

Проекти ЄС-МОП

«Зміцнення адміністрації праці з метою покращення умов праці і подолання
незадекларованої праці»

«На шляху до безпечної, здорової та задекларованої праці в Україні»

Звіт про інформаційну кампанію «Виходь на світло» 1-й етап



Зміст документу

1. Про кампанію
2. Виробництво матеріалів
3. Розповсюдження матеріалів
 - медіа кампанія
 - діджитал кампанія
 - робота зі стейкхолдерами
4. Наступні кроки

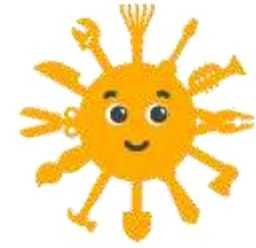


Про кампанію

комунікаційні цілі | комунікаційна стратегія | структура кампанії | план



Комунікаційні цілі



**ВИХОДЬ
НА СВІТЛО!**

1

Сприяти підвищенню
обізнаності щодо
проблеми
незадекларованої праці

2

Почати формування
базового рівня розуміння
проблеми потенційними
цільовими групами

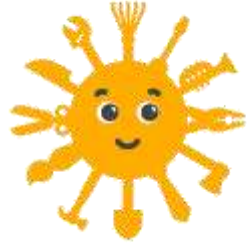


Комунікаційна стратегія

1. Диференціювати цільові групи за рівнем потенційного впливу на їхню поведінку, щоб визначити пріоритетність комунікаційних зусиль
2. Сприяти вживанню правильній термінології та розумінню суті проблеми
 - заповнити медіа-поле експлейнерами щодо незадекларованої праці, ризиків та штрафів для роботодавців і працівників
3. Формувати позитивний інформаційний потік щодо теми як у традиційних медіа, так і в соціальних медіа
 - змінити акценти у прес релізах та новинах
 - додати формат історій успіху там, де це можливо
4. Забезпечити послідовність візуального рішення та повідомлень



Структура кампанії та ключові меседжі



**ВИХОДЬ
НА СВІТЛО!**

теми для різних рекламних матеріалів

Незадекларована
праця - проблема в
Україні

Задекларована
праця забезпечує
працівнику трудові
права та соціальні
прав

Задекларована
праця дає
роботодавцю
можливості для
розвитку

Штраф за
використання
незадекларованої
праці

для всіх аудиторій

для працівників

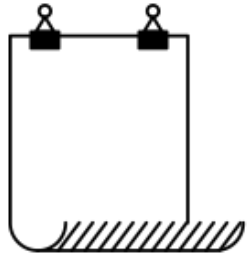
для роботодавців

Структура кампанії за каналами



Діджитал

- Google search
- Реклама відео в Youtube
- Реклама відео в Facebook



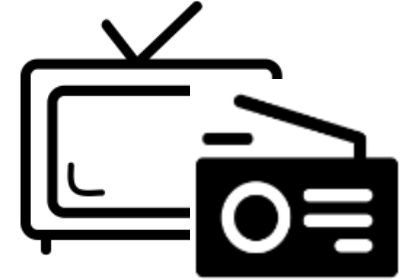
Внутрішня реклама

- Реклама відео у потягах Інтерсіті



Канали державних органів та соціальних партнерів

- розміщення постерів
- розміщення відео
- розміщення банерів



ТБ+Радіо

- Відеоролики за соц квотою
- Аудіоролики за соц квотою

Інформаційна платформа кампанії - сайт Державної служби з питань праці*

* сторінка [Подолання незадекларованої праці](https://dsp.gov.ua) на dsp.gov.ua

План І фази* комунікаційної кампанії

- виробництво інформаційних матеріалів
- розповсюдження інформаційних матеріалів
- виробництво брендovanого розділу на сайті Держпраці



Виробництво інфоматеріалів

відео | аудіо | постери | стенд | наліпки



Відео

4 анімаційні ролики, що розкривають ключові меседжі кампанії

[Ролик 1.](#) Незадекларована праця - це проблема в Україні



[Ролик 3.](#) Незадекларована праця - не захищає від штрафу



[Ролик 2.](#) Незадекларована праця - не захищає ваші трудові та соціальні права



[Ролик 4.](#) Задекларована праця відкриває можливості для бізнесу



Аудіо



Незадекларована праця - це проблема в Україні



Незадекларована праця - не захищає трудові та соціальні права



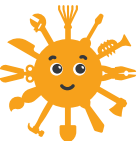
Незадекларована праця - не захищає від штрафу



Інформаційні постери

формати А3 та А1 для 3х аудиторій, загальний тираж 5 300 шт

для працівників



ВИХОДЬ НА СВІТЛО!

**ВАША ПРАЦЯ ПОВНІСТЮ
ЗАДЕКЛАРОВАНА, ЯКЩО:**

-  Роботодавець уклав із вами трудовий договір
-  Роботодавець повідомив про ваше працевлаштування Державну фіскальну службу
-  Роботодавець сплачує за вас єдиний соціальний внесок
-  Ви отримуєте заробітну платню офіційно у повному розмірі

ВАШІ ПЕРЕВАГИ:

- 1 Регулярна заробітна платня
- 2 Страхування на випадок безробіття
- 3 Страхування від нещасного випадку на виробництві
- 4 Страхування на випадок тимчасової непрацездатності
- 5 Безпечні та здорові умови праці

**НЕ ЗАДЕКЛАРОВАНА ПРАЦЯ
НЕ ЗАХИЩАЄ ВІД ЗВІЛЬНЕННЯ**



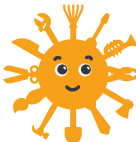
Дізнайтеся більше на www.dsp.gov.ua

Номер для консультацій (044) 288 10 00

Кампанія фінансується ЄС та виконується Міжнародною організацією праці

 **ПРЯМУЄМО РАЗОМ**  International Labour Organization

для роботодавців



ВИХОДЬ НА СВІТЛО!

РОБОТОДАВЕЦЬ СПЛАЧУЄ

ШТРАФ

ЗА КОЖНОГО НЕОФОРМЛЕНОГО ПРАЦІВНИКА

**НЕ ЗАДЕКЛАРОВАНА ПРАЦЯ
НЕ ЗАХИЩАЄ ВІД ШТРАФУ**



Дізнайтеся більше на www.dsp.gov.ua

Номер для консультацій (044) 288 10 00

Кампанія фінансується ЄС та виконується Міжнародною організацією праці

 **ПРЯМУЄМО РАЗОМ**  International Labour Organization

для великого бізнесу



ВИХОДЬ НА СВІТЛО!

**НЕ ЗАДЕКЛАРОВАНА ПРАЦЯ
НЕ ВІДКРИВАЄ НОВІ РИНКИ**

**МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ДЛЯ
ПРОЗОРОГО БІЗНЕСУ**

-  Залучення інвестицій
-  Міжнародне партнерство
-  Найкращі профі у команді



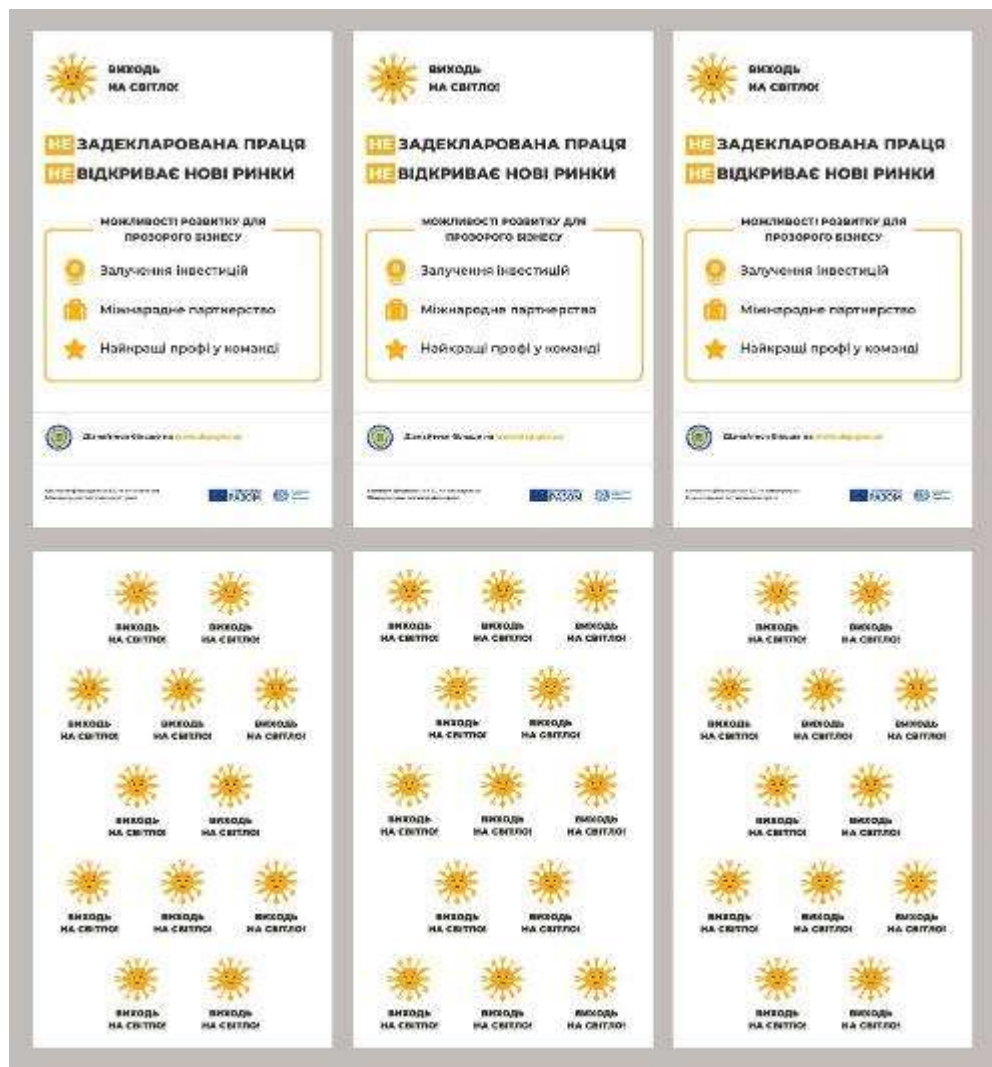
Дізнайтеся більше на www.dsp.gov.ua

Кампанія фінансується ЄС та виконується Міжнародною організацією праці

 **ПРЯМУЄМО РАЗОМ**  International Labour Organization

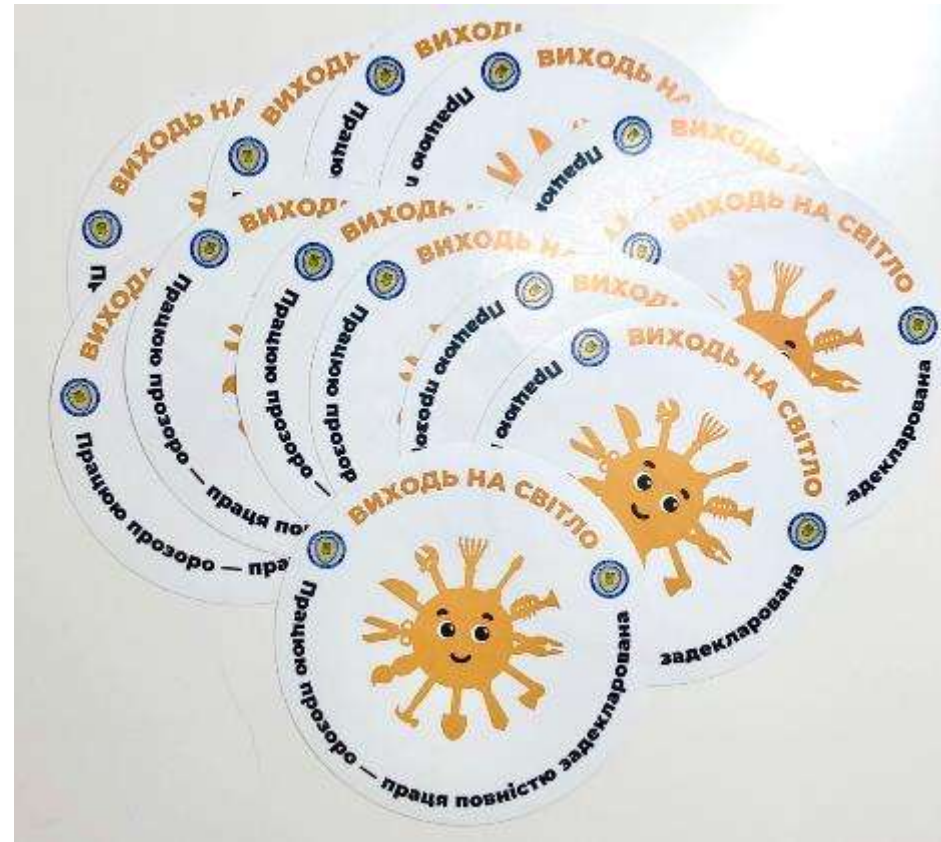
Стенд

інформаційний стенд-ширма 200x180 для галузевих заходів



Наліпки

ознаки для бізнесу, який працює прозоро; діаметр 10 см, тираж 2 000 шт



Розповсюдження інфоматеріалів

медіа | діджитал | стейкхолдери



1. Медіа кампанія



Медіа розміщення у вагонах Інтерсіті

інформаційний матеріал:	4 відео (30 сек)
період:	лютий-березень
носій:	540 моніторів
кількість показів:	544 320
охоплення 1+*	500 000

* одна людина могла побачити більше одного разу



Напрямки потягів

- Дарниця, Київ — Львів
- Київ — Харків
- Київ — Дніпро — Покровськ
- Київ — Дніпро — Запоріжжя
- Київ — Костянтинівка
- Київ — Одеса (через Жмеринку)
- Київ — Перемишль (через Святошин, Коростень, Підзамче, Львів)
- Київ — Перемишль (через Вінницю, Хмельницький, Тернопіль, Львів)



Фотозвіт розміщення в вагонах Інтерсіті 1

Ролик 1. Незадекларована праця - це проблема в Україні



Фотозвіт розміщення в вагонах Інтерсіті 2

Ролик 2. Незадекларована праця - не захищає ваші трудові та соціальні права



Фотозвіт розміщення в вагонах Інтерсіті 3

Ролик 3. Незадекларована праця - не захищає від штрафу



Фотозвіт розміщення в вагонах Інтерсіті 4

Ролик 4. Задекларована праця відкриває можливості для бізнесу



2. Діджитал кампанія



Складові діджитал кампанії



Google search - пошукова реклама розділу «Подолання незадекларованої праці» на сайті dsp.gov.ua



Up to 30 sec - промо 4 відеороликів 30 сек на Youtube без можливості пропуску



Facebook пост та informer - промо постів з 4 відеороликами на Facebook Держпраці



Загальні результати діджитал кампанії

ОПТИМАЛЬНА ЧАСТОТА

3 разів на місяць

- 1 305 386 показів рекламного повідомлення (пости, відео, оголошення в Google пошуку)
- 192 276 покриття унікальних користувачів (бачили повідомлення 1 та більше разів на кампанію)
- 8 482 переходів на сайт

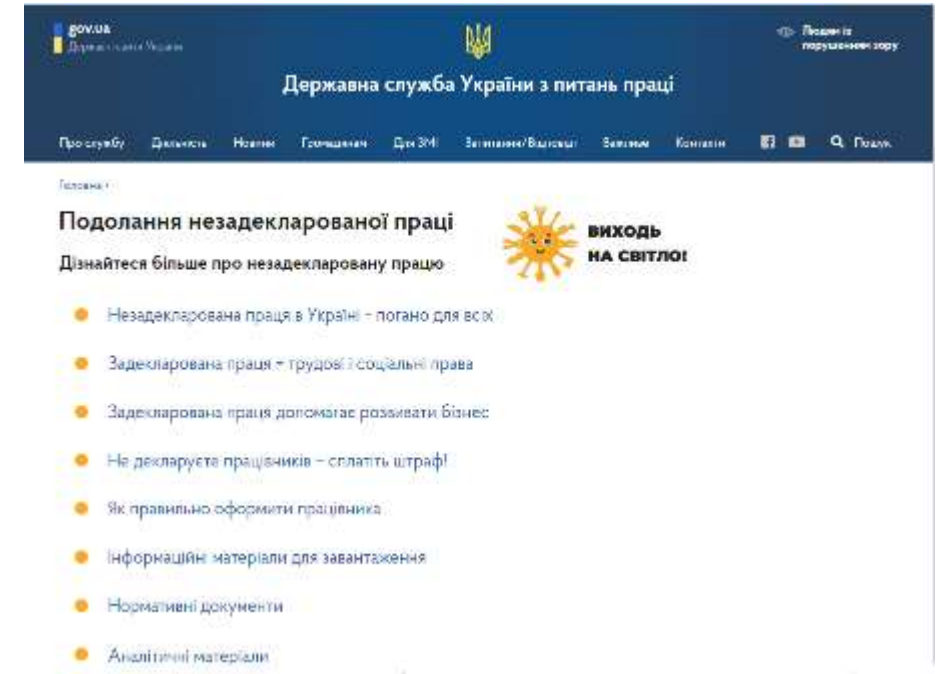
Кожна з 192 276 осіб в середньому бачила рекламу **6 разів за період**, або 3 рази на місяць. Оптимальна частота контакту для інформаційних повідомлень складає в середньому 3 рази/місяць. Цього достатньо для того, щоб користувачі дізналися, провзаємодіяли та запам'ятали повідомлення. Тому кампанія вважається успішною



Трафік* сайту в період I фази кампанії

142 168

- користувачів відвідали сайт Державної служби з питань праці за період кампанії

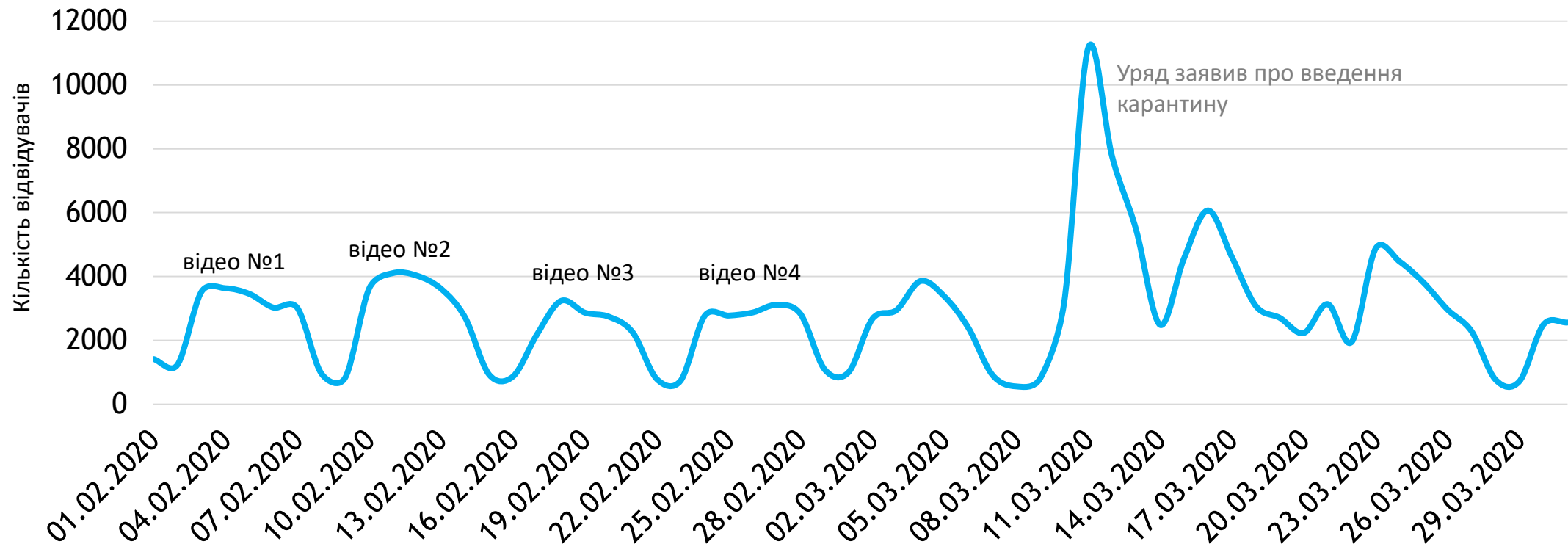


*Динаміку відвідування у порівнянні з періодом до початку кампанії показати не має можливості у зв'язку з відсутністю налаштувань Google Analytics на сайті Державної служби з питань праці

Джерело: Google ADS, Facebook ads campaign; Google Analytics

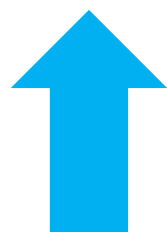
Динаміка трафіку сайту в період кампанії

01 лютого-31 березня 2020



Основні піки припадають на публікацію та просування нових відео у мережах Facebook та YouTube, які в свою чергу провокують ріст запитів у пошуковій мережі

Частка переходів на сайт з реклами в Facebook та YouTube*



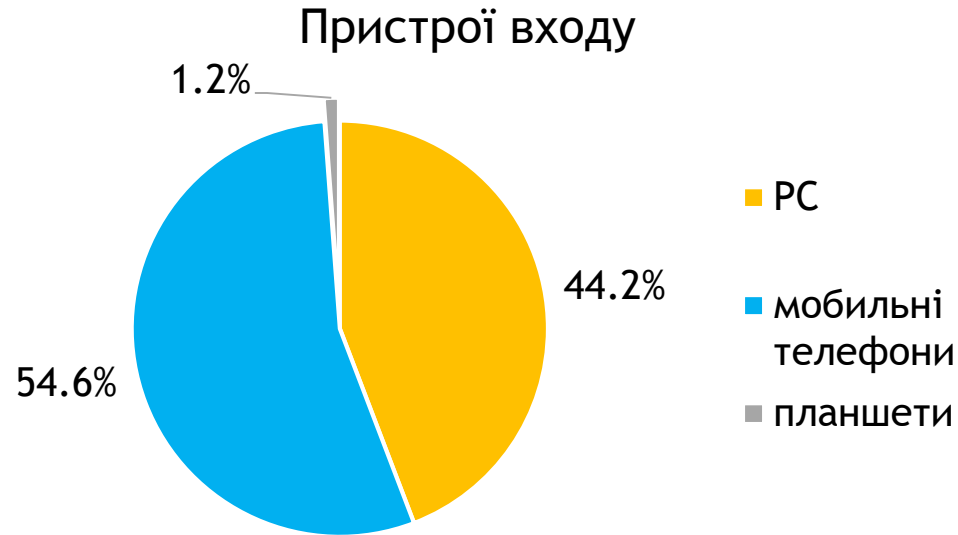
5,6%

- **142 168** користувачів відвідали сайт за період кампанії
- **7 946 (5,6%)** з яких зробили це після контакту з рекламою 4 відеороликів у Facebook та YouTube

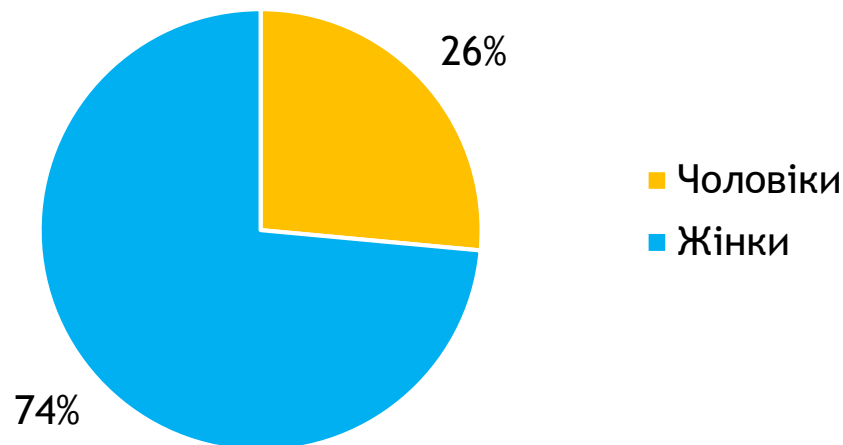
* з 17го лютого було змінено кабінет аналітики Google Analytics на UA-158639140-1, в зв'язку з чим в період з 17.02 по 12.03 не збиралися статистичні дані про цілі, що досягалися користувачами

Джерело: Google ADS, Facebook ads campaign; Google Analytics

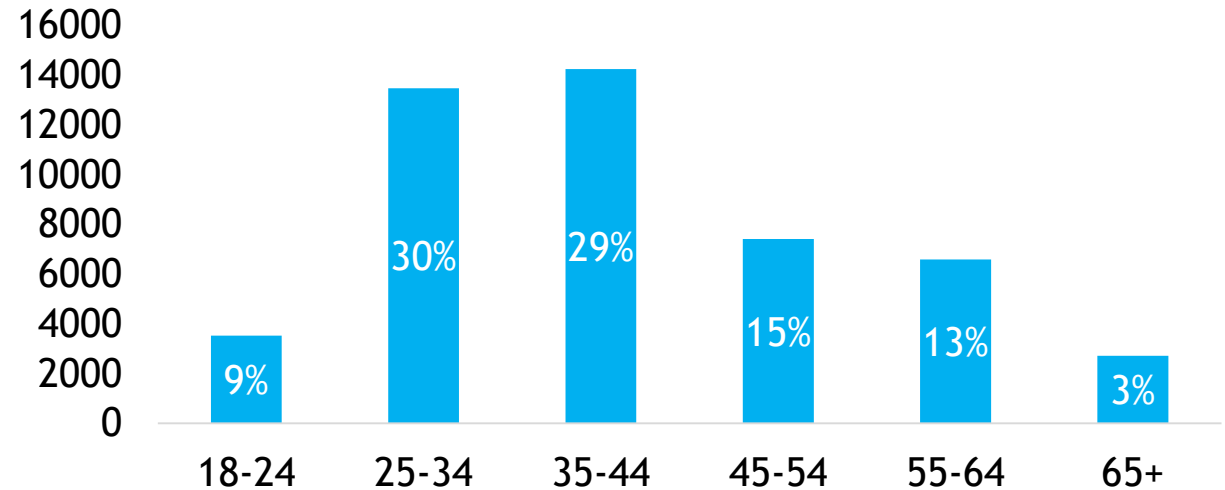
Аудиторія сайту



Гендерний розподіл користувачів

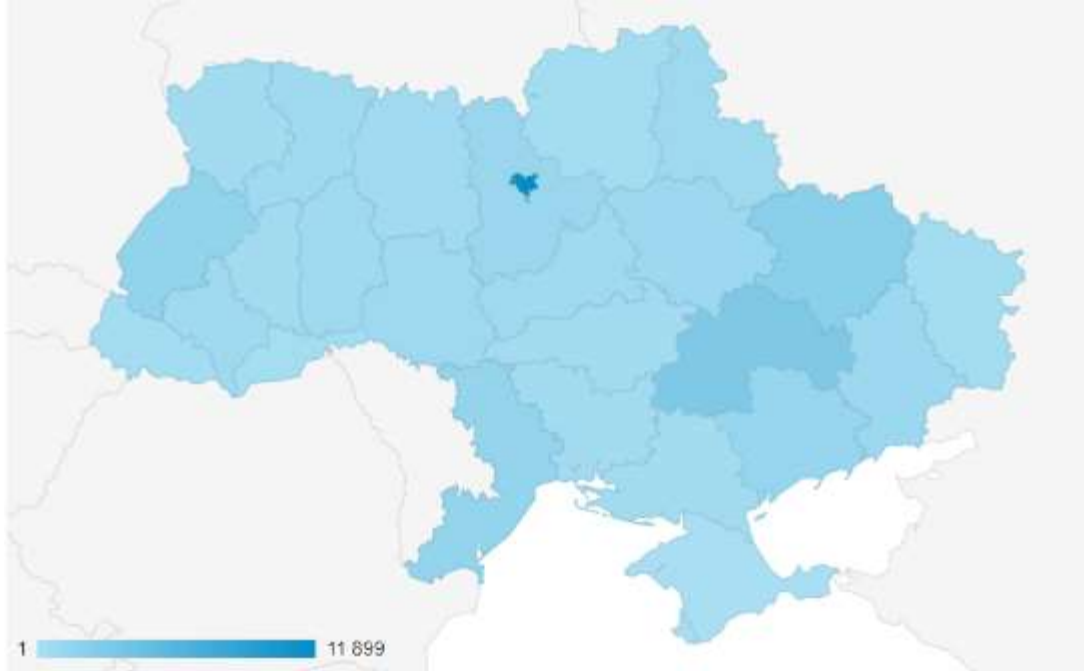


Віковий розподіл користувачів



- відвідувачі сайту майже в рівній мірі використовують комп'ютери та смартфони для доступу на сайт
- жінки - основні відвідувачі порталу та складають 74%
- найбільш активною є вікова група 25-44 роки

Географія розподілу користувачів



ТОР10 користувачів України за місцезнаходженням



- 96,% відвідувачів сайту проживають на території України
- сайт відвідують користувачі з США (1,83)%, Росія (0,29%), Польщі (0,27%) та Німеччини (0,25%), що може бути пов'язаним з використанням VPN

Відвідування розділу “Подолання незадекларованої праці”

№	Назва статті (сторінки)	Кількість переглядів	Кількість користувачів, що переглянули	Середня тривалість перегляду
1	Подолання незадекларованої праці	4 583	2 945	0:01:13
2	Не декларуєте працівників - сплатіть штраф!	1 963	1 658	0:06:01
3	Незадекларована праця в Україні – погано для всіх	755	593	0:02:42
4	Як правильно оформити працівника	500	401	0:04:10
5	Інформаційні матеріали для завантаження	412	345	0:03:43
6	Задекларована праця = трудові і соціальні права	360	312	0:01:54
7	Задекларована праця допомагає розвивати бізнес	164	137	0:02:55
8	Аналітичні матеріали	87	59	0:00:55

- В період 01.02-31.03 розділ "Подолання незадекларованої праці" відвідало **8 241 користувачів**
- Середня тривалість відвідування розділу складає близько **2 хвилини***, отже робимо висновок що контент відповідає запиту
- Найбільш відвідувана стаття «[Не декларуєте працівників - сплатіть штраф!](#)».

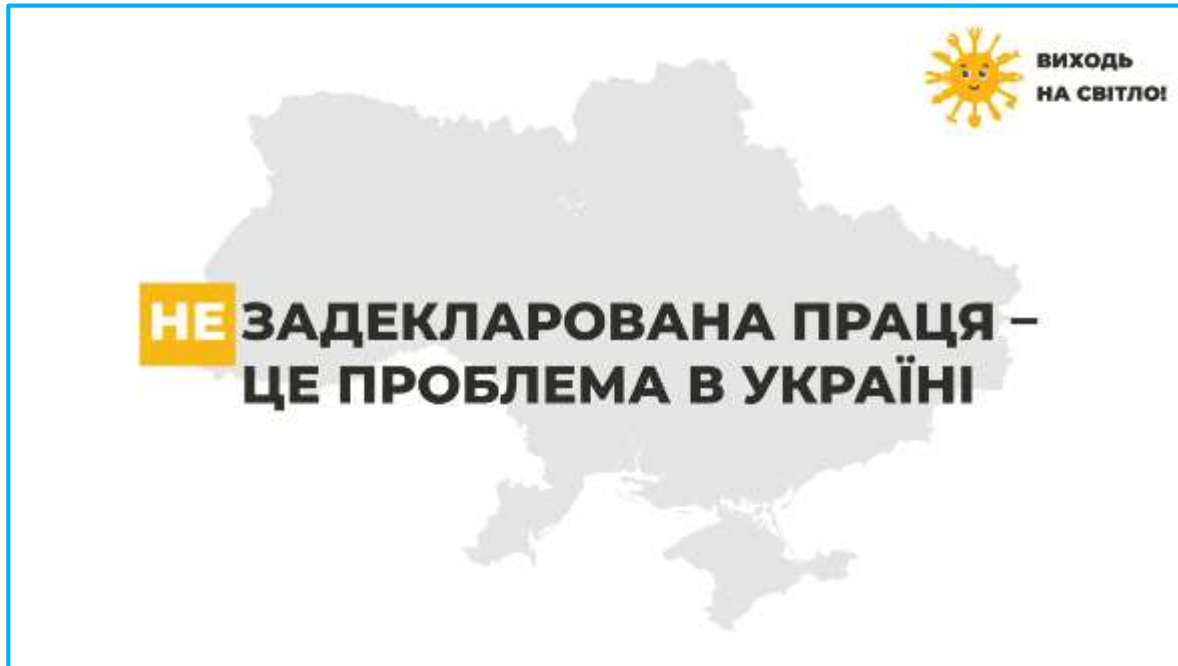
Реклама в YouTube*. Роз'яснення показників

4 ролики по 30 секунд без можливості пропуску

- **покази** - кількість разів, яку було показано відео за період кампанії
- **перегляди** - те ж саме, що охоплення. Кількість унікальних користувачів, що побачили відео. Переглядів менше ніж показів, оскільки люди можуть бачити одне те саме повідомлення декілька разів за час кампанії
- **кліки** - кількість переходів на сайт Держпраці після перегляду ролика
- **середня тривалість сеансу** - скільки часу людина провела на сайті Держпраці, після того як подивилась ролик в YouTube



Youtube реклама. Відео 1



покази
152 411

перегляди
59 723

кліки
426

сер. трив. сеансу
00:00:42



Youtube реклама. Відео 2



покази
178 502

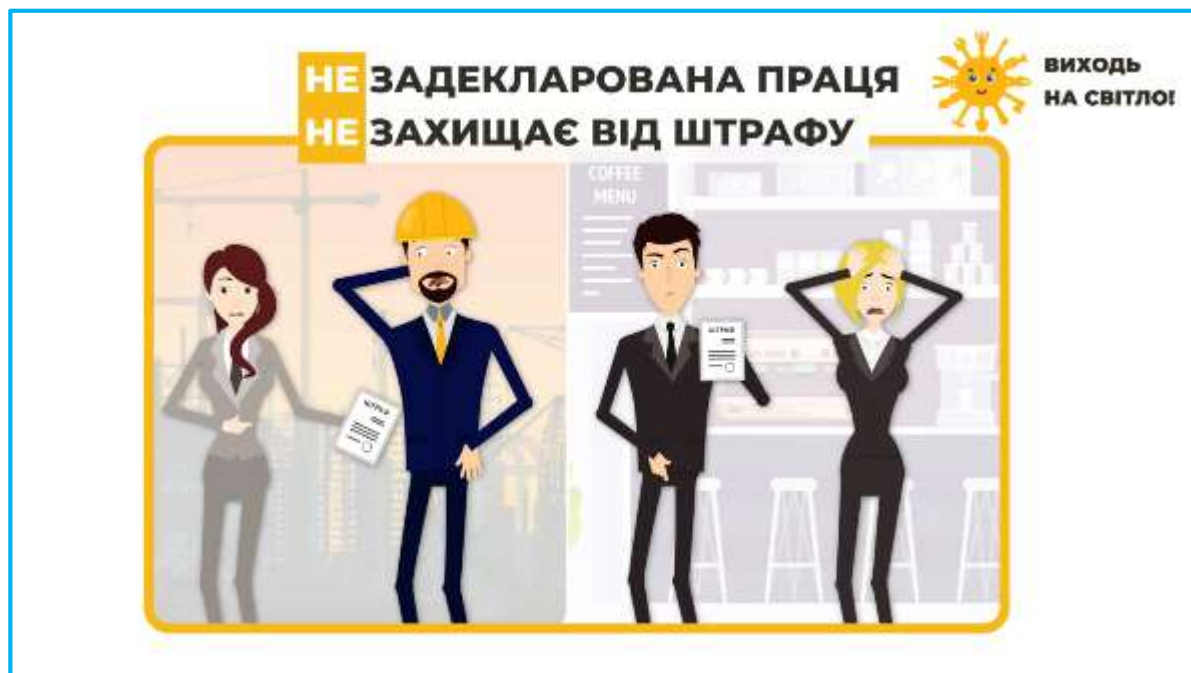
перегляди
55 899

кліки
774

сер. трив. сеансу
00:00:44



Youtube реклама. Відео 3



покази
222 797

перегляди
54 956

кліки
1 104

сер. трив. сеанса
00:00:35



Youtube реклама. Відео 4



НЕ ЗАДЕКЛАРОВАНА ПРАЦЯ
НЕ ГАРАНТУЄ РОЗВИТОК БІЗНЕСУ

покази
181 924

перегляди
55 377

кліки
808

сер. трив. сеанса
00:00:36



Висновки за рекламною кампанією в YouTube

- реклама в YouTube - це інструмент, який працює на інформування, тому, як правило, тут більше значення має не кількість переходів на сайт, а кількість переглядів ролика
- сумарна кількість переглядів становила 235 955 від 735 634 показів, тобто кожен користувач побачив ролик щонайменше 3 рази за період кампанії. Така кількість є нормальною і сприяє тому, що люди краще запам'ятовують інформацію, будуть знати про проблему та асоціювати усі подальші повідомлення на цю тему з Держпраці
- найбільшу кількість переглядів та переходів на сайт отримало відео №3 «Незадекларована праця - не захищає від штрафу» - 1 104 переходи. Аудиторія роботодавців є більш активною, оскільки повідомлення дуже конкретне. В даному випадку інформування про негативні наслідки працює краще, ніж нейтральне повідомлення



Реклама постів у Facebook. Роз'яснення показників

- **покази** - кількість разів, скільки було показане рекламне повідомлення за період кампанії
- **охоплення** - кількість людей, що побачили повідомлення. Охоплення завжди в декілька разів менше кількості показів, оскільки люди бачать одне те саме повідомлення декілька разів за час кампанії
- **залучення** - кількість дій, які користувач виконав після того як побачив наше повідомлення (лайки, репости, коментрі, перегляди відео)
- **середня тривалість сеансу** - скільки часу людина провела на сайті Держпраці після того як перейшла за посиланням в пості Facebook
- **кількість переглянутих сторінок за сеанс** - скільки сторінок користувач переглянув, коли перейшов на сайт



Пост №1. Незадекларована праця - проблема в Україні

 **Державна служба України з питань праці**
Sponsored · 🌐

Незадекларована праця – проблема в Україні. Щонайменше кожен п'ятий працівник не задекларований роботодавцем.
Працюєте без трудового договору? Не розраховуйте на гідні умови праці.
Не оформлюєте працівників - за це передбачений штраф!... [See more](#)

  **ВИХОДЬ
НА СВІТЛО!**

 Ivan Abashyn, Алёна Счастливая and 45 others · 50 shares · 11K views

покази
23 952

сторінок/сеанси
1,55

залучення
10 601

трив. сеансу
00:01:20

охоплення
8 346



Пост №2. Штраф



Державна служба України з питань праці

Sponsored · 🌐

Інспектори праці можуть без попередження перевірити, як ви дотримуетесь трудового законодавства.

Не оформили працівника належним чином? Не допустили інспектора до перевірки? Будьте готові сплатити штраф!

Дізнайтеся більше на [http://dsp.gov.ua/...](http://dsp.gov.ua/)



67

3 Comments · 63 shares · 18K views

покази
38 006

трив. сеансу
00:01:07

залученість
15 977

сторінок/сеанси
2,05

охоплення
15 705



Пост №3. Трудові та соціальні права працівників



Державна служба України з питань праці

Sponsored · 🌐

Працювати за трудовим договором – вигідно!

Кожен найманий працівник має право на здорові та безпечні умови праці, нормований робочий час, оплачувані відпустки й лікарняні, допомогу в разі нещасного випадку на роботі. Всього цього позбавлені незадекларовані працівники.

Дізнайтеся більше на [http://dsp.gov.ua/...](http://dsp.gov.ua/)



**ВИХОДЬ
НА СВІТЛО!**



Natalja Shumeiko and 54 others

1 Comment · 38 shares · 16K views

покази
37 150

трив. сеансу
00:00:13

залученість
15 308

сторінок/сеанси
1,22

охоплення
15 675



Пост №4. Можливості для бізнесу

 **Державна служба України з питань праці**
Sponsored · 

Маєте власний бізнес? Укладаючи трудові договори з працівниками, ви зміцнюєте репутацію, підвищуєте можливість виходу на нові ринки, отримання інвестицій та залучаєте кращих фахівців.
Задекларовані працівники більш вмотивовані та рідше змінюють роботу.
Більш детально: [http://dsp.gov.ua/...](http://dsp.gov.ua/)





   69

4 Comments · 69 shares · 21K views

покази
51 940

трив. сеансу
00:03:09

залученість
20 444

сторінок/сеанси
1,99

охоплення
18 484



Висновки за рекламою посту в Facebook

- цей інструмент був націлений на **взаємодію з аудиторією**. Його мета - залучити людей до обговорення теми через виконання певних дій з постом. Основний показник - залучення
- **загальне залучення** (62 330) в декілька разів переважає середньостатистичну (9 600), що говорить про те, що серед аудиторії на Facebook висока зацікавленість темою незадекларованої праці
- найбільшу увагу отримав пост №4, **про розвиток бізнесу - кожен** з 18 484 охоплених користувачів **побачив пост** щонайменше **2-3 рази** та принаймі 1-2 рази взаємодіяв із ним
- сумарна кількість лайків, коментарів та переглядів посту №4 складає **20 444**. Тобто, ця тема найбільше обговорювалась користувачами



Facebook informer*. Реклама з кнопкою переходу на сайт

- Facebook informer - інструмент метою якого є набрати більше переходів на сайт, тому вирішальним показником тут є кліки
- кліки - кількість переходів на сайт Держпраці після перегляду повідомлення

* Інструмент, що допомагає підвищити кількість переходів на сайт після контакту з повідомленням



Інформер №1. Незадекларована праця - проблема в Україні

 Державна служба України з питань праці
Sponsored · 🌐

Незадекларована праця – проблема в Україні. Щонайменше кожен п'ятий працівник не задекларований роботодавцем.
Працюєте без трудового договору? Не розраховуйте на гідні умови праці.
Не оформлюєте працівників - за це передбачений штраф!

НЕ ЗАДЕКЛАРОВАНА ПРАЦЯ
НЕ ГАРАНТУЄ ОПЛАТУ ПРАЦІВНИКАМ

 **ВИХОДИ НА СВІТЛО!**



DSP.GOV.UA
Дізнайтеся більше! [Learn More](#)

   47

17 Comments 34 shares 22K views

покази
119 873

трив. сеансу
00:00:31

охоплення
44 234

сторінок/сеанси
1,35

кліки
1 024



Інформер №2. Штраф

 **Державна служба України з питань праці**
Sponsored · 

Інспектори праці можуть без попередження перевірити, як ви дотримуетесь трудового законодавства.
Не оформили працівника належним чином? Не допустили інспектора до перевірки?
Будьте готові сплатити штраф!

РОБОТОДАВЕЦЬ СПЛАЧУЄ ШТРАФ ЗА КОЖНОГО НЕОФОРМЛЕНОГО ПРАЦІВНИКА

 **ШТРАФ**

ВИХОДИ НА СВІТЛО!

DSP.GOV.UA
Дізнайтеся більше!

[Learn More](#)

  39

2 Comments 20 shares 18K views

покази
84 163

трив. сеансу
00:00:30

охоплення
37 076

сторінок/сеанси
1,37

кліки
1 057



Інформер № 3. Трудові та соціальні права працівників

 **Державна служба України з питань праці**
Sponsored · 🌐

Працювати за трудовим договором – вигідно!
Кожен найманий працівник має право на здорові та безпечні умови праці, нормований робочий час, оплачувані відпустки й лікарняні, допомогу в разі нещасного випадку на роботі.
Всього цього позбавлені незадекларовані працівники.

 **ВИХОДЬ
НА СВІТЛО!**

DSP.GOV.UA
Дізнайтеся більше! [Learn More](#)

👍 🤔 🙄 39 4 Comments 24 shares 18K views

покази
101 708

трив. сеансу
00:00:26

охоплення
40 521

сторінок/сеанси
2,67

кліки
987



Інформер №4. Можливості для бізнесу

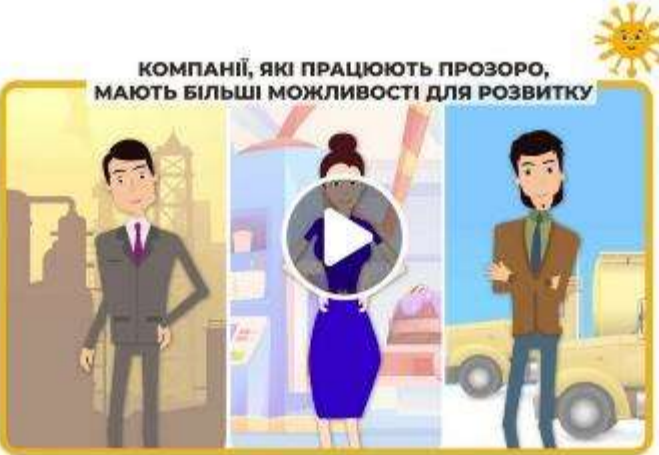
 Державна служба України з питань праці
Sponsored · 

Маєте власний бізнес?

Укладаючи трудові договори з працівниками, ви зміцнюєте репутацію, підвищуєте можливість виходу на нові ринки, отримання інвестицій та залучаєте кращих фахівців.

Задекларовані працівники більш вмотивовані та рідше змінюють роботу.

КОМПАНІЇ, ЯКІ ПРАЦЮЮТЬ ПРОЗОРО, МАЮТЬ БІЛЬШІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ РОЗВИТКУ



DSP.GOV.UA
Дізнайтеся більше!

[Learn More](#)

 21 4 shares 14K views

покази
100 352

трив. сеансу
00:03:51

охоплення
33 011

сторінок/сеанси
2,71

кліки
1 040



Висновки за інструментом Facebook informer

- охоплення Facebook за період рекламної кампанії склало 139 357 користувача
- середньостатистична кількість переходів за цим інструментом становить 950. Всі 4 повідомлення перебільшують це значення, отже всі теми зацікавили користувачів і вони відвідали сайт
- найбільше переходів на сайт було здобуто постом №2 про штраф (1 057 переходів). Тема штрафу значно більше «зачепила» аудиторію, оскільки повідомлення наголошує на наслідках та привертає більше уваги, викликає занепокоєння



Загальні висновки про діджитал кампанію

- основним завданням діджитал кампанії була поглиблена робота з цільовою аудиторією - залучення
- 192 276 осіб побачили повідомлення, з них 8 482 відвідали сайт після прямого контакту з рекламою та 62 330 взаємодіяли з інформацією у Facebook
- отримані результати свідчать про те, що аудиторія розуміє проблему та готова взаємодіяти, що підтвердили високі показники кампанії у Facebook
- найбільш активними виявились роботодавці. Ролик та стаття на тему штрафів зібрали найбільшу кількість переглядів. Причин декілька:
 - меседж про штраф є цілком *конкретним* та апелює до *найбільших побоювань* роботодавця - проблеми та неочікувані витрати
 - за психологією, негативна інформація завжди викликає більше зацікавленості



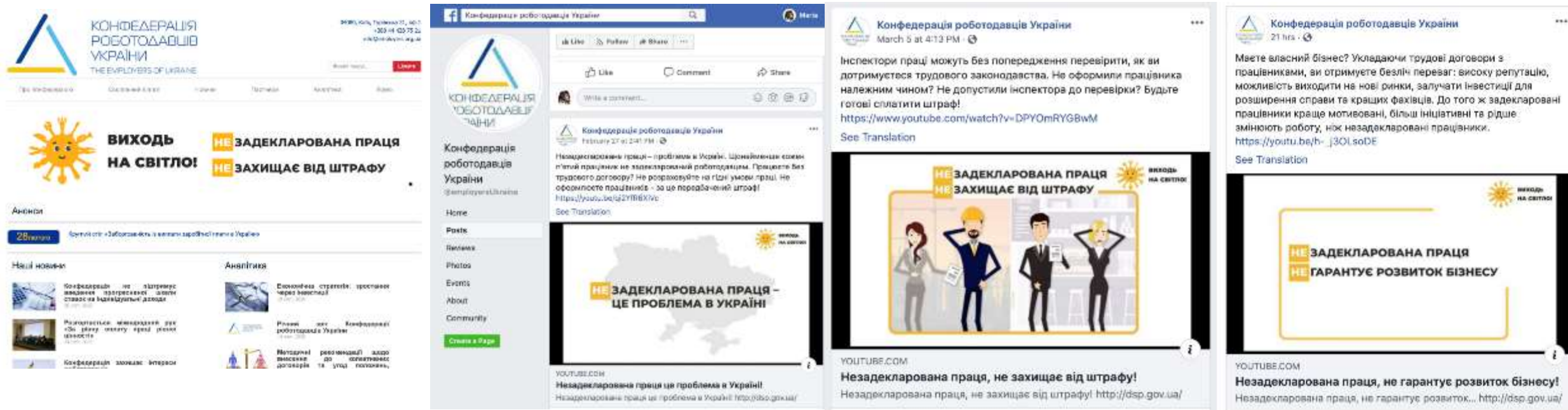
Розміщення на площинах стейкхолдерів

Онлайн та indoor розміщення



Розміщення на онлайн платформах об'єднань роботодавців України

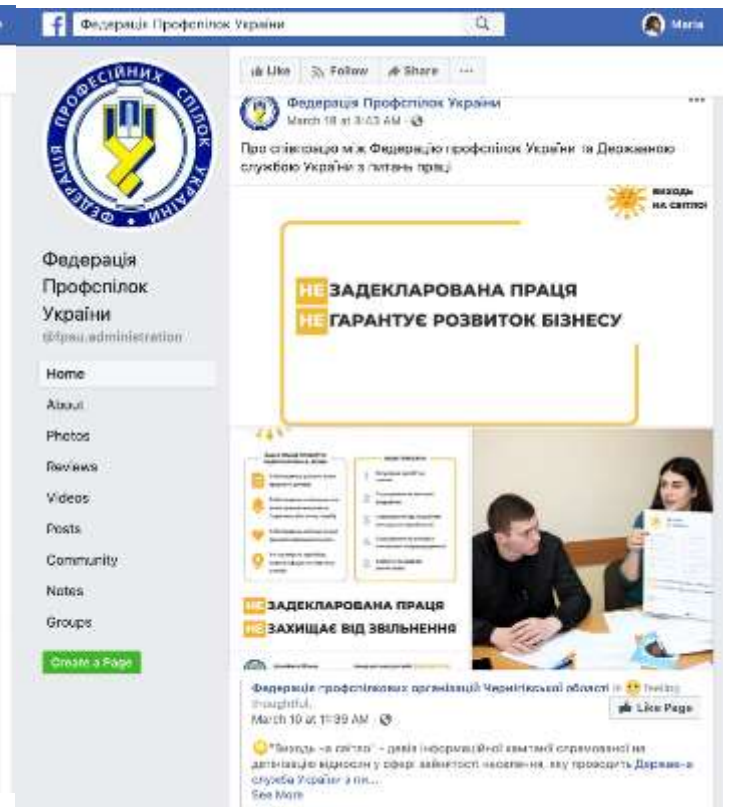
Розміщено банер сайті та 3 відео на Facebook сторінці Конфедерації роботодавців України



Робота з онлайн платформами Федерації роботодавців України та ін. триває

Розміщення на онлайн платформах об'єднань профспілок України

Розміщено банер сайті та постери на Facebook сторінках Федерації профспілок України



Робота з онлайн платформами Конфедерації вільних профспілок України триває

Indoor розміщення постерів на площинах стейкхолдерів

- Федерація профспілок України - **3 000** шт
- Державна служба зайнятості - **1 625** шт
 - центри зайнятості
 - великі підприємства
- Об'єднані громади - **712** шт
 - ЦНАП
 - сільради
 - локальні центри зайнятості
 - локальні відділення ДПС

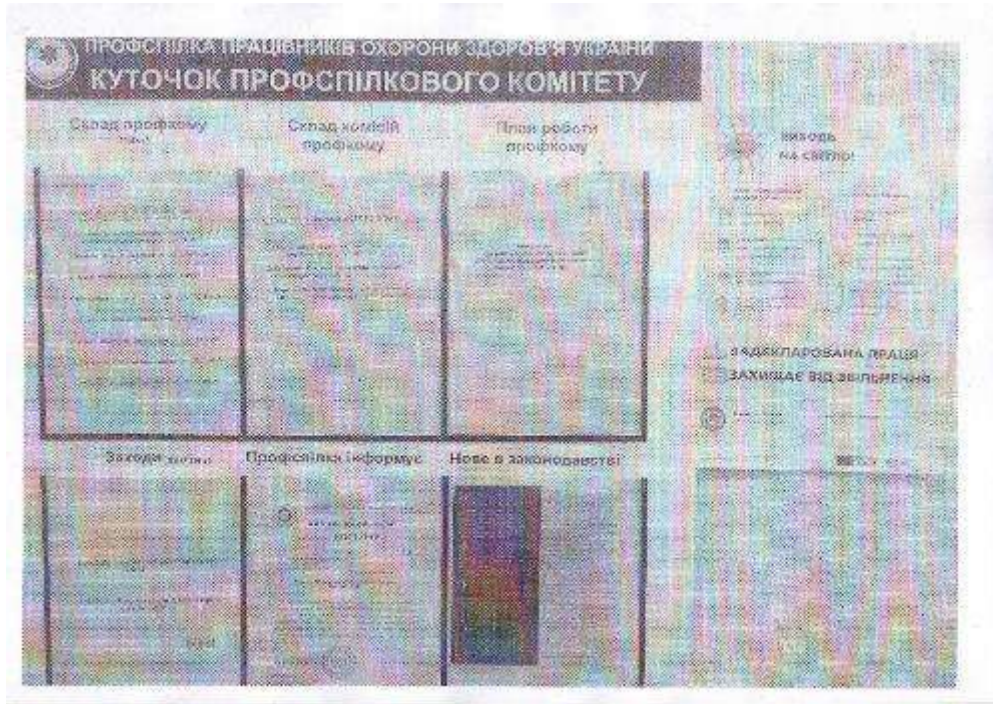


Розміщення постерів на площинах ФПУ:

- **2 000** шт у первинних організаціях в **24** регіонах України
- **500** шт у асоційованих організаціях
- **500** шт у вищих навчальних закладах через профспілку працівників освіти



Фотозвіт розміщення постерів на площинах ФПУ



Профспілка працівників охорони здоров'я
України. Харків



Федерація профспілкових організацій
Чернігівської області



Розміщення постерів у центрах зайнятості через Державну службу зайнятості:

- в **750** первинних організаціях у **24** областях України
- в **125** великих підприємствах через обласні центри зайнятості



Фотозвіт 1: розміщення постерів в центрах зайнятості

Закарпатський обласний
центр зайнятості - м. Ужгород



Міський центр зайнятості
м. Ковель



Черкаський обласний центр зайнятості



Фотозвіт 2: розміщення постерів в центрах зайнятості Львівської області

Дорогобицька філія



Городоцька філія



Перемишльська філія



Кам'янка-Бузька



Сколівська філія



Червоноградський СРЗЦ

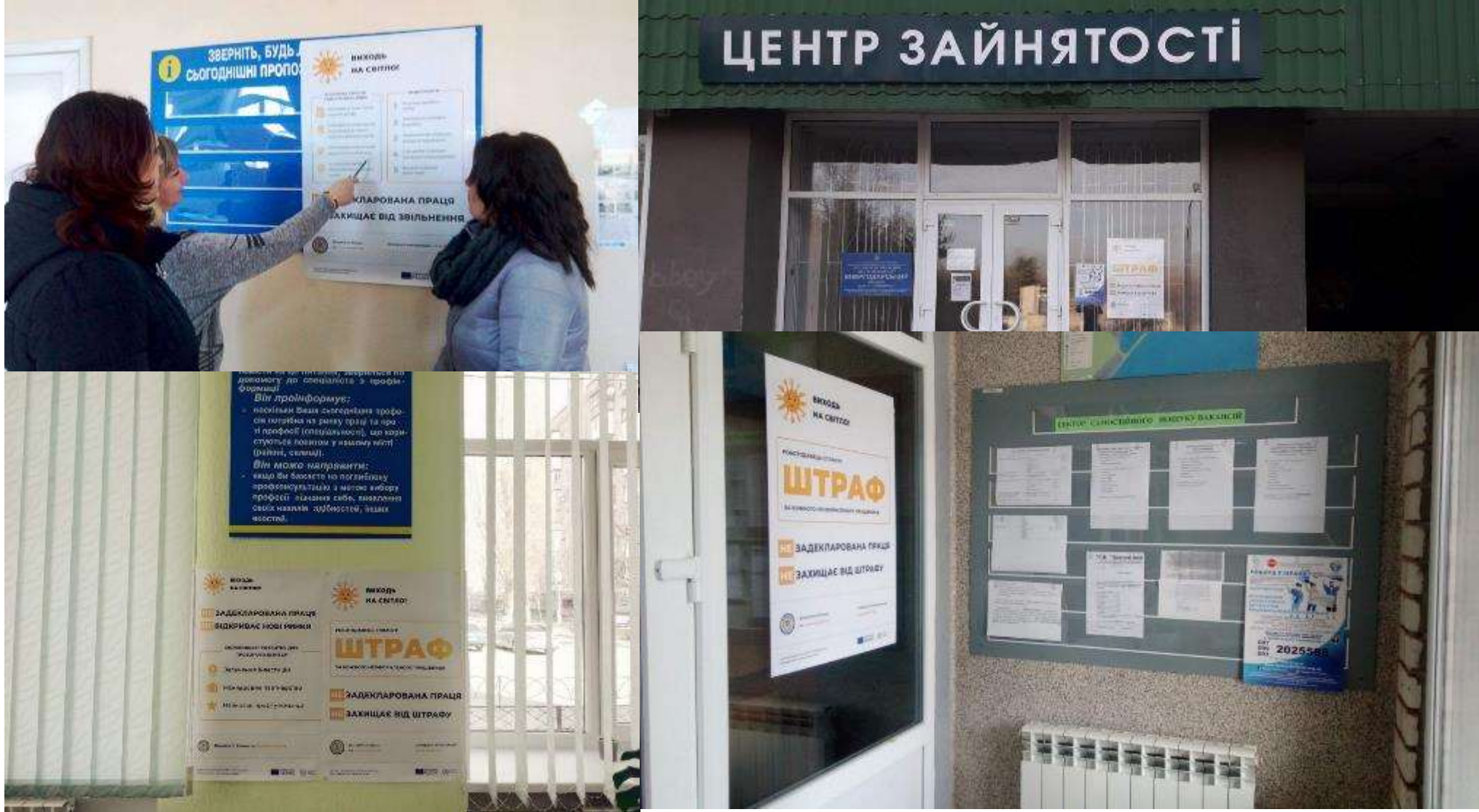
Фотозвіт 3: розміщення постерів у центрах зайнятості Миколаївської області



Фотозвіт 4: розміщення постерів у центрах зайнятості Дніпропетровської області



Фотозвіт 5: розміщення постерів у центрах зайнятості Запорізької області



Фотозвіт 6: розміщення постерів у центрах зайнятості Одеської та Сумської областей



Фотозвіт 7: розміщення постерів у центрах зайнятості Волинської області



Фотозвіт 8: розміщення постерів у центрах зайнятості Волинської області

Луцьк. Районний центр зайнятості

Шацьк

Луцьк. Розміщення через роботодавця



Камінь-Каширський

Ратне

Нововолинськ

Фотозвіт 9: розміщення постерів у центрах зайнятості Кіровоградської області



Світловодськ



Кіровоградський МРЗЦ



Компаніївка

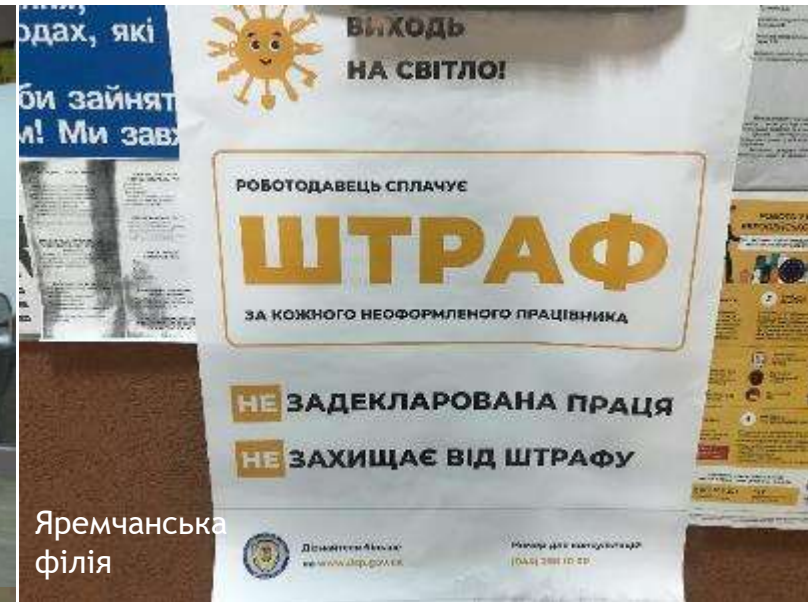


Новоукраїнськ



Новоархангельськ

Фотозвіт 10: розміщення постерів в центрах зайнятості Івано-Франківської області



Фотозвіт 11: розміщення постерів в центрах зайнятості Херсонської області

Херсон. Районний ЦЗ



Нова Каховка



сmt. Чаплинка



м. Олешки



сmt. Іванівка



сmt. Верхній Рогачник

Розміщення постерів у ЦНАП

- у **82** первинних відділеннях **ЦНАПах**
- в **100** сільських та міських радах
- та близько **100** інших локальних інституціях (центри соціальної допомоги, податкова, центри зайнятості, тощо)



Фотозвіт 1: розміщення постерів у ЦНАПах



с.Золотники
Тернопільська обл



с.Вилково
Одеська обл



с.Куликівка
Чернігівська обл



смт.Дубно
Рівненська обл



с.Полоне
Хмельницька обл



с.Первомайськ
Херсонська обл

Фотозвіт 2: розміщення постерів у ЦНАПах



с.Матусів
Черкаська обл

с.Шабо
Одеська обл



с.Радивілів
Рівненська обл



Башарів
Рівненська обл



с.Крупець
Рівненська обл



с.Полоне
Хмельницька обл

Фотозвіт 3: розміщення в державних установах ОТГ



Сільрада в Матусівській ОТГ



Рада Радивільської ОТГ



Відділення ДПС
Радивільської ОТГ



Управління соц захисту
смт. Чаплинка



Суворівська районна рада.
Херсонська обл



Сільрада с.Теслугів



Хотин
Рівненська обл

Наступні кроки

Планування 2 фази



Планування 2 фази кампанії

- Розробка плану інформаційної кампанії на період травень-грудень 2020 року
- Розробка бюджету інформаційної кампанії на період травень-грудень 2020 року

термін виконання
робіт 30 квітня

термін виконання
робіт 30 квітня



Контактна інформація партнера-виконавця

Наталія Шумейко
natalja.shumeiko@gmail.com



CHANGE
communication

Марія Семовоник
mariasemovonik@gmail.com

