

INFORMACJA O PROJEKCIE „KROPLA DO KROPLI”

14 grudnia 2015 roku została podpisana umowa z NFOŚiGW odnośnie realizacji kampanii edukacyjnej „Kropla do Kropli”.

Przewidywany koszt realizacji przedsięwzięcia to 2 080 938,00 zł, z czego kwota dotacji z NFOŚiGW – wynosi 1 444 152 zł. Projekt realizowany będzie w okresie od 01.01.2016 do 30.06.2017.

Główny cel kampanii: zwiększenie świadomości osobistego wpływu na oszczędność wody, przekazanie wiedzy o zasobach wody w Polsce, obiegu wody w przyrodzie i o sposobach poszanowania wody.

Grupa docelowa: ogół społeczeństwa ze szczególnym podkreśleniem roli konsumentów (w tym dzieci i młodzieży) oraz przedsiębiorców i JST

Realizacja celu w kanałach komunikacji: budowa szerokiego zasięgu wśród ogółu społeczeństwa, przy użyciu mediów ogólnopolskich o najwyższym zasięgu: Telewizji i Radia oraz dotarcie do specyficznych segmentów: Jednostek Samorządu Terytorialnego oraz przedsiębiorców, zwiększenie zaangażowanie społeczeństwa w proces oszczędzania wody poprzez wykorzystanie mediów społecznościowych oraz gamifikacji

Komunikacja w mediach głównych ma charakter uniwersalny przy jednoczesnym wykorzystaniu humoru i zaskoczenia w celu przyciągnięcia uwagi grupy docelowej. Przekaz nie jest skomplikowany i w zabawny sposób buduje świadomość dotyczącą zużywania wody i odpowiedzialnej konsumpcji wody.

Wsparciem dla mediów wiodących (Telewizja, Radio) będą takie sposoby dotarcia do specyficznych segmentów grup docelowych o specjalistycznym charakterze, które precyzyjnie docierają do wybranych grup odbiorców. Charakter komunikacji w tych kanałach będzie nieco odmienny od ogólnego przekazu w mediach głównych, bardziej dopasowany do specyfiki danej grupy (magazyny branżowe – JST, specjalistyczne mailingi – przedsiębiorcy).

Media społecznościowe będą miejscem zachęcającym społeczeństwo do: z jednej strony zdobywania i poszerzania wiedzy dotyczącej zużywania wody, a z drugiej strony będą aktywizować grupę docelową do oszczędzania wody i promowania dobrych praktyk w tej materii wśród swoim znajomych. Kierunek komunikacji to LifeHacking, czyli różne sposoby i triki używane do ułatwiania sobie życia. W szczególności są to pomysły programistów, majsterkowiczów, kucharzy i innych, którzy próbują przenosić idee i koncepcje swojego zawodu na codzienne życie.

Celem maksymalnego zwiększenia zaangażowania społeczeństwa w proces oszczędzania wody, chcemy zastosować **gamifikację**, która wykorzystuje mechanizmy znane z gier komputerowych i fabularnych, takie jak: rankingi, nagrody, trofea czy zdobywanie punktów. Wykorzystując grywalizację jesteśmy w stanie zaangażować i jednocześnie wyedukować użytkowników z tematu jakim jest oszczędzanie wody (i pokrewne) przez całą długość trwania akcji. Na specjalnie stworzonej stronie projektu KroplaDoKropli.pl umieścimy aplikację grywalizacyjną, która świetnym narzędziem dla tego typu projektu, ponieważ zapewnia trzy podstawowe aspekty: FUN (zabawa), FRIENDS (udział i zaangażowanie się w projekcie razem ze znajomymi) oraz FEEDBACK (informacja zwrotna dla użytkownika nt. stopnia jego zaangażowania). Grywalizacja dostarcza zabawę i zadowolenie przez co projekt jest ciekawy i wart zaangażowania w niego swoich sił.

Jako **baza ekspercka** całej komunikacji będzie specjalnie stworzony **kanal Youtube**, na którym będzie można zapoznać się z dobrymi praktykami dotyczącymi oszczędzania wody, dowiedzieć się więcej o

zasobach wody, jej wpływie na ludzkie zdrowie, rolnictwo, turystykę, przemysł, transport, energetykę i pozostałe dziedziny.