

Kwestionariusz oceny: narzędzie pomocnicze do weryfikacji założeń strategicznych

1	Czy w przekazie widoczna jest UE? (jej symbole, wartości)	1-10	
1a	Jakie?		
1b	Jakie inne niż UE instytucje, symbole są widoczne?		
2	Czy w przekazie wymieniane są inne marki, podmioty, instytucje lub osoby?	1 – tak, dominują 2 – tak, nie dominują 3 – brak	
3. Jakie wartości europejskie są zawarte w przekazie?	3a	Solidarność	1 – całkiem niewidoczne 10 – doskonale widoczne
	3b	Wiarygodność	1 – całkiem niewidoczne 10 – doskonale widoczne
	3c	Współpraca	1 – całkiem niewidoczne 10 – doskonale widoczne
	3d	Równość	1 – całkiem niewidoczne 10 – doskonale widoczne
	3e	Praworządność	1 – całkiem niewidoczne 10 – doskonale widoczne
4	Czy w przekazie wyeksponowane są pozafinansowe korzyści wynikające z FE? (korzyści dla beneficjentów, ogółu społeczeństwa/odbiorców efektów)	1 – całkiem niewidoczne 10 – doskonale widoczne	

5	Przekaz ma oryginalne/kreatywne podejście do promocji Funduszy Europejskich	1 – zdecydowanie NIE 10 – zdecydowanie TAK
6	Przekaz jest zrozumiały dla odbiorcy (prosty język, korzyści odbiorców efektów, itp..)	1 – zdecydowanie NIE 10 – zdecydowanie TAK
7	Przekaz nie wprowadza odbiorcy w błąd w zakresie źródła pochodzenia środków	1 – nie wprowadza w błąd 10 – wprowadza w błąd
7a	Dlaczego?	
8	Przekaz jest dostosowany do grupy docelowej (rodzaj informacji, ich dostosowanie do typu odbiorcy)	1 – zdecydowanie NIE 10 – zdecydowanie TAK
9	Wybrany nośnik/nośniki zapewnia/ją dotarcie do grupy docelowej	1 – zdecydowanie NIE 10 – zdecydowanie TAK
10	Jakość (realizacji/wykonania) jest wysoka	1 – zdecydowanie NIE 10 – zdecydowanie TAK
11	Przekaz wzbudza pozytywne emocje (odczucia)	1 – zdecydowanie NIE 10 – zdecydowanie TAK
12	Przekaz ma potencjał do motywowania odbiorców do działania (zwracania uwagi, poszukiwania informacji, aplikowania)	1 – zdecydowanie NIE 10 – zdecydowanie TAK