

Rekomendacja nr 1.1

ROZSZERZENIE FORM DOTARCIA DO OSÓB Z GRUPY NEET ORAZ STOSOWANIE KANAŁÓW KOMUNIKACJI WYKORZYSTYWANYCH PRZEZ TĘ GRUPĘ

Dlaczego to jest ważne? [uzasadnienie]

Dotychczasowe metody dotarcia do osób z grupy NEET, stosowane zarówno przez publiczne, jak i niepubliczne instytucje rynku pracy wydają się archaiczne. Konieczne jest korzystanie z tych kanałów i narzędzi komunikacji, które wykorzystywane są na co dzień przez grupę docelową, tj. serwisy społecznościowe (Facebook, Twitter), media elektroniczne (telewizja lokalna, stacje radiowe o wysokiej słuchalności wśród osób młodych), jak i miejsca, z których osoby z grupy NEET korzystają na co dzień, jak centra handlowe, lokale, siłownie, przedszkola i żłobki.

Dodatkowo, język przekazu, zwłaszcza przy wykorzystaniu mediów i mediów społecznościowych winien być dostosowany do tych kanałów komunikacji, a nie odwoływać się do specjalistycznego języka, jakim posługują się instytucje rynku pracy (tj. „językiem” ustawy o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy).

Do kogo adresowana jest rekomendacja? [adresat]

publiczne i niepubliczne instytucje rynku pracy

Kiedy uznamy, że rekomendacja została wprowadzona? [wskaźniki]

Wdrożenie rekomendacji winno być weryfikowane w odniesieniu do poszczególnych instytucji rynku pracy w oparciu o np. liczbę publikacji w mediach elektronicznych, liczbę publikacji w mediach społecznościowych, liczbę kontaktów nawiązanych z osobami z grupy NEET poprzez media społecznościowe, liczbę akcji upowszechniających aktualną ofertę w centrach handlowych i w innych miejscach użyteczności publicznej.

Co trzeba zrobić, żeby wprowadzić rekomendację? [działania, harmonogram, ryzyka]

Rekomendacja może być wdrożona natychmiast, nie wymaga dostosowania aktów prawnych lub szerszego planowania. Działania takie jak upowszechnianie w mediach społecznościowych informacji o prowadzonych formach aktywizacyjnych czy bieżącej ofercie instytucji rynku pracy winny być realizowane z zastosowaniem języka, jaki używany jest w tych mediach.

Ryzykiem dla wdrożenia rekomendacji jest nieumiejętność posługiwania się językiem typowym dla mediów i mediów społecznościowych wśród kadr publicznych i niepublicznych instytucji rynku pracy.

Rekomendacja a kryteria konkursowe w I Osi PO WER

W konkursach dofinansowanych ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego rekomendacja może być wdrożona jako kryterium konkursowe (dostępowe), którego spełnienie warunkowałoby pozytywne zakończenie etapu oceny formalnej w odniesieniu do kryteriów dostępu.