

	Obiettivi generali					Obiettivi settoriali
	Utenti esperti (totale)	Voci migliorate	Eventi (pezzi nella stampa)		Nuovi contatti individuali	Ignoto
Metodo di calcolo	Elenco dei nomi degli utenti molto attivi dei progetti Wikimedia che sono stati direttamente coinvolti o aiutati dalle varie iniziative per realizzare qualcosa di concreto che altrimenti non avrebbero prodotto (es. consulenza legale, microgrant, utenti wikisource che traggono giovamento dallo sviluppo del tool). La base storica è di circa 10 nell'anno, sostanzialmente i momenti di formazione riservati a utenti molto attivi dei progetti quali gli operatori OTRS.	Conteggio delle voci create nel corso delle iniziative dai partecipanti noti alle medesime, o elenco manuale di voci (ri) scritte.	L'intervento comunicativo reattivo è una classica azione da ufficio stampa, ha come presupposto l'aggiornamento costante di http://wiki.wikimedia.it/wiki/Rassegna_stampa e una/un addetta/o stampa che lavori in autonomia e quindi velocemente. L'efficacia si misura dal numero di "pezzi" corretti/giornalisti che hanno capito il proprio errore, perché l'obiettivo finale reale (aumentare la partecipazione/comprendenza della conoscenza libera) non è direttamente correlabile. Come base storica si possono prendere gli interventi del portavoce .mau. nell'anno.	Scrittura regolamento per rimborsi spese per soci WMI che partecipano a eventi quali editathon, hackaton, ecc.	Numero di nuovi indirizzi di posta elettronica inseriti nelle nostre newsletter dietro richiesta individuale diretta a un banchetto presso un evento fieristico, compresi i nuovi soci. Spese di riferimento: 100 €/contatto per Bibliostar 2016.	Business as usual non misurabile; occorre definire degli obiettivi concreti che ci facciano considerare che uno sforzo abbia avuto un impatto diverso dal solito.
Note, azioni corrispondenti principali	A2 (il numero va stimato sulla base dell'esperienza passata e di quella in altri capitoli una volta stabilito il metodo/scopo); A2.1 presupposto per progettare attività interessanti, ma la partecipazione al sondaggio in sé non conta.	A2.5 (supponendo basso sforzo; 100 era l'obiettivo dell'iniziativa totalmente volontaria nel settembre 2016)	B1.2 (si presume solo di portata nazionale)		B.1.3 (partecipare a fiere di settore)	B1.3, A3 (l'obiettivo qui è incrementare strumenti aggiuntivi non utilizzati o poco utilizzati in precedenza e la frequenza di loro utilizzo: difficile se non impossibile da monitorare)
2017	15	100	5	Entro il primo semestre 2017	35	
2018	15	100	5		40	
2019	15	100	5		45	