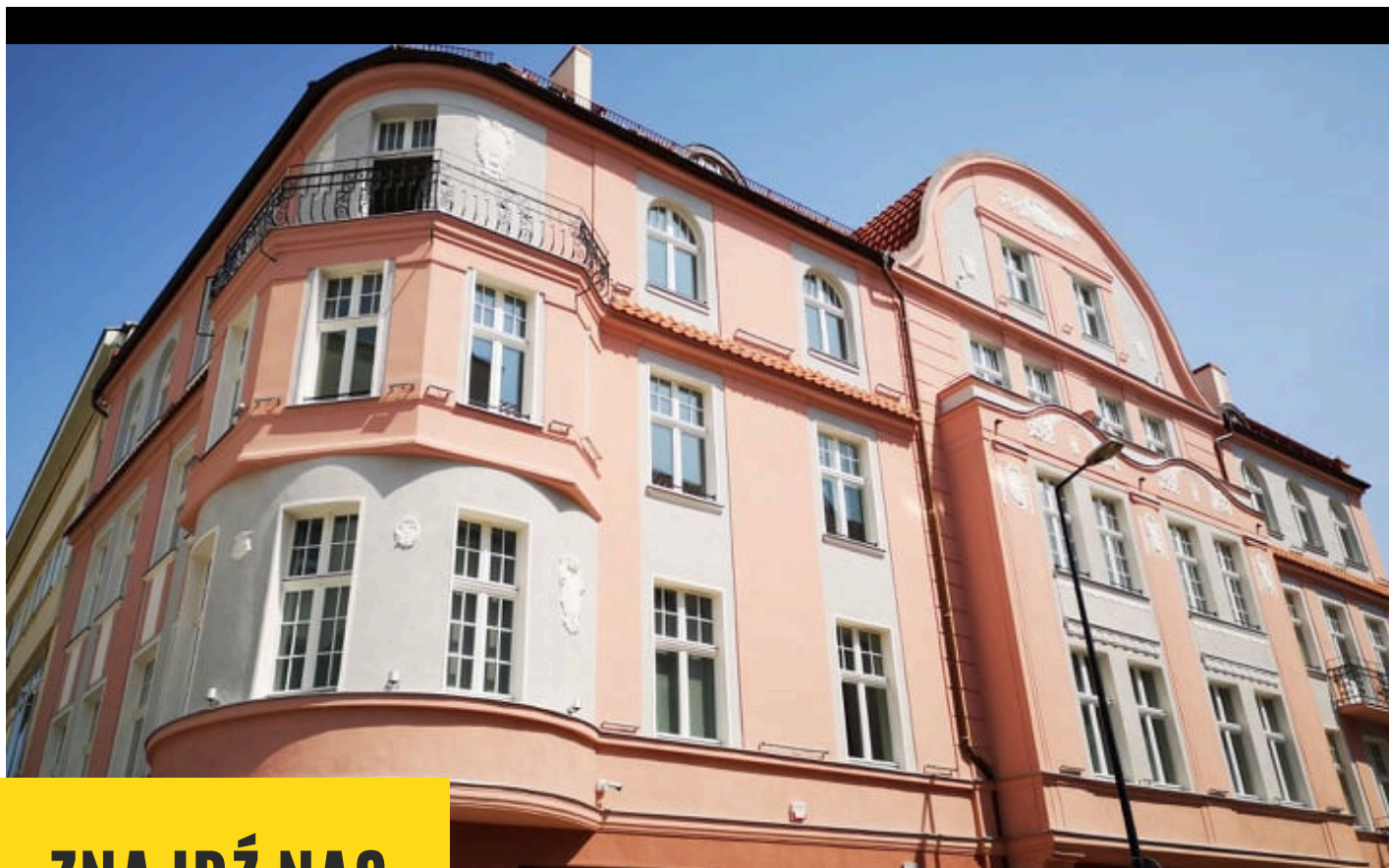
#bomoge

#boopole

#obywatelskieopole

POMAGAJ

Niesienie pomocy osobom, które potrzebują wsparcia w głosowaniu, jest cennym gestem. Jeśli możesz, odwiedź starszego sąsiada i pomóż mu przejść procedurę oddania głosu. Pamiętaj jednak, że istnieje bardzo cienka granica pomiędzy pomaganiem w głosowaniu, a wyłączeniem z tej czynności. Pod żadnym pozorem nie możesz ingerować w wybór projektów, na które mieszkaniec chce oddać swój głos. Zadbaj także o ochronę danych osoby, której pomagasz – pamiętaj, że nie jesteś uprawnionym by wpisywać jej numer pesel, czy inne dane osobowe. Będąc wnioskodawcą i głównym rzecznikiem swojego projektu, zadbaj by Twoja rola i pomoc jaką niesiesz mieszkańcom były transparentne. Niech wynik głosowania będzie naszym wspólnym świętem demokracji lokalnej.



ZNAJDŹ NAS

Zrobiłeś już wszystko co w Twojej mocy? Zatem pozostaje oczekiwanie na wynik. Po zakończonym głosowaniu i podliczeniu wszystkich głosów poinformujemy Cię o ustalonym dniu i godzinie ogłoszenia wyników. Trzymamy kciuki za powodzenie Twojego projektu!

Centrum Dialogu Obywatelskiego Urzędu Miasta Opola,

ul. Damrota 1, 45-064 Opole

Media społecznościowe:

FB: @cdo.opole

FB: @budzet.obywatelski.opola

Infolinia:

77 44 61 568

Email:

bo.opole@um.opole.pl

Więcej:

<https://bo.opole.pl/>

