



## **Strategický plán komunikace s veřejností obce Dobruška**

ZPRACOVATEL:

sídlo:

IČ:

Kontaktní údaje:

**Uno Society s.r.o.**

Korunní 2569/108, 101 00 Praha 1

07857942

+420 725 123 746

## Obsah

<b>1. Úvod</b> .....	3
<b>2. Cíle strategie komunikace s veřejností</b> .....	4
<b>2.1. Předpoklady pro úspěšnou realizaci cílů</b> .....	4
<b>2.2. Cílové skupiny komunikace</b> .....	4
<b>2.3. Základní cíle komunikace</b> .....	6
<b>3. Nástroje pro zlepšení úrovně komunikace obce</b> .....	6
<b>3.1. Komunikační mix</b> .....	6
<b>3.2. Současně využívané komunikační nástroje</b> .....	6
<b>3.3. Nástroje pro rozvoj komunikace s veřejností</b> .....	7
<b>3.1.1. Vytvoření vizuální identity obce</b> .....	7
<b>3.1.2. Webové stránky obce</b> .....	7
<b>3.1.3. Mobilní aplikace</b> .....	8
<b>3.1.4. Místní zpravodaj</b> .....	9
<b>3.1.6. Elektronická úřední deska</b> .....	9
<b>3.1.7. Sociální sítě</b> .....	10
<b>3.1.8. Místní rozhlas</b> .....	10
<b>4. Nástroje pro cílové skupiny</b> .....	10
<b>4.1 Výhody a nevýhody komunikačních nástrojů</b> .....	11
<b>5. Závěr</b> .....	13

## 1. Úvod

Strategický plán komunikace s veřejností je jednou z nedílných součástí nástrojů řízení obce. Tento plán vymezuje postupy a principy, na jejichž základě probíhá jak komunikace obce směrem k občanovi, tak i naopak, tedy komunikace občanů směrem k obci.

Cílem strategického plánu komunikace s veřejností je identifikovat cílové skupiny veřejnosti a pro tyto skupiny veřejnosti správně nastavit komunikační nástroje, díky nimž bude zajištěna jejich informovanost. Takto nastavené komunikační nástroje musí umožňovat oboustrannou informovanost, což znamená, že musí umět poskytovat zpětnou vazbu směrem od občanů obce a široké veřejnosti směrem k vedení obce. Strategický plán komunikace s veřejností je realizován s cílem nejen zvýšit zájem cílových skupin o obec Dobrochov, ale současně zvýšit transparentnost fungování úřadu a nastavit efektivnější a přívětivější přístup směrem k občanům. Nedílnou úlohou strategického plánu komunikace je také nastavení procesů, které pomohou zefektivnit práci s analytickými daty získanými prostřednictvím stávajících i nově vzniklých komunikačních nástrojů. Hlavním cílem je tedy vytvoření srozumitelného a uživatelsky přívětivého systému komunikace ze strany obce Dobrochov.

Dokument bude sloužit především zaměstnancům a vedení obce, kteří zajišťují komunikaci na různých úrovních a ve všech oblastech spadajících do kompetence obce. Z hlediska možností, jak dále se strategií a získáváním zpětné vazby pracovat, byl zvolen proces, který vychází z komunikačních nástrojů, na něž přímo navazují její cíle. Obec Dobrochov v současné době využívá standardní komunikační nástroje, jejichž možnosti využití lze do budoucna rozšiřovat.

## **2. Cíle strategie komunikace s veřejností**

Cílem obce Dobrochov je zefektivnění a posílení současné úrovně komunikace, tak aby obec mohla být vnímána nejen vlastními občany, ale i širokou veřejností jako moderní a efektivní samospráva, jež klade důraz jak na komunikaci s občany, tak i na transparentnost. K dosažení tohoto cíle je třeba správná identifikace cílových skupin a definice komunikačních nástrojů, které zajistí efektivní a oboustranou informovanost mezi obcí a veřejností.

Obec Dobrochov pojímá veškerou svou činnost jako veřejnou službu občanům. V tomto duchu je tedy nutné chápat i předávání a poskytování informací směrem k občanům. Vzhledem k poloze obce, která je součástí mikroregionu Předina, nejsou cílovou skupinou komunikace pouze občané obce Dobrochov, ale také turisté, jenž tímto mikroregionem projíždějí po místních cyklostezkách, nebo navštěvují okolní památky.

S komunikací obce směrem k veřejnosti souvisí také image obce. Obec Dobrochov má dlouhou historii, první písemné zmínky o Dobrochově pocházejí z první poloviny 12. století. V současnosti probíhá v obci aktivní kulturní život, do kterého se zapojují nejen občané Dobrochova, ale také přilehlých obcí. Komunikační strategie stanovuje postup, jak bude veřejnost informována o probíhajících aktivitách obce a to jak v oblasti kulturně společenské, tak i v oblasti rozhodování obce o veřejných věcech a jakým způsobem se do těchto aktivit mohou občané zapojit. Cílem je, aby veřejnost porozuměla důvodům a činnostem souvisejícím se správou obce a současně byla informována o výsledcích, kterých obec v různých oblastech dosáhla.

### **2.1. Předpoklady pro úspěšnou realizaci cílů**

Pro efektivní naplnění určených cílů strategie komunikace s veřejností se předpokládá primárně naplnění podmínek, mezi které patří:

- Podpora ze strany zaměstnanců a představitelů samosprávy
- Podpora ze strany politických představitelů obce
- Dodržování nastavených postupů
- Pravidelná práce s analytickými daty a jejich vyhodnocení
- Ekonomická podpora zajištění komunikačních nástrojů
- Podpora ze strany cílových skupin a participace občanů

### **2.2. Cílové skupiny komunikace**

Cílové skupiny komunikace lze v základní rovině rozdělit na hlavní a doplňující skupiny. Částečně se ovšem tyto skupiny v řadě případů prolínají.

Do hlavní cílové skupiny spadají lidé a subjekty, které mohou přímo ovlivnit rozhodování samosprávy, chod a komunikaci obce Dobrochov.

Doplňkovou cílovou skupinu tvoří lidé nebo subjekty, na které nemá rozhodování samosprávy, chod a její komunikace přímý dopad v jejich osobním, pracovním nebo podnikatelském životě, ale může jít o příležitostné příjemce informací, kteří se mohou do hlavní skupiny přesunout.

### **Hlavní cílové skupiny komunikace:**

---

- **Obyvatelé obce Dobrochov**

Jde o nejdůležitější skupinu v rámci vnější komunikace, protože má nejužší kontakt a vazby s obcí. Veškerá rozhodnutí samosprávy se občanů přímo dotýkají, a naopak jejich veřejné mínění se zpětně promítá do rozhodování samosprávy. K datu 1. 1. 2020 žilo v obci Dobrochov 346 obyvatel, z toho 278 obyvatel ve věkové skupině od 18 let, kteří mají přímý podíl na formování obce.

- **Subjekty podnikající na území obce Dobrochov**

Jde o cílovou skupinu, která vyžaduje jen určité specifické informace. Převážně jsou to informace o připravovaných projektech, možnostech spolupráce s obcí v oblasti financování, zaměstnanosti nebo rozvojových projektů. V obci je celkem 53 ekonomických subjektů, mezi jejichž předměty činnosti patří zejména služby, průmysl, zemědělství, stavebnictví, velkoobchod a maloobchod.

- **Média**

Média jsou specifická a důležitá skupina pro komunikaci a jejich úkolem je předávání informací dalším cílovým skupinám. Aby mohla média tuto roli správně a efektivně plnit, je třeba, aby byla správně a efektivně zapojena do komunikačních procesů.

### **Doplňkové cílové skupiny komunikace:**

---

- **Zaměstnanci OÚ Dobrochov**

Zaměstnanci obce tvoří vzhledem k velikosti obce sice nepočetnou, ale z hlediska přenosu informací velmi důležitou podskupinu. Pracovníci obce mají k veřejným informacím o dění v obci blíže, než kterákoliv jiná skupina. Prostřednictvím zaměstnanců obce je k dalším skupinám obyvatel šířena podstatná část informací důležitých informací.

- **Zvolení představitel obce**

Politická reprezentace obce, která má 5 zastupitelů, je z pohledu rozhodovacích pravomocí klíčovou skupinou. Ve vztahu k občanům je zde důležité zachování obousměrnosti komunikačních kanálů a možnosti participace občanů na rozhodování obce. Politik musí

kvalifikovaně interpretovat politická rozhodnutí a současně mít úplnou a nezkreslenou zpětnou vazbu od veřejnosti, jíž se rozhodnutí dotýkají.

- **Turisté**

Do této cílové skupiny patří nejen turisté, ale i občané, kteří se o region zajímají z jiných důvodů. Této skupině je třeba poskytovat cílené informace nejen o dění v obci, ale zejména jim nabídnout důvody, proč Dobrochov navštívit a případně do něj opět zavítat.

### **2.3. Základní cíle komunikace**

- Základním cílem komunikace je maximální možná informovanost hlavní cílové skupiny komunikace vzhledem k nastaveným kanálům komunikace. Cílem je udržení a posílení standardů v dostupnosti informací a otevření úřadu jako přívětivé a transparentní samosprávy
- Efektivní cílení informací na vybrané cílové skupiny
- Posílení participace občanů do rozhodování samosprávy
- Zvýšení pozitivního vnímání úřadu a obce

### **3. Nástroje pro zlepšení úrovně komunikace obce**

Tento bod obsahuje stručný popis komunikačních nástrojů, které lze využít pro komunikaci s veřejností obce Dobrochov.

#### **3.1. Komunikační mix**

Pro efektivní komunikaci mezi obcí a veřejností je nutné využít kombinaci odlišných komunikačních nástrojů, zaměřených na definované cílové skupiny. Jen při použití správně zvoleného komunikačního mixu lze využít maximální efektivitu šíření informací.

#### **3.2. Současně využívané komunikační nástroje**

Provedená analýza v obci Dobrochov definuje nosné komunikační nástroje, které obec v současné době využívá a bude nadále využívat. Mezi tyto nástroje můžeme v současné době zařadit webové stránky, místní rozhlas, tištěné informační letáky a v poslední době i sociální síť (Facebook), jenž nemají zatím požadovanou odezvu od cílové skupiny. Rozvoj současných komunikačních nástrojů a zavedení inovativních prvků je uveden v další kapitole.

## **Hlavní Komunikační nástroje, které obec Dobrochov využívá:**

---

**webové stránky + místní rozhlas + facebook + informační letáky = hlavní komunikační nástroje**

V návaznosti na analýzu definuje obec Dobrochov největší komunikační problémy v oblasti nedostatečné personální kapacity pro efektivní komunikaci, chybějících finančních prostředků pro rozvoj komunikace. Dále pak chybějící zpětnou vazbu od cílových skupin, nepřehlednost a neatraktivitu zvolených komunikačních nástrojů pro veřejnost.

### **3.3. Nástroje pro rozvoj komunikace s veřejností**

#### **3.1.1. Vytvoření vizuální identity obce**

K významným a stále důležitějším podmínkám kvalitní komunikace ve veřejné správě patří jednotný vizuální styl. Představuje základ pro veškeré tištěné a online výstupy, kterými se úřad prezentuje navenek v rovině vizuálních sdělení. Zavedením jednotné vizuální identity dojde ke sjednocení vizuálních prvků a komunikačních nástrojů obce. Tato grafická identita se promítne do nástrojů, jako jsou webové stránky, zpravodaj a informační kampaně prostřednictvím tištěných letáků (plakátů), elektronické úřední desky a pro potřeby samosprávy (hlavičkový papír, loga, vizitky atp.), respektive do všech vizuálů, které bude obec prezentovat. Pro komplexní uchopení komunikace veřejné správy je vytvoření vizuální identity jedním z klíčových předpokladů.

#### **Opatření 3.1.1.**

Obec Dobrochov v současné době nemá zpracován logomanuál, ani vizuální identitu obce. Vybudování a aplikace jednotného vizuálního stylu je nosným tématem samo o sobě, jehož smyslem je především zviditelnění a rychlá identifikace úřadu, jako zřetelného a transparentního partnera pro komunikaci. Vytvoření logomanuálu přispěje velkou měrou k prohlubování vzájemných vazeb a možností interakce mezi samosprávou a veřejností.

#### **3.1.2. Webové stránky obce**

Webové stránky představují v současné době jeden ze stěžejních nástrojů komunikace mezi obcí a veřejností. Tato funkce webových stránek by měla být zachována i do budoucna. Web představuje jednotný portál, kde jsou sdružena veškerá důležitá témata obce s pravidelně aktualizovaným obsahem. Web musí být nejen přehledný, ale také uživatelsky přívětivý. Pro dosažení tohoto cíle je nezbytné, aby webové stránky reagovaly na aktuální trendy v oblasti jejich vývoje a tvorby. Pružně reagovat na nové trendy v této oblasti je potřeba jak po stránce technologické, tak i po stránce vizuální. Prostřednictvím webových stránek budou šířeny informace, jako jsou aktuality a

upozornění obce, základní informace a prezentace obce. Zároveň je důležité, aby bylo možné získávat zpětnou vazbu prostřednictvím interaktivních formulářů, elektronické podatelny, online hlášení závad na majetku obce, online hlášení černých skládek a anket, které umožní participaci občanů na rozhodování obce.

### **Opatření 3.1.2.**

Vytvoření nových webových stránek jako jednoho z hlavních komunikačních nástrojů je stěžejním cílem rozvoje komunikace. Pořízením nových webových stránek dojde k možnosti zobrazení obsahu v responsivním módu pro mobilní zařízení a tablety a zároveň k možnosti prohlížení webových stránek zrakově postiženým osobám. Obsah webových stránek se výrazně zpřehlední, čímž dojde k usnadnění vyhledávání a orientace návštěvníků. Současně se zajistí možnost zpětné vazby obyvatel prostřednictvím možnosti online hlášení závad na majetku obce, online hlášení černých skládek nebo participace občanů prostřednictvím interaktivních formulářů. Transparentnost úřadu bude zvýšena díky vytvoření rozklikávacího rozpočtu. Vzhled webových stránek musí navazovat na zpracovanou grafickou identitu obce, v důsledku čehož bude vytvořena image úřadu jako přívětivého, transparentního a otevřeného.

### **3.1.3. Mobilní aplikace**

Poskytování informací v oblasti veřejného dění v obci je možné prostřednictvím mobilní aplikace. Mobilní aplikace se zaměřuje na komunikaci s občany, která je ekonomicky dostupná a v provázanosti na ostatní komunikační kanály a vizuální identitu obce je vhodným nástrojem pro operativní možnost informování občanů a prezentaci obce. Cílem mobilní aplikace je zároveň získávání zpětné vazby od občanů prostřednictvím možnosti online hlášení závad na majetku obce a online hlášení černých skládek. Zároveň může dojít k propojení turistického a podnikatelského sektoru, kde bude mít návštěvník k dispozici k dohledání turistické informace, místní ubytování, restaurace a ostatní služby. Pro občana zde vzniká možnost komunikovat napřímo s úřadem prostřednictvím interaktivní formy. Samospráva bude mít zároveň možnost použít tento nástroj pro krizové řízení obce v rámci pohotového informování občanů. Mobilní aplikace postupně plně nahradí SMS bránu, která je ekonomicky nevýhodná a náklady vznikají rozesíláním každé SMS zprávy.

### **Opatření 3.1.3.**

Prostřednictvím mobilní aplikace by došlo k šíření informací, u kterých je nutné pohotově informovat občany (např. krizové řízení, meteorologická upozornění apod.) formou notifikací. Dále zde bude mít občan přístup k aktualitám a zveřejňovaným informacím obce, interaktivním formulářům, informacím ke svozu odpadů, poplatkům, úřední desce, kulturním informacím a kontaktům na zástupce samosprávy. Zároveň zde bude prostor pro podnikatelské prostředí obce, které se zde bude moci prezentovat. V rámci aplikace vznikne prostředí pro turisty, kteří zde naleznou všechny potřebné informace a aktuality o obci, co se týče památek, ubytování, restaurací, parkování apod.



Z provedené analýzy v obci Dobrochov se předpokládá, že aplikaci bude využívat cca 50-60 % místních obyvatel. Podpora pro zavedení tohoto komunikačního kanálu může probíhat prostřednictvím webových stránek, zpravodaje obce a jedné informační kampaně. Cílovou skupinou tohoto nástroje jsou občané v rozmezí 15 - 65 let, kteří aktivně používají mobilní telefon, turisté a podnikatelský sektor v obci Dobrochov.

#### **3.1.4. Místní zpravodaj**

Místní zpravodaj není v současné době v obci vydáván.

##### **Opatření 3.1.4.**

Prostřednictvím zpravodaje, který bude vycházet 3x až 4x ročně budou šířeny informace ze zadání zastupitelstva obce, informace z místního sdružení dobrovolných hasičů, pozvánky a reporty z kulturních a společenských akcí, různé zajímavosti o obci nebo o dění v obci a běžné informace, týkající se chodu obce, svozu odpadů, poplatcích a podobě. Zároveň může dojít k nové možnosti získávání zpětné vazby prostřednictvím QR kódů – interaktivních anket, které budou provázány s mobilní aplikací.

#### **3.1.5. Informační kampaně**

Vzhledem k současné neexistenci tištěného zpravodaje jsou pro zvýšení informovanosti veřejnosti podle potřeby tištěny další informační materiály – letáky a plakáty. Tyto kampaně posilují operativní možnost informování občanů, kteří nevyužívají internetové připojení a nepřistupují na webové stránky nebo sociální sítě. Cílem tohoto nástroje je tak zvýšit pravidelnou informovanost a informovanost v krizovém řízení.

##### **Opatření 3.1.5.**

Pro zvýšení informovanosti široké veřejnosti je vhodné vydávat dle potřeby informační materiály – letáky a brožury. Tyto kampaně posilují operativní možnost informování občanů, kteří nevyužívají internetové připojení a nepřistupují na webové stránky nebo mobilní aplikace. Cílem tohoto nástroje je tak zvýšit pravidelnou informovanost a informovanost v době trvání problémové situace v obci. Informační kampaně musí navazovat na zpracovanou vizuální identitu obce.

#### **3.1.6. Elektronická úřední deska**

Interaktivní elektronická úřední deska může doposud využívané vývěsky papírových dokumentů, které jsou nepřehledné, mnohdy nedostačující a náročné na každodenní aktualizaci, nahradit. Elektronická úřední deska umožňuje moderní a efektivní způsob zveřejňování dokumentu s minimalizováním lidského úkonu. Dotyková technologie zobrazovačů umožňuje pohodlné, přehledné a uživatelsky příjemné vyhledání a zobrazení dokumentů, o které má občan zájem.

### **Opatření 3.1.6.**

Z důvodu nedostatečné kapacity současné papírové úřední desky je vhodné pořídit 1 ks elektronické úřední desky, která se umístí na návsi obce. Interaktivní elektronická úřední deska nahradí doposud využívané vývěsky papírových dokumentů, které jsou nepřehledné, mnohdy nedostačující a náročné na každodenní aktualizaci.

### **3.1.7. Sociální sítě**

Sociální sítě jsou jedním z nejefektivnějších moderních způsobů komunikace. Široké možnosti sdílení obsahu umožňují oslovení velké části cílových skupin. V poslední době velmi stoupá využívání těchto sítí i staršími generacemi. Mezi nejpoužívanější sociální sítě patří Facebook, Instagram nebo Twitter. Při využívání těchto sítí je ovšem důležitá oboustranná komunikace a možnosti provázání sociálních sítí s webovými stránkami.

### **Opatření 3.1.7.**

Řešením současné situace je pravidelné využívání komunikačního kanálu profilu obce. Pro sociální sítě by měl být vyhotoven plán příspěvků. Pověřený pracovník musí zajistit obousměrnou komunikaci úřadu a návštěvníků.

### **3.1.8. Místní rozhlas**

Aktivně využívaným nástrojem vnější komunikace je místní rozhlas. Jeho nespornou výhodou je operativnost nasazení a možnost pravidelných hlášení o tom, co probíhá, nebo co se chystá.

## **4. Použití nástrojů pro cílové skupiny**

Každý komunikační nástroj může efektivně sloužit s jasně definovanými cílovými skupinami. V tabulce níže je uvedena vhodnost jednotlivých komunikačních nástrojů v obci Dobrochov, vzhledem k vybraným cílovým skupinám.

**Tabulka: Matice komunikačních nástrojů vhodných pro využití k šíření informací vzhledem k cílovým skupinám.**

	Webové stránky obce	Mobilní aplikace	Místní zpravodaj	Informační kampaně	Elektronická úřední deska	Sociální sítě	Místní rozhlas
Obyvatelé do 65 let	++	++	+	+	++	++	+
Obyvatelé 65 let a více	+	+	++	++	+	+	++
Podnikatelé	++	-	+	-	+	-	-
Turisté	++	++	-	-	++	+	-
Odborná veřejnost	+	-	+	+	-	-	-

*Legenda:*

- ++ *Nástroj je maximálně vhodný pro komunikaci s cílovou skupinou*
- + *Nástroj je vhodný pro komunikaci s cílovou skupinou*
- *Nástroj má zanedbatelný dosah na cílovou skupinu*

#### **4.1 Výhody a nevýhody komunikačních nástrojů**

Každý komunikační nástroj a jeho využití má své výhody a nevýhody. Nelze explicitně říci, které nástroje jsou obecně nejlepší a které nejhorší. Je nutné jejich použití předem promyslet vzhledem k cílovým skupinám a silným a slabým stránkám nástrojů, včetně jejich časové či finanční náročnosti. Úskalí použití vybraných komunikačních nástrojů je uvedeno v následující tabulce:

**Tabulka: Výhody a nevýhody vybraných komunikačních nástrojů**

<b>Médium</b>	<b>Výhody</b>	<b>Nevýhody</b>
<b>Webové stránky obce</b>	Vysoká selektivita, interaktivnost, relativně nízké náklady	Poměrně nové médium a malým počtem uživatelů v některých věkových kategoriích a některých sociálních skupinách
<b>Mobilní aplikace</b>	Rychlost a velké množství uživatelů, vhodná při náhlých krizových situacích	Nutnost krátkého sdělení, poměrně vysoké náklady i při využití dobrovolníků
<b>Místní zpravodaj</b>	Pružnost, včasnost, dobré pokrytí místního trhu, široké působení, vysoká důvěryhodnost	Krátká životnost, špatná jakost tisku, nízká čtenost jednoho výtisku
<b>Informační kampaně</b>	Pružnost, včasnost, dobré pokrytí, důvěryhodnost	Krátká živostnost, časová příprava, ekonomické náklady
<b>Elektronická úřední deska</b>	Interaktivnost, nonstop provoz, ekonomická úspora	Možnost vandalizmu, správa desky, umístění a náklady na provoz
<b>Sociální síť</b>	Vysoká selektivita, nízké náklady, pružnost, včasnost, masové použití	Malý počet uživatelů v některých věkových kategoriích a sociálních skupinách
<b>Místní rozhlas</b>	Masové použití, vysoká geografická a demografická selektivita, nízké náklady	Pouze zvuková prezentace, nižší pozornost, přelétavá pozornost, špatné porozumění, nestandardizované vyhodnocování sledovanosti, ztráta významu média - převážně u starších obyvatel a skupin lidí, kteří nejsou v pracovní době v dosahu hlášení

*Zdroj: vlastní zpracování*

## **5. Závěr**

Veřejné mínění (tzv. image samosprávy) je zdlouhavým procesem a její budování stojí mnoho úsilí, naopak ztratit dobrou image lze velmi snadno. Je proto nezbytné zvolit vhodnou formu komunikační strategie se zaměřením na jednotlivé cílové skupiny. Důležité je mít zavedený kvalitní systém sběru a využívání zpětné vazby. Vzhledem k dlouhodobosti a nepřetržitosti práce je nutné vymezit personální zajištění komunikace s veřejností a kompetence jednotlivých osob. Na území obce Dobrochov je důležité nastavit efektivní sdílení informací všemi směry, které přispěje k naplnění cílů v oblasti komunikace.