



CONCURS NAȚIONAL

Oameni Competenți Pentru România



Planul Campaniei de Comunicare

PNRR: Fonduri pentru România modernă și reformată!

Cuprins

1. Context	3
2. Definirea publicului țintă	4
3. Componente cheie și obiective ale planului de comunicare	7
4. Factori diferențiatori	10
5. Identitate vizuală	12
6. Nume campanie și slogan	18
7. Platforme și mijloace de comunicare	21

1 Context

Concursul Național: Pasul către o administrație transparentă și eficientă Navigând prin labirintul angajării în administrația publică

Se observă o tendință printre categoriile de tineri care fac parte din publicul țintă - absolvenții de studii medii liceale, studenții, absolvenții de studii superioare - de a se autoexclde de la a candida la posturi în administrația publică.

Această decizie este adesea motivată de percepția că aceste funcții publice nu sunt accesibile oricui, procesul de recrutare este neclar, iar oportunitățile de carieră sunt vagi și insuficient promovate.

Prin intermediul acestui plan de comunicare, dorim să încurajăm absolvenții de liceu și studii universitare să se implice și să candideze, în baza meritelor proprii, la posturile disponibile în administrația publică. Ne dorim să spulberăm mitul că influența sau conexiunile sunt factorii decisivi în procesul de recrutare. În schimb, **să punem un puternic accent pe competență, merit și transparență.**

Astfel, dorim să deschidem porțile către accesul la o carieră de succes în administrația publică, bazată pe valoarea personală și profesională a candidaților. Căutăm oameni competenți care să contribuie la construirea unei administrații publice eficiente, echitabile și orientate către nevoile cetățenilor.

Împreună, putem construi o administrație publică incluzivă, transparentă și eficientă, bazată pe competență.

2 Definirea publicului țintă



Genul: Femeie sau Bărbat

Campania de comunicare se adresează tuturor persoanelor, cu scopul de a fi incluzivă și de a atrage o gamă diversificată de potențiali candidați.



Vârstă: 18 – 65

Publicul țintă acoperă un interval larg de vârstă, de la tineri adulți de 18 ani, care pot fi interesați de începerea unei cariere în serviciul public, până la persoane de 65 de ani, care pot dori să facă o schimbare în cariera lor sau să se implice în serviciul public într-o etapă ulterioară a vieții lor profesionale.



Spațiul geografic: România, mediul urban și rural

Campania vizează potențiali candidați din întreaga țară, atât din mediul urban, cât și din mediul rural, pentru a asigura o reprezentare diversificată a candidaților.



Aspirații politice: Nu este interesat de mediul politic

Publicul țintă este caracterizat prin lipsa unui interes semnificativ pentru mediul politic, punând accentul pe contribuția lor la serviciul public, independent de afilierea politică.

Candidații declarați admiși trebuie să respecte interdicțiile și limitările specifice funcției publice, în ceea ce privește implicarea în activitatea politică.

2 Definirea publicului țintă



Nivel de educație: Studii liceale, studii universitare de licență, master

- **Absolvenții de liceu:** Tinerii care au finalizat studiile liceale, cu diplomă de bacalaureat și sunt în căutarea unei perspective de carieră. Aceștia pot fi atrași de oportunitatea de a începe o carieră stabilă și valoroasă în administrația publică, unde își pot dezvolta competențele și pot contribui la bunăstarea societății.
- **Studentii și absolvenții de studii universitare și de master:** Persoanele care își finalizează studiile universitare și de master sau sunt la început de carieră și doresc să își valorifice cunoștințele și competențele, în domeniul administrației publice. Pentru aceștia, Concursul Național poate reprezenta o oportunitate de a promova în carieră și de a se implica în serviciul public.
- **Funcționarii publici cu experiență:** Cei care au deja experiență în administrația publică și doresc să promoveze în carieră, și nu numai, să se implice în proiecte și inițiative valoroase. Concursul Național le oferă posibilitatea de a-și demonstra competențele și meritul, precum și de a se implica în construirea unei administrații publice eficiente și incluzive.
- **Angajați în mediul privat sau persoane momentan fără ocupație:** Persoane care lucrează în sectorul privat, dar care ar putea fi deschise să își pună competențele la dispoziție în serviciul public. Persoane care se află în căutarea unei oportunități de carieră sau care doresc să își schimbe direcția profesională și să se implice în serviciul public.

2 Definirea publicului țintă

Acest profil al publicului țintă asigură că întreaga campanie de comunicare se adresează persoanelor care au potențialul de a se implica în serviciul public, indiferent de vârstă, sex sau experiență anterioară, promovând astfel diversitatea și participarea activă în construirea viitorului României prin intermediul serviciului public.

Împreună, putem schimba paradigma și crea o administrație publică deschisă, accesibilă și valoroasă pentru toți.

Aceste măsuri sunt menite să asigure un acces echitabil și transparent la oportunitățile de angajare și avansare în carieră și să sprijine dezvoltarea profesională în cadrul Administrației Publice.

**Un viitor bazat pe valoare: Construim o administrație publică diversă și incluzivă,
în care fiecare individ are șanse egale de a-și dezvolta cariera.**

3 Componente cheie și obiective ale planului de comunicare

USP (Unique Selling Proposition):

Un serviciu public imparțial, responsabil și eficient, susținut de oameni competenți

Oportunități egale pentru toți

- Adoptarea transparenței și competenței în recrutare și în promovarea în administrația publică. Șanse egale pentru toți cei care doresc să se implice în administrația publică și să-și construiască o carieră în acest domeniu, cu accent pe generația tânără.

Schimbarea culturii și a codurilor comportamentale prin demontarea prejudecății că angajările în administrația publică sunt bazate pe influență - sistem închis care se bazează pe contacte interne pentru succes

- Cu toate că administrația publică oferă o platformă unică pentru avansarea profesională și contribuția la dezvoltarea societății, cultura dominantă în acest domeniu propagă ideea că sunt favorizate adesea persoanele cu influență, rude sau cunoștințe în interiorul administrației publice. Această paradigmă perpetuează inegalitățile și limitează șansele candidaților talentați, competenți, pregătiți să se implice în acest sector vital. Prin intermediul acestei campanii de comunicare, dorim să încurajăm absolvenții de liceu și studii superioare să se implice și să candideze, potrivit competențelor, pentru ocuparea posturilor vacante din administrația publică. Ne dorim să spulberăm mitul că influența sau conexiunile sunt factorii decisivi în procesul de recrutare. În schimb, punem accentul pe competență, merit și transparență.

3 Componente cheie și obiective ale planului de comunicare

- Sublinierea beneficiilor și oportunităților oferite de o carieră în administrația publică

Beneficii identificate

- Oportunitate reală de a contribui la dezvoltarea și eficientizarea administrației publice
- Acces la posturi în administrația publică centrală
- Recrutare transparentă și bazată pe merit, care asigură selecția celor mai competenți candidați
- Dezvoltare profesională și oportunități de promovare pe termen lung
- Impact pozitiv asupra societății și posibilitatea de a contribui la construirea unei Români mai bune
- **Securitate financiară:** atât studenții, cât și tinerii profesioniști continuă să privească serviciile publice ca fiind printre pușinii angajatori capabili să ofere locuri de muncă sigure într-o economie din ce în ce mai incertă. În toate regiunile, securitatea financiară este un considerent important pentru tinerii profesioniști care iau decizii majore în viață, de la achiziționarea unei locuințe până la întemeierea unei familii. Acest lucru pare să contrazică cele mai frecvente caracterizări ale generației „Millennials”, cum ar fi dorința de mobilitate profesională, nevoia de a-și extinde în permanență rețelele sociale și aversiunea față de a se stabili într-un singur loc. În timp ce percepția unor venituri reduse în sectorul public nu este neobișnuită, realitatea este mai nuanțată. În general, salariile persoanelor care se află la început de carieră în serviciul public sunt adesea mai mari decât cele din sectorul privat, în timp ce opusul poate fi valabil pentru posturile de nivel înalt. Având în vedere că tot mai pușinii angajatori asigură beneficii financiare suplimentare, mulți tineri apreciază avantajele relative ale angajării în serviciul public, inclusiv echilibrul dintre viața profesională și cea privată care poate fi mai greu de atins în sectorul privat.
- **Demistificarea muncii în administrația publică** și asigurarea informării cu privire la oportunitățile de angajare, la oportunitatea de a candida pentru funcții publice de debutant și asistent; facilitarea accesului în administrația publică al absolvenților de liceu în contextul în care, în următorii 10 ani, 45% dintre posturile aferente funcțiilor publice vor fi vacante ca urmare a pensionării angajaților actuali.

3 Componente cheie și obiective ale planului de comunicare

- Ne propunem să demistificăm procesul de angajare în administrația publică, să clarificăm care sunt studiile minime necesare (absolvenți de liceu, deținători ai unei diplome de bacalaureat), abilitățile și cunoștințele relevante pentru angajare și totodată să evidențiem oportunitățile de carieră disponibile.
- Campania „0 zi din viața unui funcționar public”,
- Materiale cu impact vizual/video prin care să explicăm cât de important este rolul unui funcționar public pentru comunitate (liantul dintre instituțiile publice și cetățeni),
- Testimoniale de la candidații din proiectul pilot despre procesul de recrutare și cel de selecție.

Campanie informativă și de comunicare pentru a înfrânge tabuurile legate de discuțiile despre clasă socială și nepotism în sfera administrației publice

- Informarea publicului țintă cu privire la transparentă și competență în procesul de recrutare și selecție în funcția publică,
- Creșterea notorietății și vizibilității Concursului Național,
- Creșterea numărului de candidați interesați de ocuparea funcțiilor publice vacante în administrația publică centrală.

4 Factori Diferențiatori

De ce să te înscrii la Concursul Național?

- **Debirocratizare:** Concursul Național vizează eliminarea birocrăției excesive din procesul de recrutare a funcționarilor publici. Acest lucru implică simplificarea procedurilor și reducerea formalităților inutile, ceea ce facilitează accesul la oportunitățile de angajare în administrația publică.
- **Digitalizare:** Concursul se desfășoară într-un mediu digital, ceea ce înseamnă că etapele procesului de recrutare, de la înregistrare și constituirea dosarelor în **platforma informatică de concurs** până la evaluarea și comunicarea rezultatelor, sunt realizate online. Acest aspect conduce la eficiență și transparență în desfășurarea concursului.
- **Eliminarea memorării legislației stufoase:** Concursul se axează nu doar pe evaluarea cunoștințelor generale, ci și pe evaluarea competențelor generale și abilităților. Se urmărește identificarea candidaților care dețin competențele generale prevăzute de legislația în vigoare pentru fiecare categorie de funcție publică în parte, în loc de a memora informații fără a le înțelege în profunzime. Bateriile de teste din cadrul probei de testare preliminară sunt complexe și implică mai multe arii de învățare.
- **Transparență totală:** Procesul de recrutare este caracterizat de transparență totală, prin afișarea pe website a numărului de candidați înscriși, a rezultatelor obținute și a clarificărilor cu privire la motivele de respingere/rezolvare a contestațiilor. Această transparență asigură că toți candidații sunt tratați în mod echitabil și că procesul de recrutare este unul obiectiv, respectând în același timp și prevederile legale în vigoare referitoare la protecția datelor cu caracter personal.

4 Factori Diferențiatori

De ce să te înscrii la Concursul Național?

- **Recrutare bazată pe competențe:** Concursul Național pune accentul pe evaluarea competențelor candidaților, pentru a asigura că sunt recrutați în funcții publice cei mai potriviți candidați. Se dorește identificarea persoanelor cu abilități și cunoștințe relevante, care pot contribui la buna funcționare a administrației publice. La finalul etapei de recrutare candidații sunt declarați Admiși sau Respinși. Punctajele obținute la etapa de recrutare nu influențează în mod direct numirea unui candidat pe o funcție publică, ci oferă posibilitatea acestuia de a merge mai departe la etapa de selecție a concursului de ocupare a funcțiilor publice. Obținerea unui rezultat bun în concurs poate deschide oportunități de carieră în domeniu.
- **Excluderea incidentelor de integritate:** Concursul are ca obiectiv recrutarea candidaților cu un nivel ridicat de integritate și etică profesională. Se iau măsuri pentru a preveni și exclude incidentele de integritate în procesul de recrutare și selecție, inclusiv prin reducerea cât mai mult posibil a contactului între comisiile de concurs și candidați prin utilizarea platformei de concurs. Etapele de testare preliminară și avansată în cadrul concursului sunt monitorizate audio și video.

5 Identitate vizuală

Logo Concurs Național

Logo-ul "Concurs Național" este un simbol puternic și semnificativ, creat cu atenție pentru a reflecta scopul și valorile campaniei, însoțit de sloganul "Oameni Competenți Pentru România".

Acest logo transmite un mesaj profund și îmbină mai multe elemente cheie:



- **Stilizarea inițialelor "C" și "N":** Această parte a logo-ului creează o bază solidă și unitară pentru întreaga compoziție, sugerând ideea de unitate și coeziune în cadrul campaniei.
- **Cercul:** Simbol universal și arhetipal, cercul aduce în prim-plan semnificații importante precum unitatea, ciclul timpului și schimbarea continuă. Acesta sugerează că evenimentul Concursului Național este un angajament în evoluție și că adună persoane pentru un scop comun.
- **Tricolor:** Prin utilizarea culorilor roșu, galben și albastru și prin descompunerea literei "C" în trei semicercuri, logo-ul subliniază caracterul național al concursului. Steagul tricolor reprezintă unitatea și patriotismul, amintindu-ne că această competiție are impact la nivelul întregii țări.

5 Identitate vizuală

- **Dinamism:** Forma dinamică a logo-ului sugerează mișcarea și evoluția continuă. Acest aspect reflectă angajamentul campaniei pentru dezvoltare și schimbare pozitivă.
- **Coerență și Stabilitate:** În continuarea semicercului roșu, compoziția continuă formând litera "N" pentru a completa cercul, adaugă un element de continuitate și stabilitate.
- **Memorabilitate:** Prin integrarea acestor elemente semnificative, logo-ul devine ușor recunoscut și se impune în memoria colectivă, oferind campaniei o identitate puternică.

În ansamblu, logo-ul "Concurs Național" este o reprezentare vizuală bine gândită și echilibrată a scopului și valorilor campaniei, cu un mesaj puternic și profund, care va rămâne în mintea și inima publicului țintă.

Manualul de Identitate Vizuală

Manualul de Identitate Vizuală reprezintă un ghid detaliat, format din instrucțiuni, reguli și recomandări, care are ca scop principal menținerea unității și coerenței aspectului grafic al mărcii. Pentru ca o marcă să fie recunoscută și apreciată, este crucială o comunicare consecventă, care să transmită un mesaj de profesionalism, autoritate și încredere.

Toate materialele de comunicare vor include elementele de identitate vizuală specifice Concursului Național. Toate aceste reguli și recomandări trebuie respectate de către cei implicați în procesul de planificare, creare, producție și implementare a materialelor de comunicare.

Manualul de Identitate Vizuală pentru Concursul Național va fi disponibil publicului într-o varietate de formate și va putea fi descărcat gratuit de pe website-ul proiectului.

5 Identitate vizuală

Acesta va include următoarele elemente:

- **Logo și Elemente de Identitate Vizuală:** Acesta va detalia modul de utilizare corectă a logo-ului principal, variantele de culori, dimensiunile minime și distanțele minime ce trebuie menținute în jurul logo-ului pentru asigurarea unei prezentări corespunzătoare.
- **Paleta de Culori:** Se va specifica paleta de culori oficială a mărcii, inclusiv culorile principale și culorile secundare, pentru a menține coerența în toate materialele de comunicare.
- **Tipografia:** Se vor specifica fonturile tipografice oficiale ale mărcii și modul în care acestea trebuie folosite în diferite contexte, asigurând consistența în aspectul textelor.
- **Elemente de Design:** Manualul va conține detalii privind utilizarea corectă a elementelor grafice, precum linii, forme și texturi, pentru a menține un aspect vizual unitar în toate materialele.
- **Materiale cu impact vizual, imagini, fotografii:** Se vor oferi instrucțiuni privind utilizarea imaginilor și fotografiilor în materialele de comunicare, inclusiv tipurile de imagini care trebuie evitate și modul de selectare a imaginilor potrivite.
- **Materiale de Comunicare Standard:** Manualul va include șabloane sau exemple pentru materialele de comunicare standard, cum ar fi: concept grafic corespondență scrisă (invitații, comunicate, informări, antet document de lucru etc.); concept grafic corespondență electronică; concept grafic template ppt pentru prezentări; concept grafic materiale promoționale: mapă, flyer, agendă, banner/afiș (Format finit minim A3), roll-up bannere, pixuri, sacoșă/pungă de hârtie.





5 Identitate vizuală

- **Ghiduri pentru Promovarea Online:** manualul va conține recomandări pentru promovarea mărcii pe platforme online, inclusiv aspecte legate de site-ul web, rețelele de socializare și publicitate online.
- **Exemple de Aplicare:** Se vor oferi exemple practice de aplicare a identității vizuale în diverse materiale de comunicare, pentru a ilustra modul corect de utilizare.
- **Reguli Generale de Aplicare:** Manualul va conține reguli generale și principii de bază pentru asigurarea consistenței și coerenței în toate materialele de comunicare.
- **Contacte Utile:** Manualul poate include informații de contact pentru persoanele responsabile de întreținerea și actualizarea identității vizuale.

Manualul de identitate vizuală are rolul de a asigura coerența și recunoașterea mărcii în toate interacțiunile cu publicul și partenerii. Este un instrument esențial pentru menținerea unei identități vizuale puternice și consistente.

6 Nume campanie și slogan: #OameniCompetențiPentruRomânia

Sloganul îmbină elementele de urgență și importanță pentru a atrage atenția potențialilor candidați către oportunitatea de a se implica în construirea viitorului prin intermediul serviciului public.

Mesajul pune în evidență nevoia imediată de a găsi candidați competenți care să se alătore echipei de funcționari publici și să contribuie la dezvoltarea și îmbunătățirea societății. Este un apel la acțiune pentru cei care cred că pot face o diferență semnificativă și pot fi parte din construirea unui viitor mai bun pentru toți.

Prin utilizarea cuvântului „competenți” se subliniază faptul că suntem în căutarea de candidați cu abilități, cunoștințe și competențe solide.

"Pentru România" - A doua parte a sloganului indică scopul și impactul acțiunii. Este un apel către responsabilitate civică, subliniind că acești oameni competenți sunt căutați pentru a contribui la dezvoltarea și îmbunătățirea țării, pentru a servi interesele naționale și pentru a aduce beneficii societății în ansamblu.

MESAJE CHEIE



*În România există 1.2 milioane de bugetari
Dintre aceștia doar 13% sunt funcționari publici
În următorii 10 ani, 45% dintre ei vor ieși la pensie
Căutăm oameni competenți pentru funcțiile publice
TU ești pregătit/ă să schimbi viitorul?
Noi alegem competența, TU poți face diferența!
#OameniCompetențiPentruRomânia
#ȘiTUPoțiFiFuncționarPublic
Intră pe www.concurs-national.anfp.gov.ro și construiește un viitor MAI BUN pentru România!*

6 Nume campanie și slogan: #OameniCompetențiPentruRomânia

MESAJE CHEIE



„Căutăm oameni competenți pentru România !”

Valorizăm Meritocrația, Construim Un Viitor Mai Bun Pentru România !

TU ești pregătit/ă să schimbi viitorul?

Intră pe www.concurs-national.anfp.gov.ro și construiește un viitor MAI BUN pentru România !

Înscrie-te și tu la Concursul Național și fii parte din schimbarea pe care ți-o dorești !

România merită numai Oameni Competenți în funcții publice, TU poți fi unul dintre ei !

Înscrie-te acum în Concursul Național și contribuie la o administrație bazată pe competență !

Îndemnul „Intră pe www.concurs-national.anfp.gov.ro și construiește un viitor MAI BUN pentru România!” motivează audiența să acționeze și să participe la concurs. Este o chemare la acțiune care îi încurajează pe potențialii candidați să își valorifice competențele și să contribuie la construirea unui viitor mai bun pentru România prin intermediul serviciului public.

Prin folosirea cuvântului „MAI BUN”, mesajul transmite optimism și dorința de a aduce îmbunătățiri concrete și pozitive în societate.

În ansamblu, acest mesaj este captivant, ușor de reținut și transmite cu putere invitația de a fi parte dintr-un efort colectiv pentru a face o diferență în România.

Mesajele cheie au fost alese pentru a atrage atenția și pentru a inspira publicul țintă să se implice în concurs:

„Înscrie-te și tu la Concursul Național și fii parte din schimbarea pe care ți-o dorești!” – Acest mesaj îi încurajează pe candidați să fie actori activi în procesul de schimbare și să-și aducă contribuția în construirea unei administrații mai eficiente și mai bune pentru România.

6 Nume campanie și slogan: #OameniCompetențiPentruRomânia

„România merită Numai Oameni Competenți în Funcții Publice, TU poți fi unul dintre ei!” – Acest mesaj subliniază importanța de a avea oameni competenți și calificați în funcțiile publice pentru a asigura o guvernare responsabilă și eficientă. Îndemnul „TU poți fi unul dintre ei!” îi motivează pe candidați să-și pună la dispoziție competențele pentru binele comun.

„Înscrie-te acum în Concursul Național și contribuie la o administrație bazată pe competențe” – Acest mesaj încurajează imediat acțiunea și subliniază importanța competenței în administrație. Prin implicarea în concurs, candidații pot contribui activ la dezvoltarea unei administrații transparente și bazate pe criterii de competență.

MESAJE CHEIE



„Posturi pentru oameni competenți, în următorii 10 ani, în administrația publică - fi TU unul dintre ei!”

„Competența ta face diferența în administrația publică - înscrie-te acum la Concursul Național!”

„Viitorul României se conturează prin competență și eficiență - ești gata să contribui?”

„România are nevoie de oameni competenți și dedicați în funcții publice - înscrie-te acum la Concursul Național!”

„Alege să faci diferența în viitorul României - înscrie-te la Concursul Național, căutăm Oameni Competenți pentru România!”

7 Platforme și Mijloace de Comunicare

Pentru a eficientiza campania de promovare a Concursului Național și pentru a ajunge la diversele categorii de public țintă, vom adapta strategiile de comunicare la preferințele și obiceiurile acestora în ceea ce privește canalele de comunicare.

Pentru tinerii cu vârsta cuprinsă între 18- 35 de ani, care sunt activi pe Instagram și Facebook și sunt obișnuiți să consume informații rapid, în format vizual, vom concentra campania pe aceste platforme. Paginile de Facebook și conturile de Instagram ale Concursului Național trebuie să ofere materiale vizuale atractive și captivante, astfel încât tinerii să se simtă atrași de Concurs și să dorească să participe.

Publicul cu vârsta cuprinsă între 35 – 65 ani, care preferă să utilizeze Facebook și Google pentru a obține informații și a avea acces la știri, trebuie abordat printr-o campanie de promovare ce oferă conținut informativ și relevant, care să îi inspire și să se înscrie la concurs.

În ceea ce privește publicul interesat de dezvoltare profesională și networking, LinkedIn devine un canal esențial. Pentru această categorie de public, campania se va concentra pe crearea de conținut relevant și interesant pe această platformă profesională. Astfel, utilizatorii LinkedIn vor fi încurajați să participe la Concursul Național și să își exploreze opțiunile de carieră în administrația publică.

Prin abordarea diversificată a canalelor de comunicare online, campania de promovare va avea o acoperire extinsă și va putea atrage un public variat, interesat să participe la concurs și să contribuie la dezvoltarea administrației publice.

7 Platforme și Mijloace de Comunicare

În cadrul strategiei noastre de comunicare pentru Concursul Național, ne vom concentra pe:

Website

Pentru Concursul Național, vom dezvolta un website cu mai multe pagini pentru a oferi utilizatorilor o experiență de navigare detaliată și informativă:

- **Structură detaliată și clară**

Un website cu mai multe pagini ne va permite să organizăm conținutul în secțiuni separate, cum ar fi Despre Concurs, Procesul de Înscriere, Beneficiile Participării, Testimoniale, Contact și altele. Acest lucru face ca informațiile să fie ușor de găsit și structurate în mod clar.

- **Navigare ușoară**

Utilizatorii pot naviga rapid între diferitele secțiuni ale site-ului fără a se simți copleșiți de o cantitate mare de informații afișată pe o singură pagină. Acest lucru îmbunătățește experiența lor de utilizare.

- **Personalizare mai mare**

Fiecare secțiune a site-ului poate fi personalizată pentru a se concentra pe un anumit aspect al concursului. De exemplu, putem oferi detalii despre recrutare și selecție într-o secțiune dedicată.

- **Conținut specific pentru fiecare etapă**

Dacă concursul va avea mai multe etape sau faze, putem alocă o pagină diferită pentru fiecare etapă și pentru a furniza informații relevante pentru candidați.

- **SEO mai bun**

Un website cu mai multe pagini oferă mai multe oportunități de a optimiza conținutul pentru motoarele de căutare. Putem crea titluri și descrieri unice pentru fiecare pagină, ceea ce poate contribui la clasarea mai bună în rezultatele căutărilor.

- **Creșterea încrederii și credibilității**

Cu un website bine structurat și detaliat, transmitem profesionalism și încredere vizitatorilor. Aceasta este o parte importantă a construirii unei imagini puternice pentru Concursul Național.



Exemplu de Structură a Website-ului cu Mai Multe Pagini

1. **Carieră în administrație**

Despre ANFP
De ce o carieră în administrație
Categorii de funcții publice
Legislație

2. **Concursul Național**

Despre concursul național
Cum să aplici
Planuri de recrutare
Calendar
Centre de testare
Accesul persoanelor cu dizabilități
Protecție și prelucrare date cu caracter personal

3. **Rezultate**

Rezultate concursuri naționale
Statistici și rapoarte

4. **Materiale Utile**

Ghiduri, proceduri, manuale
Tutoriale
Întrebări frecvente
Modele de teste

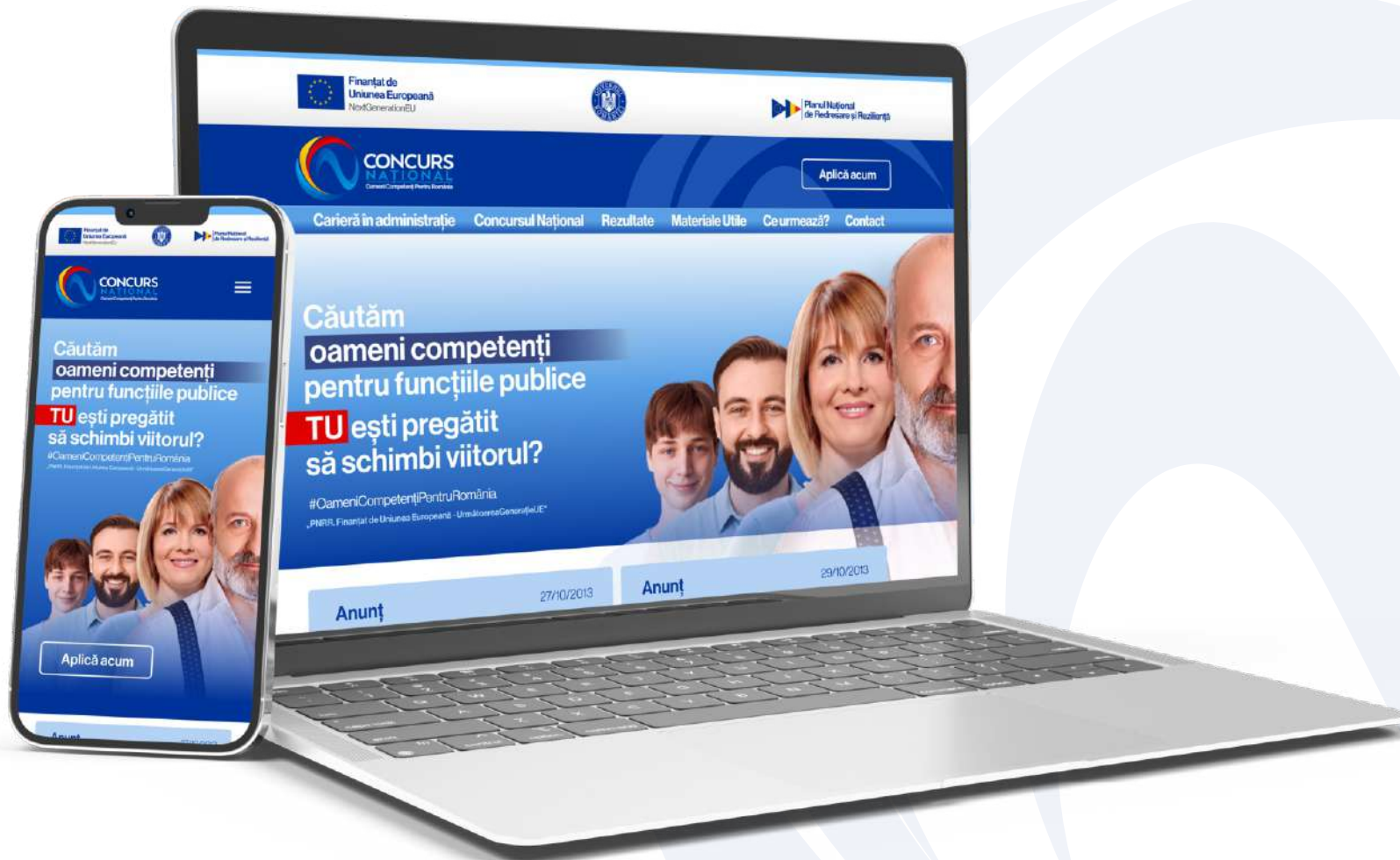
5. **Ce urmează?**

Concursuri pe post

6. **Contact**

Formular de contact

Fiecare pagină poate să conțină conținut specific și să ofere detalii relevante pentru utilizatori. Cu această structură, vom oferi utilizatorilor o experiență de navigare bogată și informativă, fără a-i copleși cu prea multă informație pe o singură pagină.



7 Platforme și Mijloace de Comunicare

Materiale video

Filmele scurte, video-urile informative, spoturile TV (potrivite și pentru canalele social media) și materialele dedicate pentru platformele de social media nu sunt doar un mijloc de promovare a Concursului Național, ci aduc beneficii de imagine pentru ANFP. Acestea sunt instrumente eficiente pentru a ne conecta cu candidații potențiali și pentru a construi o imagine puternică și autentică față de publicul țintă.

■ Spot TV Captivant

Vom crea două spoturi TV de impact, axate pe valorile fundamentale ale concursului: merit, performanță, competență și transparență. Mesajul va sublinia impactul pe care-l pot avea candidații în construirea unei administrații de excelență. Sloganul "Oameni Competenți pentru România" va fi prezent pe tot parcursul spotului și va fi pus în valoare într-un mod care să creeze un impact puternic în mintea telespectatorilor.

Aceste producții video vor oferi o perspectivă captivantă asupra procesului de recrutare și asupra oamenilor din administrația publică centrală.

Video-urile reprezintă un mijloc excelent de a stimula interacțiunea cu publicul, acestea pot genera comentarii, întrebări și discuții.

Câteva dintre motivele pentru care conținutul video contribuie progresiv la transmiterea informației includ:

Conținut Vizual Captivant

Emoție

Interactivitate

Informații Ușor de Transmis

Credibilitate

Transparență

Materialele video vor fi însoțite de mesaje cheie definite, în funcție de tema fiecărui videoclip.

Aceste mesaje vor apărea în videoclipuri, în partea finală sau în textul care însoțește videoclipurile pe social media.

7 Platforme și Mijloace de Comunicare

Spoturi radio

Transmitem informații cheie, motivăm potențiali candidați și inspirăm încredere în proces.

Selecția atentă a cuvintelor, tonului vocii și sunetului de fundal va fi făcută pentru a maximiza impactul mesajelor noastre cheie. Scenariile vor fi concise, dar puternice, pentru a capta și menține atenția audienței. În plus, unele dintre textele din scenariile radio vor servi și drept mesaje cheie pentru program.

Aceste spoturi radio sunt puncte directe de contact cu audiența noastră și au rolul de a comunica clar misiunea, valorile și oportunitățile Concursului Național.

Social Media & Copy & Administrare

Crearea unui conținut de calitate bazat pe mesajele cheie convenite, gestionarea unui calendar editorial pe platformele de social media pentru a ajunge la o audiență largă și pentru a crea un angajament semnificativ în jurul Concursului Național.

Gestionarea și implementarea unui calendar editorial pentru platformele de social media Facebook, Instagram și LinkedIn. Această strategie are scopul de a crește vizibilitatea Concursului Național, de a implica audiența și de a promova oportunitățile de recrutare în administrația publică.

7 Platforme și Mijloace de Comunicare

Această abordare ne permite să construim o prezență puternică și constantă pe Facebook, Instagram și LinkedIn, să furnizăm informații esențiale despre oportunitățile de recrutare și selecție în sectorul public și să interacționăm cu potențialii candidați într-un mod autentic și captivant. Calendarul editorial ne ajută să planificăm și să implementăm eficient mesajele, contribuind astfel la atingerea obiectivelor noastre de recrutare cu succes.

- **Facebook Ads**

Crearea de anunțuri sponsorizate pe Facebook pentru a promova Concursul Național și a crește conștientizarea.

Segmentarea audienței în funcție de interese și demografie pentru a ajunge la persoanele potrivite. O mare parte din succesul pe platformele de social media se datorează angajamentului generat de conținutul video.

- **Instagram Ads**

Realizarea de anunțuri sponsorizate pe Instagram pentru a ajunge la o audiență 18-35 de ani și a promova concursul. Utilizarea de imagini și videoclipuri atractive pentru a capta atenția utilizatorilor.

- **Monitorizarea performanței**

Urmărirea metricilor de performanță, cum ar fi numărul de like-uri, comentarii, distribuiri, înscrieri și interacțiuni, pentru a evalua eficacitatea campaniei, a ajusta strategia, și a optimiza reclamele pentru obținerea unor rezultate mai bune.



7 Platforme și Mijloace de Comunicare

Bannere publicitare online

Plasarea de bannere publicitare pe site-uri relevante pentru a atrage atenția utilizatorilor și a-i îndruma către site-ul Concursului Național.

- **Campanii de retargeting**

Implementarea de campanii de retargeting pentru a reaminti utilizatorilor interesați despre Concursul Național prin afișarea de anunțuri personalizate pe alte site-uri și platforme pe care le vizitează.

Google Ads & Administrare

Google Ads ne permite să ajungem la publicul țintă, să transmitem mesajele noastre eficient și să atragem audiența potrivită. Obținem o vizibilitate imediată, o promovare eficientă și acces la un număr mare de oameni. Selectăm cuvintele cheie potrivite pentru campania noastră și monitorizăm rezultatele. Exemple de cuvinte cheie relevante: "concurs național funcționari publici", "recrutare transparentă", "oportunități de angajare în administrație" etc.

Avem posibilitatea segmentării audienței în funcție de criterii precum vârstă, interese și educație.

7 Platforme și Mijloace de Comunicare

Organizarea de târguri de locuri de muncă, ateliere și mese rotunde în cadrul Concursului Național reprezintă o componentă esențială pentru a conecta candidații cu angajatorii și pentru a oferi oportunități valoroase de dezvoltare profesională și de discuții tematice.

Târguri de locuri de muncă

- **Identificarea Partenerilor:** Înainte de eveniment, identificarea și angajarea partenerilor cheie din sectorul public.
- **Selectarea Participanților:** Invitarea angajatorilor din administrația publică centrală.
- **Amenajarea Standurilor:** Stabilirea unui spațiu adecvat pentru standurile angajatorilor, fiecare cu materiale informative, posturi disponibile și reprezentanți pregătiți să discute cu candidații.
- **Programul Evenimentului:** Stabilirea unui program pentru sesiunile de interacțiune, inclusiv sesiuni de întrebări și răspunsuri și prezentări scurte ale angajatorilor.
- **Promovarea Evenimentului:** Folosirea unei strategii de promovare pentru a atrage candidați și a informa publicul despre târgul de locuri de muncă.

7 Platforme și Mijloace de Comunicare

Ateliere și Mese Rotunde

- **Tematici Relevante:** Identificarea tematicilor pentru ateliere și mese rotunde care să abordeze subiecte importante legate de funcțiile publice, dezvoltarea carierei, managementul resurselor umane, și alte aspecte relevante.
- **Experți și Moderator:** Invitarea experților în domeniile respective și desemnarea unui moderator calificat pentru a facilita discuțiile.
- **Programare și Promovare:** Stabilirea unui calendar pentru aceste evenimente, promovarea lor și deschiderea pentru înscrieri.
- **Interacțiunea cu Publicul:** Asigurarea unui mediu interactiv în care participanții să poată pune întrebări, să dezbată și să învețe din discuții.
- **Feedback și Continuare:** Colectarea feedback-ului de la participanți și utilizarea lui pentru a îmbunătăți evenimentele viitoare și pentru a dezvolta programe de dezvoltare profesională pe termen lung.

Aceste activități vor contribui la creșterea gradului de conștientizare a candidaților despre oportunitățile din administrația publică, la pregătirea lor pentru procesele de recrutare și selecție, la dezvoltarea unor competențe esențiale pentru a ocupa funcții publice.

E-mail marketing

Trimiterea de newslettere și e-mailuri personalizate către persoanele interesate sau candidați potențiali pentru a le oferi informații actualizate și a-i încuraja să se înscrie în concurs.



CONCURS NAȚIONAL

Oameni Competenți Pentru România



„PNRR. Finanțat de Uniunea Europeană - Următoarea Generație UE”

<https://mfe.gov.ro/pnrr>

<https://www.facebook.com/PNRROficial>