



Wrocławski
Budżet
Obywatelski

JAK WYGRAĆ W WBO?

LIDERZY LIDEROM

Wrocław
miasto spotkań

• TYTUŁEM WSTĘPU

Niniejszy poradnik adresowany jest do obecnych i przyszłych liderów projektów Wrocławskiego Budżetu Obywatelskiego. Być może więc także do Ciebie. Poradnik poświęcony jest promocji projektów, czyli temu, co możesz zrobić, by Twoja inicjatywa zdobyła głosy jak największej liczby mieszkańców Wrocławia. Od tego zależeć będzie bowiem, czy zostanie zrealizowana.

Poniżej opowiemy Ci o tym, jak postawić kilka pierwszych kroków na drodze do sukcesu. Właściwie opowiedzą Ci, którzy tę drogę już przeszli i są dziś liderami swoich społeczności, inicjatorami wielu przedsięwzięć, które zmieniły nasze miasto na lepsze. Zechcieli oni podzielić się swoją wiedzą i doświadczeniem podczas Forów Liderów WBO organizowanych z inicjatywy Wydziału Partycypacji Społecznej Urzędu Miejskiego Wrocławia.

Pierwsze odbyło się 8 sierpnia 2019 roku. Jako paneliści wzięli w nim udział: **Joanna Hartman-Łesiuk, Joanna Klima, Aleksandra Sieradzka-Stasiak, Robert Gacek** oraz **Tomasz Myszek-Wolski**, a w charakterze ekspertów **Karolina Wojtowicz** (Biuro Prasowe Urzędu Miejskiego Wrocławia) i **Leszek Więckowski** (Agencja Rozwoju Aglomeracji Wrocławskiej S.A.).

W 2020 roku Forum miało miejsce 29 lipca. W dyskusji uczestniczyli: **Izabela Folga-Łozinska, Joanna Klima, Tomasz Kucharski** i **Marcin Radlak**. Wiedza ekspercka dzielili się natomiast: **Marlena Mazur** (Biuro Promocji i Turystyki Urzędu Miejskiego Wrocławia), **Marta Michałowska** (Dolnośląska Federacja Organizacji Pozarządowych) oraz Stanisław Dobrowolski (Agencja Rozwoju Aglomeracji Wrocławskiej S.A.).

Poniżej zebrane zostały główne watki z wystąpień i dyskusji:

www.wroclaw.pl/rozmawia/forum-liderow-wbo-2020-relacja

oraz

www.wroclaw.pl/rozmawia/szkola-liderow-wbo-2021-promocja-projektu

Arkadiusz Drukier, Agata Bulicz

• SPIS TREŚCI

Tytułem wstępu	2
Czym jest Wrocławski Budżet Obywatelski?	4
Zacznijmy od początku. Skąd biorą się dobre pomysły na projekt?	6
Współ w zespół	8
Trafić do ludzi	9
Uściśnij jak najwięcej dłoni!	9
Znajdź najbardziej wpływowych!	10
Ulotki i plakaty	12
Media społecznościowe	14
Bądź sprytny – twórz koalicje	16
Wszystkie ręce na pokład	18
Daj mieszkańcom szansę oddania głosu	20
Co po głosowaniu?	21
W WBO nikt nie przegrywa	22

Idea:

Wydział Partycypacji Społecznej Urzędu Miejskiego Wrocławia

Realizacja:

Agencja Rozwoju Aglomeracji Wrocławskiej

Autorzy:

Arkadiusz Drukier, Agata Bulicz

Liderzy WBO:

**Joanna Hartman-Łesiuk, Joanna Klima, Aleksandra Sieradzka-Stasiak,
Tomasz Myszek-Wolski, Robert Gacek, Izabela Folga-Łozińska,
Tomasz Kucharski, Marcin Radlak**

Wrocław, styczeń 2026

www.wroclaw.pl/wbo

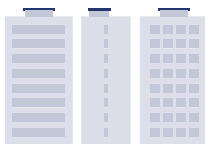
• CZYM JEST WROCŁAWSKI BUDŻET OBYWATELSKI?

Wrocławski Budżet Obywatelski (WBO) to narzędzie do współdecydowania o mieście przeznaczone dla nas – mieszkańców.

Część budżetu miejskiego, zgodnie z ustawą o samorządzie gminnym, zarezerwowana jest do naszej dyspozycji. Wystarczy zaplanować i zgłosić dowolny projekt spełniający kryteria WBO, a o jego realizacji zdecydują mieszkańcy Wrocławia w głosowaniu.

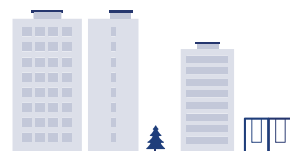
**Budżet
39 MLN ZŁ**

24 MLN ZŁ



**Projekty osiedlowe
(do 1 mln zł)**

15 MLN ZŁ



**Projekty ponadosiedlowe
(do 3 mln zł)**

Projekty

- z katalogu zadań własnych gminy*
- ogólnodostępne

*Ustawa o samorządzie gminnym, art.7

Wszystkie potrzebne informacje o WBO zostały opublikowane na stronie:
www.wroclaw.pl/wbo

Pierwszy, pilotażowy projekt WBO zrealizowano we Wrocławiu w 2013 roku i na jego podstawie, po konsultacjach z mieszkańcami, wypracowano zasady kolejnych edycji. Do dzisiaj w każdym roku organizowane są otwarte spotkania dla mieszkańców w sprawie usprawniania zasad WBO. Warto o tym pamiętać, szczególnie jeśli dostrzegasz te elementy WBO, które można poprawić. Jeżeli uważasz, że WBO działa jak należy, też o tym mów.

WBO ZMIENIA SIĘ Z ROKU NA ROK

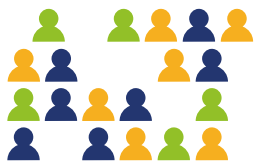
W tym roku, podobnie jak w ubiegłym, prawo do głosowania ma każdy mieszkaniec Wrocławia niezależnie od wieku, zameldowania, narodowości. Swoją głos oddać może na jeden projekt osiedlowy i jeden ponadosiedlowy. Zachęcamy do oddawania głosów drogą elektroniczną na stronie www.wroclaw.pl/wbo

Posługując się jednym numerem telefonu będzie mogło zagłosować 5 osób.

Szczegółowe zasady WBO w 2026 roku znajdują się tu:

www.wroclaw.pl/rozmawia/zasady-wbo-2026

ZASADY GŁOSOWANIA



- każdy mieszkaniec i mieszkanka



- nie potrzeba meldunku



- tylko raz na 1 projekt osiedlowy i 1 ponadosiedlowy



- elektronicznie www.wroclaw.pl/wbo lub papierowo w punkcie głosowania
- wyniki na www.wroclaw.pl/wbo oraz BIP

• ZACZNIJMY OD POCZĄTKU. SKĄD BIORĄ SIĘ DOBRE POMYSŁY NA PROJEKT?

Mój pierwszy projekt narodził się z desperacji – wspomina Izabela FolgaŁozińska, liderka projektów z osiedla Swojczyce–Strachocin–Wojnow. Na Swojczycach nie było wtedy ani chodników, ani ławek, ani koszy na śmieci, a ja jako mama małych dzieci chciałam, żeby miały one plac zabaw. I udało się. Najważniejsze to poznać potrzeby mieszkańców – mówi Joanna Klima, aktywistka ze Szczepina, prezeska Stowarzyszenia “Serce Szczepina”.

Słuchaj więc, o czym mówią Twoi bliźsi i dalsi sąsiedzi, na co się skarżą i o czym marzą. Rozmawiaj z wieloma ludźmi, także z tymi – a może zwłaszcza z tymi – którzy różnią się od Ciebie. Mów im o tym, co jest ważne dla Ciebie.

Pamiętaj, że razem korzystacie z przestrzeni publicznych i rzadko się zdarza, żeby projekt miał tylko jedną grupę potencjalnych odbiorców.

Jeśli będzie odpowiedzią na potrzeby tylko jednej grupy mieszkańców, mało prawdopodobne jest, by zebrał dostateczną liczbę głosów. Będziesz potrzebował sojuszników, pomyśl więc o ich potrzebach, a najlepiej zapytaj o nie zawczasu.

Jeżeli planujesz zamknięty wybieg dla psów, dowiedz się, czego potrzebują w jego pobliżu ci, którzy psa nie mają, a nadal chcieliby korzystać z tego terenu. Może ławek zwróconych w stronę wybiegu, skąd mogliby obserwować hasające czworonogi? Myśląc o nowym placu zabaw, dowiedz się, jak inni mieszkańcy wykorzystują dotychczas to miejsce i jak chcieliby korzystać z niego w przyszłości. Może w pobliżu huśtawek znajdzie się miejsce na stół szachowy i wygodne siedziska, dzięki czemu da się pogodzić potrzeby dzieci, rodziców i gromadki zapalonych szachistów spotykających się dotąd na ławce z przenośnymi szachami? Dzięki rozmowom z ludźmi masz szansę tworzyć projekty, które będą łączyć, a nie dzielić!

Od kilku lat staram się o stworzenie parku na Kępie Mieszczańskiej – opowiada Marcin Radlak, lider projektu ponadosiedlowego.

” Najważniejsze to poznać potrzeby mieszkańców
– Joanna Klima

! Dziel się z innymi swoimi spostrzeżeniami i pomysłami.
Bez rozmów nie narodził się żaden pomysł na zmianę.

– Niestety teren należał do Agencji Mienia Wojskowego. Aby w ogóle wystartować w WBO, trzeba było poczekać na przejęcie go przez miasto. Na samym starcie trzeba było więc połączyć interesy Agencji, gminy Wrocław, developera i mieszkańców.

CZASEM LEPIEJ OD INNYCH WIDZISZ, CZEGO POTRZEBA NA TWOIM OSIEDLU.

– Jestem urbanistą z zawodu. Jako urbanista dostrzegłam zaraz po zamieszkaniu na osiedlu brak infrastruktury społecznej – mówi Joanna Hartman-Łesiuk, liderka jednego z projektów na osiedlu Maślice.

Twój unikalny punkt widzenia może wynikać z Twojego zawodu albo z hobby, pozwalającego dostrzec w jakimś miejscu potencjał, którego nikt wcześniej nie zauważył. Czasem wystarczy tylko to, że wprowadziłeś się niedawno i masz świeże spojrzenie. Dziel się z innymi swoimi spostrzeżeniami i pomysłami. Bez rozmów nie narodził się żaden pomysł na zmianę.



• WESPÓŁ W ZESPÓŁ

Na początku możesz tego nie wiedzieć, ale prędzej czy później zauważysz, że nie zrobisz wszystkiego sam.

- Przez dwa lata próbowaliśmy we dwie z koleżanką. – wspomina Aleksandra Sieradzka-Stasiak, liderka projektu na osiedlu Złotniki.
- Dziś wiem, że tak się nie da.

Rozglądnij się zatem wśród osób, które popierają Twoją inicjatywę. Na pewno część z nich chce nie tylko na nią zagłosować, ale też włączyć się w jej promowanie. Pomyśl, kogo potrzebujesz. Szukaj zwłaszcza osób, którzy mają umiejętności i zasoby, jakich Tobie brakuje. W każdym środowisku znajdzie się profesjonalista lub amator potrafiący coś, czego Ty nie umiesz: grafik gotowy zaprojektować ulotkę, fotograf, który przygotuje interesujące zdjęcia, dziennikarz, który opracuje tekst notatki o Waszym projekcie dla lokalnych mediów. Może właściciel lokalnego punktu poligraficznego wydrukuje ulotki i plakaty taniej, może ktoś poświęci czas na ich roznoszenie, ktoś inny zajmie się prowadzeniem profilu na Facebooku, a jeszcze ktoś zasili Wasz budżet na promocję większą kwotą? W ten sposób stworzysz zespół, który trudno będzie zatrzymać.

” Jedna osoba może niewiele, ale jeśli jest Was dziesiątka, stanowicie naprawdę znaczącą siłę
– **Bartłomiej Świerczewski**

! Nawet najlepszy pomysł potrzebuje promocji. A Ty potrzebujesz drużyny.

Im więcej osób chętnych do pracy, tym lepiej – potwierdza Tomasz Kucharski, lider projektów na Muchoborze Wielkim. – Grono współpracowników budować trzeba z wyprzedzeniem, przygotowując ich na to, że gdy zaczną się głosowanie, będą potrzebni.

- Jedna osoba może niewiele, ale jeśli jest Was dziesiątka, stanowicie naprawdę znaczącą siłę – mówi Bartłomiej Świerczewski, były Dyrektor Departamentu Spraw Społecznych Urzędu Miejskiego Wrocławia.



• TRAFIĆ DO LUDZI

Nie wystarczy, że Twój pomysł jest dobry. Mieszkańcy muszą się o nim dowiedzieć, zapalić się do niego, a wreszcie na niego zagłosować. Jak to zrobić?

- Wymyśliłam konkurs plastyczny “Mój wymarzony plac zabaw”
- opowiada o swoim pierwszym projekcie Izabela Folga Łozińska.
- Ogłosiłam to na Facebooku, razem z mężem porozwoziłam ulotki z informacją o projekcie i konkursie. Prace można było zostawiać w przedszkolu i w sklepie spożywczym. Podczas lokalnego festynu zorganizowałam wernisaż. Akurat była prasa. Dalej potoczyło się samo. Pomysł na promocję nie musi więc być skomplikowany.

Zanim jednak zdecydujesz, jak chcesz promować swój projekt, przeczytaj, co jeszcze sprawdziło się innym liderom.

SPOSÓB 1.

Uściśnij jak najwięcej dłoni!

- Policzyłam, ile domów mamy na osiedlu i pomyślałam, że zajdę do każdego – wspomina Joanna Hartman-Łesiuk. – A potem te kilkaset domów odwiedziłam. Nieraz musiałam tłumaczyć, co to jest WBO. Niezależnie od tego, jakie inne sposoby dotarcia do mieszkańców zastosujesz, nic nie zastąpi setek rozmów twarzą w twarz. – Żeby wygrać, trzeba dużo gadać, i to gadać ze wszystkimi naokoło – dodaje Tomasz Myszkowski, społecznik, jeden z członków grupy “Przyjazny Tarnogaj”.

Jeżeli jednak nie możesz dotrzeć osobiście do każdego, ponieważ mieszkasz na dużym osiedlu albo promujesz projekt ponadosiedlowy, zacznij od obejrzenia filmu Piotra Szymańskiego pod adresem: wro.news/poznaj-wyborcow-wbo

Dowiesz się z niego, kto głosuje w WBO, będzie Ci więc łatwiej zdecydować, do kogo głównie skierujesz działania promocyjne. Następnie przeczytaj dalszą część poradnika – może spodoba Ci się któryś z opisanych niżej pomysłów.



SPOSÓB 2.

Znajdź najbardziej wpływowych!

Zlokalizuj podmioty i osoby, których wpływ na mieszkańców jest największy. Jeżeli ich przekonasz do swojego projektu, uzyskasz zwielokrotniony efekt. Od kogo zacząć?

JEŻELI CHCESZ ZREALIZOWAĆ PROJEKT OSIEDLOWY:

– Odwiedź Radę Osiedla. Porozmawiaj o swoim projekcie. Jeżeli rada pręźnie działa, to może być Twoim najlepszym sojusznikiem. Jeżeli nie, to – coś – zostać radnym osiedlowym w kolejnej kadencji.

– Sprawdź, czy na Twoim osiedlu funkcjonuje jakieś stowarzyszenie lub grupa nieformalna działająca na rzecz lokalnej społeczności. Może jest Centrum Aktywności Lokalnej? Jeśli tak, to znajdziesz tam ludzi, którzy mają już doświadczenie, kontakty, stronę na FB. Przekonaj ich do swojego pomysłu.

– Odwiedź szkoły i przedszkola. Nie ograniczaj się do wizyty u dyrektora. Spotkaj się też z przewodniczącym lub przewodniczącą rady rodziców. Możliwość opowiedzenia o swojej inicjatywie podczas wrześniowych zebrań rodziców czy choćby tylko pozostawienia ulotek, to doskonała okazja dotarcia do wielu mieszkańców jednocześnie. Poproś dyrektora szkoły o możliwość rozesłania informacji o swoim projekcie poprzez dziennik elektroniczny. W okresie pandemii to najbezpieczniejszy sposób dotarcia do dzieci, młodzieży i rodziców.

– Spotkaj się z księdzem. Przekonaj go, by powiedział kilka słów o WBO i o Twojej inicjatywie podczas ogłoszeń parafialnych. Głos z ambony niesie daleko; dociera nawet do tych, którzy nie chodzą do kościoła.

– Pomyśl o miejscach, gdzie przewijają się wiele osób. Tomasz Myszkowski wspomina swoje doświadczenia: – Dla sukcesu naszego projektu ogromne znaczenie miało zarażenie optymizmem pani fryzjerki, która rozmawia z olbrzymią ilością osób siedzących u niej na fotelu. Pan w warzywniaku był superważny i pani z piekarni też.

– Znajdź lokalnego celebrytę. Na wielu naszych osiedlach mieszka ktoś znany: aktor, dziennikarz, artysta, sportowiec. Poproś, by został twarzą projektu. Może zechce publicznie poprzeć Twój projekt na plakacie, w krótkim filmiku czy pojawiając się na lokalnym festynie.

JEŻELI CHCESZ ZREALIZOWAĆ PROJEKT PONADOSIEDLOWY:

– Zainterесuj nim media: prasę, radio, telewizję. Często szukają one ciekawych, a nieoczywistych tematów. Dotrzyj do dziennikarzy piszących lub prowadzących programy o tematyce związanej z Twoim projektem. Przygotuj dla nich krótką informację o tym, co i dlaczego chciałbyś zrobić w ramach projektu, z którym wystartujesz w WBO.

– Poszukaj osób przekonanych do Twojej idei i rozpoznawalnych w swoich małych społecznościach: 100 rowerzystów z różnych części miasta, 50 fanów sztuki ulicznej, 30 miłośników fotografii dawnego Wrocławia. Spotkaj się z nimi, porozmawiaj, zrób z nich ambasadorów Twojego projektu.



SPOSÓB 3.

Ulotki i plakaty

To sprawdzony i niezawodny sposób dotarcia do głosujących. Problemem może się jednak okazać zarówno wykonanie ulotek i plakatów, jak i kolportaż. Zatem po kolei.

PROJEKT I WYKONANIE

Obecnie nawet laik może zaprojektować wystarczająco dobry plakat lub ulotkę. Nie będzie to być może dzieło sztuki, ale spełni swoje zadanie. Jeżeli więc nie znalazłeś nikogo, kto robi to profesjonalnie lub choćby półprofesjonalnie, spróbuj sam.

– Godne polecenia są darmowe narzędzia do obróbki grafiki, które uruchomisz w przeglądarce – mówi Leszek Więckowski z ARAW – takie jak Photopea, Canva lub Piktochart. Przeciętny użytkownik komputera powinien szybko opanować ich podstawowe funkcje. Dopełnieniem tych programów są banki zdjęć i innych elementów graficznych, które możemy wykorzystać na ulotkach, plakatach lub prezentacjach, np. Freepik albo Flickr.

Warto czytać licencje. Znajdziemy w nich informacje o tym, w jakim zakresie możemy wykorzystywać lub przerabiać pobrane pliki oraz czy i w jaki sposób musimy informować o źródle ich pochodzenia lub autorze.

Jakie błędy najczęściej popełniają amatorzy, tworząc swoje pierwsze projekty graficzne?

– Generalnie zapominają o zasadzie: mniej znaczy więcej – kontynuuje Leszek Więckowski. – Przeladowują ulotkę lub plakat nadmiarem treści i grafiki. A czasami odwrotnie, zapominają o tym, co musi się znaleźć: o numerze projektu, jego skróconej nazwie albo lokalizacji. Ze spraw technicznych warto przypomnieć, że grafikę warto pobierać zawsze w maksymalnej dostępnej rozdzielczości – w przeciwnym razie może źle wyglądać w powiększeniu, a jeżeli mamy wybór między grafiką rastrową a wektorową, wybierzmy tę ostatnią. Więcej informacji w prezentacji na stronie: www.wro.news/jak-promowac-projekt-wbo

” Godne polecenia są darmowe narzędzia do obróbki grafiki, które uruchomisz w przeglądarce, np. Photopea, Canva lub Piktochart.
– Leszek Więckowski

! Ulotki można wrzucać do skrzynek, zostawić w miejscach często odwiedzanych przez mieszkańców, wręczać w czasie rozmów. Przekonaj mieszkańców, żeby włożyli plakat za szybę swojego samochodu lub przypięli do swojego roweru. Zanim zawieszisz plakat na budynku, ogrodzeniu, przystanku, tablicy ogłoszeń czy szybie wystawowej, poproś o zgodę właściciela lub zarządcę.

Zasady tworzenia grafiki na użytek promocji projektów WBO przybliży też Stanisław Dobrowolski z Agencji Rozwoju Aglomeracji Wrocławskiej w prezentacji dostępnej na stronie:

www.wroclaw.pl/rozmawia/forum-liderow-wbo-2020-relacja

Dla wszystkich, którzy nie mają czasu na uczenie się nowych umiejętności, a chcieliby stworzyć ulotkę i plakat, Wydział Partycypacji Społecznej przygotował generator dostępny w zakładce “Materiały promocyjne” każdego z projektów. W kilku prostych krokach można za jego pomocą przygotować wydruk promujący projekt.

KOLPORTAŻ

– Na Szczepinie, gdzie większość osób mieszka w blokach spółdzielczych, dzięki uprzejmości spółdzielni, którą udało się przekonać do naszych inicjatyw, ulotki dostarczają do skrzynek pocztowych panie sprzątające – mówi Joanna Klima.

– Poszukaj osób, które są już przekonane do Twojego projektu – radzi Tomasz Kucharski. – Przygotuj dla nich naklejki: “Popieram projekt...”. Gdy umieszczą je na drzwiach swojego mieszkania, dotrzesz do jego lub jej sąsiadów.

– Tam, gdzie przeważa zabudowa jednorodzinna, ulotki roznosić mogą dzieci i młodzież – podpowiada Aleksandra Sieradzka-Stasiak. Warto przekonać do tego rady rodziców, samorządy uczniowskie i dyrekcje lokalnych szkół. To doskonała okazja, by przekonać najmłodszych, że też mają wpływ na to, co dzieje się na ich osiedlu i w ich mieście. Dopilnujmy jednak, by roznoszenie ulotek było dobrowolne i odbywało się bez nacisków ze strony nauczycieli. Pamiętajmy też o zasadach bezpieczeństwa w związku z pandemią. Wyposażmy wolontariuszy, z których pomocy korzystamy, w maseczki, rękawiczki, środki dezynfekujące.

Plakaty promujące Twój projekt powinny być tam, gdzie może je zobaczyć jak najwięcej mieszkańców. Nigdy jednak nie naruszaj przepisów prawa, ani dobrych obyczajów. Zanim zawieszisz plakat na budynku, ogrodzeniu, przystanku, tablicy ogłoszeń czy szybie wystawowej, poproś o zgodę właściciela albo zarządcę nieruchomości lub terenu. Część plakatów – raczej tych w mniejszym formacie – warto przygotować w wersji sztywniejszej i zalaminowanej. Można je będzie rozdać mieszkańcom, którzy są gotowi

włożyć taki plakat za szybę swojego samochodu lub przypiąć do roweru. W przypadku plakatów dla rowerzystów pamiętaj o zrobieniu dziurek i dołączeniu kilku trytytek lub gumek recepturek, aby można go było łatwo zawiesić.

SPOSÓB 4.

Media społecznościowe

Media społecznościowe od dawna są ważnym narzędziem promocji. Są ogólnodostępne i dają możliwość dotarcia do naprawdę dużej liczby potencjalnych głosujących na Twój projekt. Ponieważ głos ma każdy wrocławianin niezależnie od wieku, można się spodziewać, że udział w głosowaniu weźmie wielu nastolatków, dla których Facebook czy Instagram są czymś tak codziennym, jak dla ich dziadków radio i telewizja. Ponadto z powodu pandemii aktywność wielu z nas, także starszych przeniosła się do przestrzeni wirtualnej.

Na początek załóż grupę na FB – radzi Marta Michałowska z DFOP. – To najprostsze rozwiązanie. Nie bój się też organizowania spotkań z mieszkańcami z wykorzystaniem ogólnodostępnych komunikatorów jak np. Zoom czy ClickMeeting. Większość z nas nauczyła się ich używać w minionych miesiącach, nawet jeśli nie korzystała z nich wcześniej.

Zasady skutecznej promocji w mediach społecznościowych podpowiada Marlena Mazur z Wydziału Promocji i Turystyki Urzędu Miejskiego Wrocławia:

- Wykorzystuj w promocji treści udostępniane na stronie Wrocławskiego Budżetu Obywatelskiego (www.wroclaw.pl/wbo). Stosuj hashtag #WBO.
- Zadbaj o to, by Twój sposób komunikowania był urozmaicony i atrakcyjny. Wykorzystuj zdjęcia, infografiki, transmisje live. Sprawdzaj, co najlepiej dociera do Twoich odbiorców.
- Informuj w mediach społecznościowych o Twoich działaniach w realu. Promując działania w realu, odsyłaj po więcej informacji do mediów społecznościowych.
- Zachęcaj znajomych do udostępniania Twoich treści na ich grupach, fanpage'ach. Stwórz sobie bazę osób, które mogą Cię w ten sposób wesprzeć.

Więcej informacji znajdziesz w prezentacji:

www.wroclaw.pl/rozmawia/forum-liderow-wbo-2020-relacja

Pracownik Wydziału Komunikacji Społecznej Urzędu Miejskiego Wrocławia podpowiada kilka zasad dobrego prowadzenia profilu w mediach społecznościowych.

Po pierwsze, zachowaj spójność wizualną i merytoryczną. Zadbaj o to, by prezentowane grafiki oraz kolorystyka współgrały dobrze z tematyką projektu. Jeżeli profil jest profilem osiedla, zadbaj o jednolity system identyfikacji wizualnej wszystkich Twoich projektów i informacji. Ułatwisz w ten sposób mieszkańcom odnajdywanie i zapamiętywanie kolejnych informacji związanych z Waszym osiedlem, grupą nieformalną czy organizacją.

Po drugie, zbuduj w wirtualnym świecie społeczność, której zależy na projekcie. Zadbaj o to, by możliwie wielu polubiło Twój profil, dołączyło do grupy lub fanpage'a i aktywnie na nich działało.

Po trzecie, sam bądź aktywny. Udzielaj się w dyskusjach na swoim profilu, a także na tych o podobnej tematyce, odpowiadaj na wiadomości i komentarze w ciągu maksymalnie kilku godzin. Współpracuj z innymi profilami o podobnej tematyce, połączcie siły i promujcie się nawzajem.

Po czwarte, zadbaj o aktualność Twoich wiadomości oraz o publikowanie gorących i ważnych tematów.

Po piąte, przeglądaj oraz analizuj statystyki Twojego profilu, by lepiej trafić do grupy docelowej.

Zobaczysz na przykład, w jakich godzinach są czytane Twoje posty, a to podpowie Ci, kiedy najlepiej je zamieszczać. Więcej informacji w prezentacji:

www.wro.news/jak-promowac-projekt-wbo

• BĄDŹ SPRYTNY – TWÓRZ KOALICJE

– Minęły już czasy, gdy można było wygrać w WBO ze stosunkowo niewielką liczbą głosów – mówi Robert Gacek, aktywista miejski, wiceprezes Stowarzyszenia “Akcja Miasto”. – Dziś konkurencja jest bardzo mocna. W tej sytuacji kluczowa jest umiejętność budowania koalicji.

– Tak właśnie zrobiliśmy na Maślicach – potwierdza Joanna Hartman-Łesiuk. – Zdecydowaliśmy między sobą, który projekt z Maślic będziemy promować w tym roku, a który w następnym.

! Unikaj rozproszenia głosów.
• Twórz na osiedlu koalicje na rzecz jednego projektu.
Jeżeli jesteś liderem projektu osiedlowego, pomyśl, który z projektów ponadosiedlowych chciałbyś poprzeć.

Jeżeli przewodzisz projektowi ponadosiedlowemu, poszukaj inicjatyw osiedlowych godnych wsparcia. Dogadajcie się i promujcie wzajemnie.

Aby uniknąć rozproszenia głosów na osiedlu, warto spotkać się w gronie lokalnych liderów, np. na forum Rady Osiedla, podyskutować, przyjąć jakiś kompromis i zgłosić do WBO jeden projekt, albo przynajmniej na jednym skupić się na etapie promocji. Dobrze też do takiej dyskusji zaprosić mieszkańców, zorganizować otwarte spotkanie, sondaż albo “prawybory” i w ten sposób wysłuchać także ich głosu. Mniejsze osiedla stoją przed jeszcze jednym wyzwaniem – koniecznością starcia z liczniejszymi konkurentami.

– Doświadczenie dowodzi – mówi Tomasz Myszkowski na przykładzie Tarnogaju – że nieduże, lecz dobrze zorganizowane i zmobilizowane osiedle może przegłosować o wiele większego sąsiada.

Zawsze jednak warto się zastanowić, czy i w takim wypadku nie da się zawiązać sojuszu. Być może osiedlowy projekt z jednego osiedla, dzięki dogodnej lokalizacji, posłuży w praktyce mieszkańcom drugiego, trzeciego. Lokalni liderzy mogą w takim wypadku porozumieć się i poprzeć razem jedną inicjatywę.

Wiadomo też, że mieszkańcy chcą maksymalnie wykorzystać swój głos i zagłosować w obu kategoriach projektów: osiedlowych i ponadosiedlowych. Projekty osiedlowe i ponadosiedlowe nie rywalizują między sobą, mogą natomiast skutecznie wspierać się nawzajem. Jeżeli więc liderujesz osiedlowej inicjatywie, zobacz, który z projektów ponadosiedlowych jest Ci bliski. Może łączy je ta sama idea, a różni tylko skala działania? Może są pozornie z różnych bajek, ale razem uzyskacie efekt synergii? Zaproponuj jego liderowi wspólne popieranie się na etapie promocji.

Jeżeli przewoźsz projektowi ponadosiedlowemu, poszukaj partnerów na osiedlach. Porozmawiaj z tymi, których inicjatywy w jakiś sposób dopełnią Twój projekt albo z tymi, których chcesz poprzeć, bo ich cenisz, ufasz im lub po prostu “przekonali Cię” swoim pomysłem. Na plakatach i ulotkach promujących Wasze projekty zamieśćcie informację, które projekty z drugiej kategorii popieracie. Zobaczycie sami, jak często będziecie proszeni o odpowiedź w tej sprawie przez tych, którzy Wam zaufali.



• WSZYSTKIE RĘCE NA POKŁAD

KIEDY ZACZAĆ?

W zasadzie od samego początku.

– Żeby wygrać w WBO, trzeba po pierwsze napisać wniosek – żartuje Robert Gacek – i należy to zrobić mądrze.

Już na etapie pisania wniosku do WBO zadбай o to, by tekst był napisany lekko, zrozumiale i przejrzyste. Napisz go tak, by poszczególne fragmenty można było wykorzystać w materiałach promocyjnych i informacyjnych o projekcie np. jako notatkę dla mediów, na portale społecznościowe, jako teksty do ulotek i na plakaty lub jako treść maila etc. Pisz o korzyściach dla osiedla lub miasta i jego mieszkańców. W końcu nie myślisz tylko o placu zabaw czy parku. Oferujesz znacznie więcej – wspólny czas z rodziną, nowe przyjaźnie, relaks i wypoczynek, bezpieczeństwo. Przygotuj wizualizację swojego projektu, by wszyscy wiedzieli o czym mówisz.

ZBIERZ ZESPÓŁ

Czas od złożenia wniosku do jego oceny wykorzystaj na tworzenie zespołu ludzi, z którymi będziesz współpracować. Jeżeli masz zespół, pomyśl, czy kogoś nie brakuje. Może przydałby się grafik, ktoś z lekkim piórem, osoba znająca prawie wszystkich na osiedlu, ktoś, kto wie, jak rozmawiać z młodzieżą, ktoś znający dziennikarzy w mieście, prezesa spółdzielni, lokalny przedsiębiorca etc.

NIE DAJ SIĘ ZASKOCZYĆ GOSOWANIU!

Na miesiąc przed rozpoczęciem głosowania bądźcie w blokach startowych. Powinniście mieć plan promocji, a każdy z Was powinien wiedzieć, jakie jest jego zadanie: kto przygotuje plakaty i ulotki, kto zadba o ich dystrybucję, kto zajmie się kontaktem z mediami, kto zadba o promocję w mediach społecznościowych, kto zorganizuje spotkania z mieszkańcami, kto będzie dyżurował w miejscach głosowania.

– W dniu rozpoczęcia głosowania cały Szczepin musi już wiedzieć o naszym projekcie – mówi Joanna Klima. – U nas po pierwszym tygodniu głosowania wyłapujemy już pojedyncze osoby, które jeszcze nie zagłosowały. Staramy się być wszędzie. W soboty dyżurujemy przed sklepami, rozdajemy ulotki i rozmawiamy z mieszkańcami. W niedzielę od rana do wieczora jesteśmy pod kościołem.

GDZIE ZABIEGAĆ O GŁOSY?

We wrześniu odbywają się zebrania rodziców w szkołach i przedszkolach. Organizowane są też zebrania rodziców dzieci komunijnych. Jeśli poważnie myślisz o wygraniu głosowania, nie może Cię wówczas zabraknąć pod szkołą, przedszkolem lub kościołem.

Koniec lata i wczesna jesień to tradycyjnie czas festynów osiedlowych. Porozmawiaj z organizatorami. Przekonaj ich, że w kolejnych latach warto zaplanować imprezę, uwzględniając kalendarz WBO. Na Twoim osiedlu nie ma w ogóle żadnego festynu? Zorganizuj go! Naturalnie tuż przed rozpoczęciem głosowania w WBO lub w jego trakcie.

” W dniu rozpoczęcia głosowania wszyscy muszą już wiedzieć o Twoim projekcie.

– **Joanna Klima**

! Na miesiąc przed rozpoczęciem głosowania bądźcie w blokach startowych.

Wykorzystaj wszystkie okazje do spotkań z mieszkańcami, np. wrześniowe zebrania rodziców w szkołach, festyny osiedlowe itp.



W tym roku głosy papierowe będzie można oddawać tylko w czterech punktach. Batalia rozstrzygnie się więc w Internecie.

• DAJ MIESZKAŃCOM SZANSE ODDANIA GŁOSU

! W tym roku głosy papierowe będzie można oddawać tylko w czterech Centrach Obsługi Mieszkańca. Z powodu sytuacji epidemiologicznej rekomendujemy głosowanie elektroniczne.

W tym roku głosy papierowe będzie można oddawać w czterech punktach. Batalia rozstrzygnie się więc w internecie.

Aby ułatwić oddanie głosu tym, którzy na co dzień nie korzystają z Internetu, możesz zorganizować dyżury w znanych mieszkańcom i często odwiedzanych miejscach: w Centrum Aktywności Lokalnej, w siedzibie Rady Osiedla lub lokalnego stowarzyszenia, w klubie seniora, w salce parafialnej, bibliotece. Utwórz mobilne punkty głosowania pod szkołą lub w parku w niedzielne popołudnie.

W okresie głosowania poruszaj się zawsze z notebookiem lub tabletem (smartfon nie jest wygodnym urządzeniem dla wielu seniorów) – jeśli kogoś spotkasz i namówisz do głosowania, daj mu możliwość skorzystania z Twojego sprzętu.

Pamiętaj, że podczas głosowania przez Internet głos trzeba będzie zweryfikować telefonicznie (SMS). Zapraszając więc mieszkańców do zorganizowanych przez Ciebie punktów głosowania, uprzedź ich o tym tak, aby mieli przy sobie telefon.



• CO PO GŁOSOWANIU?

Jeżeli zwyciężyłeś i Twój projekt będzie realizowany, pamiętaj, że to jeszcze nie koniec. Na etapie realizacji konieczne mogą okazać się zmiany w projekcie, których nie dało się wcześniej przewidzieć. Mieszkańcy powinni się o nich dowiedzieć od Ciebie. Regularnie sprawdzaj, czy prace posuwają się zgodnie z harmonogramem i czy wykonywane są odpowiednio starannie. W razie zastrzeżeń interweniuj w jednostce realizującej inwestycję. Nie możesz pozwolić, by mieszkańcy, którzy Ci zaufali, poczuli się zawiedzeni.

Jeżeli natomiast mimo ciężkiej pracy i zaangażowania całego zespołu nie udało Ci się zdobyć wystarczającej liczby głosów, przeczytaj koniecznie kolejną część.



• W WBO NIKT NIE PRZEGRYWA

Większość doświadczonych liderów pamięta swoje pierwsze próby. Zazwyczaj nie były one uwieńczone powodzeniem. Mimo to nie wspominają ich z goryczą. Gdy przegraliśmy nasz pierwszy projekt – opowiada Joanna Klima – postawiliśmy dalej działać, by za rok spróbować znowu. Uruchomiłyśmy comiesięczny Pchli Targ. Robiliśmy wszystko, by nazwa naszego przegranego projektu, a obecnie nazwa Stowarzyszenia, stała się rozpoznawalną marką.

Z pierwszych porażek zostało coś, co okazało się zaczątkiem przyszłych sukcesów.

Po pierwsze – grupa mieszkańców, którzy poznali się i poczuli przyjemność ze wspólnego działania. Z takiej grupy narodził się Przyjazny Tarnogaj, Stowarzyszenie Serce Szczepina i wiele innych lokalnych organizacji i grup nieformalnych. W dodatku każda z takich grup oprócz aktywnych członków, ma też swoich sympatyków.

Po drugie – wiedza, umiejętności, doświadczenia i odwaga. Dzięki nim łatwiej jest w kolejnym podejściu. Nie tylko w WBO. A gdy napisanie wniosku nie jest już straszne, można przecież pokusić się o udział w innych konkursach grantowych, jak np. Mikrogranty, Fundusz Czasu Wolnego, Dolnośląski Fundusz Małych Inicjatyw, Dolnośląskie Małe Granty.

Po trzecie – idea, która puszczona w obieg, kiełkuje w umysłach mieszkańców miasta. Przykładem jest pomysł łąk kwietnych. Choć kiedyś przegrał w WBO, dziś realizowany jest przez miasto.

– Nazwałem to 3 razy I – mówi Robert Gacek – infrastruktura, integracja, idea. Infrastruktura jest najbardziej namacalnym efektem WBO. W dłuższej perspektywie jeszcze ważniejsza jest integracja mieszkańców. Najważniejsza jednak jest idea, w którą wierzysz i która zarażasz innych.





www.wroclaw.pl/wbo
WROCLAW 2026