



Specifikace předmětu plnění

Efektivní a moderní Ostrov - (KA05) – KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE A SOUVISEJÍCÍ AKTIVITY – část Komunikační strategie

1. STÁVAJÍCÍ STAV

Klíčová problematika, diskutovaná v rámci Strategického plánu napříč jednotlivými pracovními skupinami, byla otázka komunikace úřadu s občany města. Město Ostrov chce být městem otevřeným, které bude v maximální možné míře komunikovat s občany a podnikateli ve městě a bude reagovat na jejich podněty. Aby to bylo možné, je potřeba vyhodnotit, jaké zdroje informací chce a potřebuje město od občanů a podnikatelů sbírat, jaké informace a jakou formou chce město informace poskytovat a nastavit pravidla a postupy, které poskytování a získávání informací umožní v co nejefektivnější formě, která přispěje k zvýšení efektivity celého úřadu.

Hlavním cílem této aktivity je zpracování analytického dokumentu Komunikační strategie úřadu a následné zavedení nástrojů komunikace organizace směrem k občanům. Rozsah dokumentu je uveden níže.

Cílem projektu je analyzovat dosavadní úroveň komunikace městského úřadu, odhalit přednosti a nedostatky, a navrhnout vizi budoucí komunikace, kvalitativní i kvantitativní změny a způsoby jejich zapracování do praxe.

V rámci zpracování strategie by přitom mělo dojít ke zmapování poptávky po informacích v rámci jednotlivých cílových skupin (obyvatelé, podnikatelé, studenti atd.), a to nejenom zmapování toho, jaké informace dané cílové skupiny od města očekávají, ale též v jaké podobě je vhodné informace poskytovat. Součástí strategie bude nastavení vnitřních postupů s cílem určení, kdo bude za přípravu a poskytování jednotlivých informací zodpovědný, jak budou informace zpracovávány a prezentovány a jakým způsobem bude komunikace s jednotlivými cílovými skupinami probíhat. Návazným krokem bude modernizace webových stránek města. Jak již bylo zmíněno, dílčím cílem je zmapovat veškerá dostupná data, kterými úřad i jeho organizace disponují, strukturovat tato data do logických celků a určit, která z těchto dat budou v rámci komunikační strategie poskytována a jakou formou s cílem podpořit kromě obecného zlepšení komunikace úřadu s veřejností i přístup úřadu k principu open dat (tzv. otevřených dat).

Koncepce komunikační strategie města bude střednědobým podkladem, který má pomoci sjednotit, zefektivnit a posílit komunikaci města ve vztahu k hlavním cílovým skupinám a bude navazovat a vycházet z Návrhu komunikace s veřejností.

Postup:

1. Zmapování poptávky po datech a informacích napříč jednotlivých cílových skupin (obyvatelé – senioři, studenti, dojíždějící za prací; podnikatelé; návštěvníci apod.) Pro získání potřebných informací o současné úrovni komunikace, a obsahu a forem komunikačních platforem městského úřadu využije dodavatel tři základních metod - SWOT analýzy, Dotazníkového šetření a Odborného rozboru.



2. Zmapování struktury informací a dat, kterými úřad disponuje a které potřebuje pro svoji činnost získávat.) Pro získání potřebných informací o současné úrovni komunikace, a obsahu a forem komunikačních platforem městského úřadu využije dodavatel tři základních metod - SWOT analýzy, Dotazníkového šetření a Odborného rozboru.
3. Vyhodnocení současného stavu komunikace úřadu s veřejností.
4. Zpracování návrhu způsobu komunikace s jednotlivými cílovými skupinami (typ informací, četnost předávání informací, způsob předávání informací – periodikum, webový portál, mobilní aplikace, zdrojová data na bázi open data principu).
5. Vytvoření struktury poskytovaných informací a jejich modelování.
6. Upřesnění a výběr vhodných metod publikování v rámci komunikace a zapojování veřejnosti do vybraných rozhodovacích procesů a jejich následné ukotvení do procesů úřadu.
7. Zpracování komunikační strategie úřadu vůči veřejnosti včetně návrhů konkrétních nástrojů, postupů a pravidel komunikace ve vertikální i horizontální rovině

Výstup:

- Analýza poptávky a nabídky informací ze strany jednotlivých cílových skupin
- Zpracovaná Komunikační strategie úřadu obsahující popis informací, které bude úřad poskytovat jednotlivým cílovým skupinám a určení jakou formou včetně struktury dat, která budou poskytována formou open dat k dalšímu zpracování cílovými skupinami

2. POŽADOVANÉ ŘEŠENÍ

Zadavatel požaduje vyhotovení jednotné a ucelené komunikační strategie, tj. zpracování strategického dokumentu s níže uvedenými minimálními parametry, zadavatel dále po dodavateli požaduje provedení školení zaměstnanců městského úřadu, a to pro maximálně 40 zaměstnanců v rozsahu 1 hodiny, přičemž tito zaměstnanci budou školeni souběžně. V rámci tohoto školení budou zaměstnanci seznámeni s komunikační strategií, s cílem osvojit si komunikační dovednosti a práci s moderními komunikačními nástroji. Termín školení bude oznámen zadavatelem s alespoň dvou měsíčním předstihem a dodavatel bude povinen takový termín akceptovat. Předpokládaný termín školení je v průběhu roku 2021. Zadavatel požaduje, aby dodavatel provedl veřejné seznámení s tímto dokumentem. Termín tohoto veřejného seznámení bude oznámen zadavatelem s alespoň 2měsíčním předstihem a dodavatel bude povinen takový termín akceptovat. Předpokládaný termín školení je v průběhu roku 2021.

3. MINIMÁLNÍ PARAMETRY KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE

- hlavním smyslem vytvoření nové komunikační strategie je nastavení čitelného a srozumitelného systému komunikace ze strany městského úřadu navenek;
- komunikační strategie je dokument, který kompletně mapuje komunikaci ve městě vůči občanům, návštěvníkům či klientům městského úřadu. Cílem komunikační strategie je zavést jednotnou komunikaci využívající efektivní komunikační formy a prvky a zkvalitnění komunikace města, jejích představitelů a zaměstnanců s občany, návštěvníky či klienty městského úřadu;



Efektivní a moderní Ostrov - (KA05) – KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE A SOUVISEJÍCÍ AKTIVITY – část
Komunikační strategie

Příloha č. 4 – Podrobná specifikace předmětu plnění

- v rámci dokumentu bude popsán význam komunikační strategie pro město, budou v něm definovány základní pojmy a dále bude popsána samotná komunikační strategie.
- dokument se bude skládat z části analytické a návrhové. V rámci návrhové části bude samostatně zpracována kapitola týkající se jednotné vizuální identity obce.

1) Analytická část bude popisem stávající situace a bude obsahovat:

- určení cílové skupiny komunikace;
- popis stávajících komunikačních kanálů, které město používá pro komunikaci s občany včetně jejich srozumitelnosti, přehlednosti, budou zmapovány využívané formy komunikace s různými cílovými skupinami a jejich využití pro různá komunikační sdělení od fungování města až po sportovní a kulturní akce ve městě. Pozornost bude věnována: Ostrovskému měsíčníku, internetovým stránkám obce, výlepovým plochám, rozhlasu, odborně-úřední komunikace, sociální média, mediální prezentace, veřejné diskuze a vzájemná provázanost uvedených kanálů;
- popis osobní, telefonické a elektronické komunikace s cílovou skupinou.
- Minimální rozsah obsahu analytické části:
 - Cílové skupiny
 - Interní komunikace
 - Intranet
 - Vznik skupiny PR
 - Krizová komunikace
 - Externí komunikace
 - Externí vlastní komunikace
 - Web města
 - Ostrovský měsíčník
 - Sociální média (Facebook, YouTube, Instagram atd., Očekávané trendy v oblasti sociálních médií)
 - Externí mediální komunikace
 - Zajištění zpětné vazby
 - Analýza silných a slabých stránek

2) Návrhová část řešení bude obsahovat:

- Nastavení cílů komunikace včetně rozpracování témat:
 - Čeho chceme strategií komunikace dosáhnout?
 - Jaký je cílový stav za definovaný čas (3 roky)?
 - K čemu jsou cíle důležité?
 - Jak budeme cíle dodržovat?
 - Systém zpětné vazby.
 - Kdo budou odpovědné osoby?



Efektivní a moderní Ostrov - (KA05) – KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE A SOUVISEJÍCÍ AKTIVITY – část
Komunikační strategie

Příloha č. 4 – Podrobná specifikace předmětu plnění

- Nastavení jednotné komunikační strategie při provázání stávající komunikačních kanálů, případné zavedení nových komunikačních kanálů či zkvalitnění a doplnění stávajících komunikačních kanálů;
- Nastavení jednotné vizuální identity pro komunikaci s občany;
- Popis nových/inovovaných komunikačních nástrojů včetně jejich funkcionalit a možnosti jejich využívání.

4. VZDĚLÁVÁNÍ V OBLASTI SOFTSKILLS SMĚREM K VEŘEJNOSTI

Součástí realizace jsou plánované i vzdělávací aktivity – Vzdělávání v oblasti softskills směrem k veřejnosti (komunikační a prezentační dovednosti), a to v tomto rozsahu:

Prezentační dovednosti

- jak si připravit působivý projev
- jak správně používat hlas, aby vám všichni rozuměli
- umění ovládat řeč těla
- gesta, která pomohou publikum přesvědčit a kterým je lepší se vyhnout

Komunikace s elektronickou veřejnou správou a informační gramotnost (e-learning)

- povědomí o informační gramotnosti, dále o informační společnosti a státní informační politice
- hlavní informační zdroje ve veřejné správě
- jak informace, týkající se veřejné správy vyhledávat a jak hodnotit jejich spolehlivost a relevanci
- seznámení se s elektronickými informačními zdroji
- fungování internetu a nabídky služeb ve vztahu k veřejné správě
- cíle, přínosy a nástroje realizace státní informační politiky
- pojmy informační společnost, informační gramotnost a informační systémy
- aktivity, které jsou každodenně spojené s informačními zdroji, s prací na Internetu, e-mailem a sociálními sítěmi