



Komunikační strategie MAS

Obsah komunikační strategie:

Cíle komunikace

Mezi cíle komunikace obvykle patří informovat relevantní zainteresované strany o podstatě a harmonogramu projektu, přesvědčit je o projektových přínosech a transparentnosti, vtáhnout veřejnost do projektu, nastavit pravidelný kontakt s médii apod.

Zainteresované strany

Analyzovat současnou situaci a identifikovat veškeré subjekty, kterých se projekt dotýká a se kterými je nutno komunikovat.

Klíčová sdělení

Formulovat sdělení, kterým mají všechny zúčastněné strany porozumět a zároveň o nich informovat a přesvědčit další zainteresované strany vně projektu (např. veřejnost). Klíčová sdělení by se měla zaměřit na přínosy realizace projektu, prestiž projektu a na již existující zkušenosti.

Komunikační nástroje

Použití různých komunikačních nástrojů dle vhodnosti pro komunikaci a dosažení cílů u identifikovaných zainteresovaných skupin.

Rozpočet

Stanovit rozpočet na nezbytné i mimořádné události.

Harmonogram

Zaměřit se dle jednotlivých fází projektu na různé zainteresované strany. Pravidelná komunikace se všemi zainteresovanými stranami je *nezbytná*.

Rizika spojená s komunikací

Určit potencionální rizika projektu, která je možné snížit vhodnou komunikací a připravit jejich možné řešení.

Vyhodnocení

Monitorovat rozsah publicity a analyzovat získané informace.

Přehled komunikačních nástrojů
Vztahy s médii
<i>Pressroom, preskit</i> – základní informace pro tisk + elektronická varianta pro web <i>Tiskové zprávy</i> – pravidelné informace médiím při významných událostech <i>Kulatý stůl</i> – setkání se zástupci médií k podrobnějšímu představení projektu, které je zakončeno neformální diskusí <i>Tématické akce pro média</i> – specializované materiály, tiskové zprávy <i>Monitoring a analýza médií</i> – průběžné sledování a následné analyzování publicity věnované projektu, případně korekce komunikačních aktivit dle reálné situace.

Komunikace s odbornou veřejností (žadatelé)
<i>Prezentační sada</i> – soubor informačních materiálů v podobě brožur, letáku, CD atd. <i>Webová prezentace</i> – vyhrazená webová sekce obsahující elektronickou podobu materiálů včetně obrazových materiálů, odkazů realizovaných obdobných projektů. Průběžně aktualizováno. <i>Informační memorandum</i> – dokument, který seznamuje se současným stavem projektu. Dále obsahuje nejdůležitější závěry vyplývající z výstupů projektu. <i>Seminář</i> – pracovní setkání seznamující s jednotlivými aspekty projektu, které jsou významné pro získání dotace. Vytvoření prostoru pro diskusi. <i>Newsletter</i> – odborně zaměřený periodicky distribuovaný informační materiál <i>Schůzky</i> –
Komunikace veřejností
<i>Veřejné setkání</i> – představení projektu a jeho iniciátorů na veřejně přístupné diskusi na úrovni zastupitelstva obce. <i>Informační brožura</i> – materiál směřující k podání základních informací o projektu. <i>Informační materiál</i> – sada materiálů informujících o záměru, přínosech a realizaci projektu s důrazem na oblasti zájmu.

Základem fungující komunikační strategie je **vnitřní a vnější komunikace**.

Vnitřní komunikaci se určují zásady komunikace a poskytování informací uvnitř občanského sdružení MAS. Zásady a způsoby vnitřní komunikace podrobně řeší *komunikační manuál*, který je přílohou komunikační strategie. V komunikačním manuálu jsou popsány způsoby a zásady:

- kdo informuje
- koho informuje
- forma (zápisy, záznamy z jednání, pozvánky, podkladový materiál atd.)
- četnost
- kdo vytváří
- kdo a kdy odesílá
- krizová řešení

Vychází z organizační struktury a rozdělení odpovědností MAS kde

- † Valná hromada je nejvyšší orgánem sdružení a tvoří je všichni členové sdružení
- † Správní rada řídí společnost mezi jednáními valné hromady a je statutárním orgánem společnosti
- † Dozorčí rada je kontrolním orgánem společnosti
- † Ředitel je pověřen jednat za sdružení v rozsahu oprávnění daným správní radou

- programový výbor je odborným orgánem MAS (součástí programového výboru je komunikační komise s určeným „mluvčím“ MAS)
- výběrová komise MAS je výkonným orgánem programového výboru
- monitorovací výbor je hlavním pracovním orgánem MAS

Cíl:

MAS byla založena za účelem poskytování obecně prospěšných služeb, jejichž cílem je rozvoj regionu Českého středohoří dle č. IV. Stanov MAS „České středohoří“.

Poslání:

- realizace strategického plánu LEADER
- koordinace aktivit k prohloubení spolupráce v regionu
- zajištění poradenství pro partnery MAS
- zajištění spolupráce se státní správou a samosprávou
- odpovědnost za přípravu, podání žádosti, realizaci a závěrečné vyúčtování rozvojových projektů společnosti

Četnost komunikace

- vychází z informací a výstupů ze zasedání valné hromady
- vychází z informací a výstupů ze zasedání správní rady
- vychází z informací a výstupů ze zasedání programového výboru
- vychází z informací a výstupů z činnosti kanceláře MAS ČS
- vychází z informací a výstupů ze zasedání výběrové komise MAS ČS
- vychází z informací a výstupů ze zasedání monitorovacího výboru MAS ČS

Komunikační kanály

- elektronická pošta
- telefonická a faxová sdělení
- písemná sdělení
- vývěsky na veřejných prostranstvích
- propagační a informační materiály
- webové stránky
- bulletiny a plakáty vydávané při příležitostech a akcích
- tématické a prezentační akce

Způsob komunikace

Způsoby komunikace vychází z Organizačního řádu MAS ČS a Statutu kanceláře MAS ČS, Pracovního řádu MAS ČS a dokumentace MAS ČS.

Vnější komunikace vychází z definice poslání MAS

Poslání:

Území MAS České středohoří v horizontu 10 až 15 let bude:

- regionem vytvářející výborné zázemí pro trvalé bydlení v poklidném venkovském prostředí v přímé vazbě na atraktivní přírodní prostředí, zdravé životní prostředí, při kvalitní dostupnosti obchodu a služeb v nedalekých městských centrech.
- regionem respektující tradice a stavějící na zásadách trvale udržitelného rozvoje s maximální šetrností k životnímu prostředí.
- regionem, jehož ekonomika je založena na rozvoji malého a středního podnikání využívající a zhodnocující místní zdroje a tradiční zemědělské produkty.

► regionem, který díky atraktivnímu krajinnému rázu, zachovalému charakteru venkovských sídel a široké nabídce kulturně-historických památek, je vyhledávaným rekreačním územím a cílovou destinací pro turisty preferující tradiční i moderní formy cestovního ruchu.

Koho chceme oslovit:

Z tohoto poslání vychází i vnější komunikace, která bude oslovovat

- obyvatele na území MAS,
- podnikatelskou sféru na území MAS,
- obyvatele a podnikatelskou sféru v jiných MAS
- zastupitele kraje, poslance a senátory
- poslance EU

Co chceme komunikovat:

- stanovené priority na určité období

Četnost komunikace

- vychází z informací a výstupů ze zasedání valné hromady
- vychází z informací a výstupů ze zasedání správní rady
- vychází z informací a výstupů ze zasedání programového výboru
- vychází z informací a výstupů ze zasedání výběrové komise MAS
- vychází z informací a výstupů ze zasedání monitorovacího výboru

Komunikační kanály

- zveřejňování výroční zprávy
- regionální výstupy médií
- republikové výstupy médií
- webové stránky
- bulletiny a plakáty vydávané při příležitostech a akcích pořádaných členskými organizacemi MAS
- vývěsky na veřejných prostranstvích
- propagační a informační materiály

Způsob komunikace

Pro zajištění komunikační strategie je programovým výborem zřízena komunikační komise a jmenován mluvčí MAS ČS.

Komunikační komise (dále jen KK) je tvořena 3 až 5 členy, z nichž jeden je jmenován mluvčím MAS ČS

1. Informace tisku, televizi či rozhlasu (sdělovacím prostředkům) se podávají formou tiskových konferencí, tiskových zpráv nebo příležitostně, buď na žádost zástupců sdělovacích prostředků, anebo z iniciativy MAS. K prvořadým zájmům MAS patří soustavná pozitivní komunikace s veřejností, přičemž sdělovací prostředky považuje za dominantní komunikační prostředek pro poskytování a sdělování informací o MAS, podnikatelských a jiných aktivitách souvisejících s činností MAS
2. Pravidelný styk s médii a veřejností (distribuce tiskových zpráv, organizování tiskových konferencí a setkávání s novináři, zprostředkování vyjádření zástupců MAS pro média) zajišťuje a koordinuje KK

3. S přihlédnutím k významu sdělovacích prostředků pro komunikaci s veřejností jsou informace sdělovacím prostředkům zásadně oprávněni poskytovat přímo či prostřednictvím KK:
 - a) člen správní rady
 - b) člen dozorčí rady
 - c) ředitel MAS ČS
 - d) mluvčí MAS ČS
4. Za účelem předcházení nedorozumění nebo nesrovnalostí při komunikaci se zástupci sdělovacích prostředků se výše uvedení členové orgánů a ve všech případech vzájemně informují o kontaktech se zástupci médií, zejména o okruhu a rozsahu poskytovaných informací. O poskytnutých informacích zároveň spravují i KK.
5. KK odpovídá za rozsah poskytnutých informací, jakož i za jejich mediální prezentaci. Z toho důvodu požádá příslušný sdělovací prostředek ve všech případech o předchozí konzultaci prezentovaných zpráv (zejména autorizaci textu a pokud možno titulek). Pokud uveřejněná informace neodpovídá skutečnosti, popřípadě poškozuje zájmy MAS, a to vinou zkreslení pracovníků mediálních prostředků, je povinností KK zajistit neprodleně opravu poskytnuté informace (viz Zákon č. 468/1991 / Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání – (tzv. Mediální zákon).

Mluvčí MAS ČS

musí vykonávat či dohlížet na celou škálu činností. Vytváří krátkodobý akční plán, který obsahuje plán komunikačních aktivit a činností, které budou využity v komunikaci s jednotlivými zainteresovanými stranami v průběhu činnosti MAS ČS. Mezi obvyklé aktivity patří:

- monitorovat, analyzovat a porozumět faktorům, které ovlivňují názory veřejnosti, médií, zaměstnanců a dalších potencionálních účastníků projektu
- interpretovat získané informace a připravovat aktualizovaný akční plán komunikační strategie a instruktážní pokyny na základě těchto informací.
- napsat nebo být spoluautorem projevů, článků, bulletinů, diskusních témat, zpráv o postupu projektu atd.
- účastnit se nebo organizovat zasedání MAS
- komunikovat se zájemci projektu a dohlížet na plnění komunikačního manuálu, aby bylo zřejmé, jaké informace je nutné považovat za důvěrné a jaké je možné prezentovat na veřejnosti
- připravit a zadat reklamu
- svolávat komunikační komisi
- vydávat tiskové zprávy
- publikovat články
- vést detailní komunikaci prostřednictvím webu MAS ČS
- vyhodnocovat příspěvky a zajistit jim publikaci (prezentaci)

Četnost aktivně poskytovaných informací MAS ČS:

- tiskové konference 1-2x ročně
- tiskové zprávy 4x ročně (regionální i republikové)
- příležitostné využití televizních kanálů (regionální i veřejně-právní)