



Evropská unie  
Evropský sociální fond  
Operační program Zaměstnanost



# Komunikační strategie Regionu Slezská brána a jeho jednotlivých obcí pro období 2021–2025



Realizace strategického dokumentu byla hrazena z projektu „Komunikační nástroje, strategické dokumenty a pasporty pro potřebu DSO region Slezská brána, jeho města a obce“, reg. číslo CZ. 03.4.74/0.0/18\_092/0014731.

**Poživatel:** Dobrovolný svazek obcí Region Slezská brána  
Nádražní 700,  
739 21 Paskov



**Zpracovatel:** AQE advisors, a.s.  
třída Kpt. Jaroše 1944/31,  
602 00 Brno



**Doba zpracování:** červen – listopad 2021

Komunikační strategie Regionu Slezská brána a jeho jednotlivých obcí pro období 2021-2025 byla zpracovávána s využitím „Metodiky tvorby programu rozvoje obce“ vydané Ministerstvem pro místní rozvoj ČR.

## Obsah

Obsah .....	3
Úvod .....	4
Důvod vzniku strategie.....	5
Popis vzniku strategie.....	6
1. Teoretická východiska .....	6
1.1 Cíle Dobrovolného svazku obcí Regionu Slezská brána a jeho obcí v oblasti strategie komunikace .....	6
1.1.1 Cíle vnitřní komunikace DSO RSB .....	7
1.1.2 Cíle vnější komunikace DSO RSB a jeho jednotlivých obcí, resp. měst .....	7
1.1.3 Principy komunikace .....	8
1.2 Postupy směřující k motivaci a zapojení občanů .....	8
1.3 Současné komunikační nástroje DSO RSB .....	11
1.3.1 Mediální obraz.....	13
1.4 Současné komunikační nástroje jednotlivých obcí, resp. městech.....	14
1.4.1 Mediální obraz obcí.....	18
1.5 Zhodnocení potřeb v oblasti komunikace obcí, resp. měst s veřejností.....	19
1.6 Klíčové problémy identifikované pracovní skupinou .....	20
1.7 SWOT analýza.....	21
2. Návrhová část strategie komunikace .....	22
2.1.1 Komunikační témata .....	23
2.1.2 Nástroje vnitřní komunikace DSO RSB .....	23
2.1.3 Nástroje pro vnější komunikaci obcí a měst směrem k občanům .....	25
2.2 Návrh vnitřního procesu.....	28
2.3 Návrhy na implementaci procesů a nástrojů komunikaci.....	29
2.3.1 Aktivity pro DSO RSB .....	29
2.3.2 Aktivity pro jednotlivé obce .....	29
2.4 Základní koncept realizačního rámce strategie.....	30
Závěr.....	31

## Úvod

Hlavním účelem tohoto dokumentu je stanovit postup, jak bude Dobrovolný svazek obcí Regionu Slezská brána (dále DSO RSB) komunikovat uvnitř a jak budou komunikovat i jeho jednotlivé obce. Smyslem je, aby veřejnost porozuměla důvodům a činnostem souvisejícím se správou, jak dobrovolného svazku obcí, tak i se správou obcí a byla seznámena s výsledky, kterých bylo dosaženo.

Při tvorbě strategie byl kladen primární důraz na východiska pro návrhovou část, jež pak formuluje opatření, která je třeba zavést tak, aby bylo dosaženo požadovaného stavu, a byl splněn cíl vnitřní i vnější koncepce komunikace. Následuje akční plán implementace, který definuje kroky a postupy dílčích opatření a určuje odpovědné osoby.

V přípravné fázi zpracování strategie komunikace byla provedena analýza současného stavu komunikace DSO RSB. Prostřednictvím SWOT analýzy byly identifikovány pozitivní komunikační nástroje a fungující prvky komunikace a rovněž byly definovány nedostatky a slabé stránky, na něž stávající dokument reaguje.

Nedostatky se projevily v interní i externí komunikaci. Interní komunikace se potýká především s problematickým předáváním informací a s nedostatečným ukotvením komunikačních toků a nástrojů. V rovině interní i externí komunikace není vytvořen prostor pro získání zpětné vazby (od starostek/starostů v DSO RSB) a zjišťování jejich názorů. S tímto problémem souvisí i nedostatek možností participace občanů v rozhodování o dalším směřování jednotlivých obcí.

Strategie komunikace navazuje na existující strategický plán rozvoje DSO RSB, na priority a požadavky vedení. Současně reaguje na rizika spojená s aktuálními vnějšími vlivy a jejich dopad na možnosti obcí a měst, potažmo úřadu.

S pomocí vhodně nastavené strategie komunikace posílí DSO RSB svoji pozici důvěryhodné instituce, která aktivně komunikuje se svými členy i veřejností, a bude všeobecně vnímána jako otevřený, vstřícný, transparentní a komunikující spolek, jehož představitelé se starají o zájmy svých občanů a přispívají k všeobecnému rozvoji regionu a ke zvyšování jeho atraktivity.

**Efektivně naplňovaná strategie komunikace tedy výrazně posílí kredit dobrovolného svazku jak ve vztahu k občanům, tak i ve vztahu k ostatním aktérům v regionu.**

## Důvod vzniku strategie

Důvodem vzniku strategie je potřeba nastavit cíle, nástroje a postup komunikace DSO RSB uvnitř i navenek. Strategie bude sloužit jako základ pro všechny koncepční dokumenty, kdy postupy zde definované budou implementovány do běžných standardů práce vedení DSO RSB a jednotlivých obcí.

### K čemu cílíme?



Věříme, že důvěra a otevřenost při správě měst a obcí je základem budoucí prosperity.

## Popis vzniku strategie

Při tvorbě strategie jsme kladli primárně důraz na východiska pro návrhovou a implementační část strategie, zhodnocení výstupů analytické části a možné cíle a opatření k dosažení spokojenosti s komunikací v rámci celého svazku i jednotlivých obcí.

Dále jsme představili návrh procesu, jak bude veřejnost a další klíčoví účastníci informováni o probíhajících aktivitách. Důležitou fází strategie je určení způsobu, jak se mohou do procesu komunikace zapojit jednotlivé zájmové skupiny, a které osoby budou určeny pro komunikaci s veřejností. Důležitým úkolem pracovního týmu bylo rozhodnout, jaké závěry z analytické části a nástroje jsou pro vznikající koncepci komunikace nejlépe využitelné v podmínkách dobrovolného svazku.

Strategie komunikace byla zpracována v souladu s existující strategií DSO RSB, prioritami a požadavky DSO RSB.

### 1. Teoretická východiska

Komunikaci můžeme považovat za jeden z prostředků pro dosažení cílů správy. Veřejná správa je navíc především službou občanům, a jako veřejnou službu je proto třeba chápat i poskytování a **předávání informací veřejnosti**.

#### 1.1 Cíle Dobrovolného svazku obcí Regionu Slezská brána a jeho obcí v oblasti strategie komunikace

- Dobře fungující vnitřní komunikace je základem pro dobrou komunikaci vnější.
- Informační jednotnost podporuje informovanost občanů a buduje jejich větší důvěru a angažovanost.
- Sdílení informací mezi sousedními obcemi zlepšuje informovanost občanů (např.: informace z dopravy, uzavření služeb, otevření nových podniků, změna jízdních řádů aj.)
- Vzájemná propagace nejen kulturních akcí přiláká návštěvníky z širšího okolí a ostatních obcí.
- Sdílení informací (tiskových a jiných zpráv), které se týkají regionu, ušetří práci starostkám/starostům jednotlivých obcí.
- Zlepšení povědomí o DSO RSB, jeho projektech a členství jednotlivých obcí. Posílení postavení DSO RSB jako jednoho z největších svazků v regionu.

### **1.1.1 Cíle vnitřní komunikace DSO RSB**

Efektivní komunikace uvnitř svazku velmi ovlivňuje jeho fungování, proto je důležitá pravidelná a přehledná komunikace. V rámci interní komunikace chceme nastavit komunikační kanály a nástroje, jež umožní transparentní předávání informací napříč. Správně nastavený systém komunikace zaručí nejen předávání informací, ale i získávání zpětné vazby za účelem rozvoje jednotlivých měst a obcí.

Uvnitř jednotlivých úřadů jsou sledovány a komunikovány záměry obce či města a je posilován společný zájem na jejich plnění. Sdílení těchto informací i mezi další starostky/starosty je krok k efektivitě

a dobrým vnějším vztahům. Uvědomujeme si, že fungující vnitřní komunikace vede k úspěšné komunikaci vnější.

Cíle vnitřní komunikace:

- zajišťovat optimální míru informovanosti našim zaměstnancům,
- zajišťovat interakci a komunikaci mezi starostkami/starosty a správou DSO RSB,
- zjišťovat zpětnou vazbu a zavádět zjištěné poznatky do praxe.

Nedílnou součástí realizace strategie komunikace je její pravidelné vyhodnocování a zjišťování zpětné vazby. Zjištěná opatření promítneme do komunikačního plánu na další období a s výstupy budeme pracovat. Jedině tak bude zajištěno neustálé zlepšování systému komunikace a předávání transparentních informací dané cílové skupině.

### **1.1.2 Cíle vnější komunikace DSO RSB a jeho jednotlivých obcí, resp. měst**

Naším cílem je být otevřenými obcemi, resp. městy, které zohledňují zájmy a názory občanů a ostatních aktérů přispívající ke zvyšování kvality života.

Je žádoucí, aby komunikace mezi obcemi, resp. městy a občany neprobíhala pouze jako jednostranné předávání informací, ale naopak byla vnímána jako oboustranný proces, v jehož rámci mají občané možnost podílet se na rozvoji obce, resp. města.

Způsob předávání informací je stěžejní částí identity celého regionu i jednotlivých obcí, resp. měst nejen vůči občanům, ale i k návštěvníkům a potenciálním obyvatelům.

Cíle vnější komunikace:

- spolupracovat s občany na rozvoji obce, resp. města,
- informovat veřejnost a efektivně s ní komunikovat,
- budovat pozitivní obraz obce, resp. města,
- zvyšovat spokojenost občanů,
- otevřený a transparentní úřad.

Účelem této strategie je identifikovat, navrhnout, případně revidovat:

- komunikační plán,
- komunikační kanály.

### 1.1.3 Principy komunikace

**Mezi základní podmínky a zásady úspěšné komunikace řadíme:**

**DŮVĚRYHODNOST** – vzájemný pocit důvěry mezi komunikátorem a příjemcem sdělení, serióznost, celková atmosféra a prostředí vytváří základy pro komunikaci jako předpoklad pozitivního přijetí informace i případné změny postoje.

**TAKTNOST** – komunikace založená na lidském přístupu.

**JASNOST SDĚLENÍ** – garantuje pochopení a zamezuje zkreslení informace s použitím jednoduchých pojmů a výrazů. Čím jsou příjemci sdělení vzdálenější a rozptýlenější, tím by měla být jednodušší forma sdělení.

**KONKRÉTNOST** – obsahová stručnost, rozhodnost, věcnost a konkrétnost, redukce nadbytečné informace, logická uspořádanost.

**PRAVIDELNOST A SYSTEMATIČNOST** – soustavnost **informačního toku**. Je vhodné mít systematicky v provozu vybrané informační kanály a ty kvalitně obsluhovat. Pravidelně, dle nastavené strategie komunikace každého z kanálu (web, síť, tiskoviny).

**KONTINUITA A NÁVAZNOST** – při podávání informací je třeba volit informační kroky takovým způsobem, aby občané a klienti viděli kontinuitu, smysluplnost a návaznost daného tématu.

**DOSTUPNOST** – všechny komunikované informace musí být dobře dostupné tak, aby docházelo k rovnoměrné participaci na případném řešení problému.

**POCHOPITELNOST OBSAHU** – sdělení musí být pochopitelné pro komunikátora i příjemce sdělení, důležité je respektování znalostních a mentálních schopností, možností a zvyklostí příjemců informace a výběr nejvhodnějších komunikačních nástrojů.

**VHODNÝ ČAS** – spojitost sdělení v toku času, tzn. vybrat vhodný čas, kdy komunikace probíhá.

**INOVATIVNOST A KREATIVITA** – komunikovat témata moderní formou, využívat přehledné infografiky a prezentovat informace digitální formou.

Uvedené principy budeme využívat v rámci komunikace v rámci DSO RSB i v rámci jednotlivých obcí, resp. měst. Je nezbytné, aby všichni aktéři, kteří do procesu komunikace vstupují, **principy respektovali**, a předcházeli tak vzniku komunikačních bariér.

## 1.2 Postupy směřující k motivaci a zapojení občanů

Důležitým tématem rozvoje obcí, resp. měst je zapojení občanů do strategického rozvoje. Vedle základních podmínek pro život v obci, resp. městě a veřejných služeb by mělo být vytvářeno zázemí pro aktivní spolupodílení se občanů na dění v obci, resp. městě a dále prostor pro realizaci mikro-zájmů, které obec i město ze své role nemůže řešit.

Pro náš další rozvoj potřebujeme přímou zpětnou vazbu k rozvoji obcí, resp. měst od svých obyvatel, kterou budeme sami podněcovat. Budoucnost místa a důvěra v její dosažení, mají zásadní vliv na spokojenost obyvatel. Vzniká tak prostor pro prosperitu území a organický rozvoj.





### **Budeme transparentní**

Zvyšujeme transparentnost v rozhodovacích procesech a pomozme občanům pochopit tyto procesy.

- Budeme sdílet s občany informace, čeho bylo dosaženo.
- Budeme poskytovat občanům možnost komunikovat se zástupci o konkrétních projektech. Tuto komunikaci budeme sdílet se všemi občany.
- Budeme sledovat inovativní přístupy, které ostatní obce, resp. města a organizace používají ke zvýšení transparentnosti.
- Ve formě anket se budeme ptát občanů na jejich preference.

### **Budeme ukazovat možnosti participace**

Implementujeme konzistentní procesy na podporu postupného zapojení občanů do participace.

- Budeme se snažit najít na každém tématu/projektu možnost aplikovat vhodnou metodu participace či adekvátní nástroj.
- Občanům, kteří budou mít zájem, poskytneme možnost účastnit se realizace projektů.
- Každou aplikovanou metodu budeme podrobovat konstruktivní kritice a poučíme se z chyb.

### **Budeme využívat vhodné nástroje**

Budeme kombinovat využití digitálních technologií, tištěných materiálů a osobních metod.

- Posoudíme reakce na participaci a návazně vytvoříme plán pro digitální zapojení občanů.
- Budeme posuzovat a implementovat doprovodné nástroje pro digitální zapojení.
- Vypracujeme pokyny/manuály pro využívání jednotlivých nástrojů.

### **Budeme se učit společně**

Naučíme naše občany zásady, postupy a procesy spojené s komunitním zapojením.

- Vytvoříme materiály, které vysvětlí principy participace na nových projektech.
- Budeme realizovat pravidelné průzkumy, u kterých budeme hodnotit proces zapojení našich občanů.

- Budeme kreativně vytvářet a používat plakáty s informacemi o projektech a příkladech zapojení našich obyvatel.

### **Budeme rozvíjet vztahy s občany**

Budeme rozvíjet stávající vztahy s aktivními občany a podpoříme zapojení dalších.

- Podpoříme pravidelná komunitní setkávání, na kterých budou, občané informováni o vývoji jednotlivých aktivit.
- Budeme shromažďovat zpětnou vazbu z participativních aktivit, kterou budeme následně sdílet s občany.
- Dlouhodobě budeme sledovat zapojení jednotlivých skupin obyvatel do participace. Na základě poznatků ze sledování budeme inovovat stávající a vytvářet nové procesy na oslovení občanů.
- Navážeme nové vztahy se zástupci jednotlivých skupin obyvatel.
- Pravidelně budeme vytvářet strategie a projekty zaměřené na participaci.

### **Budeme vyhodnocovat a upravovat**

Definujeme metriky a pravidelně je budeme vyhodnocovat. Na základě získaných dat pak budeme rozvíjet a inovovat vybrané metody.

- Definujeme základní výstupy, jichž chceme dosáhnout u jednotlivých projektů.
- Vytvoříme průběžné průzkumy a použijeme je k hodnocení spokojenosti a výkonu jednotlivých projektů.

### 1.3 Současné komunikační nástroje DSO RSB

#### Pravidelné sněmy zástupců členských obcí DSO RSB

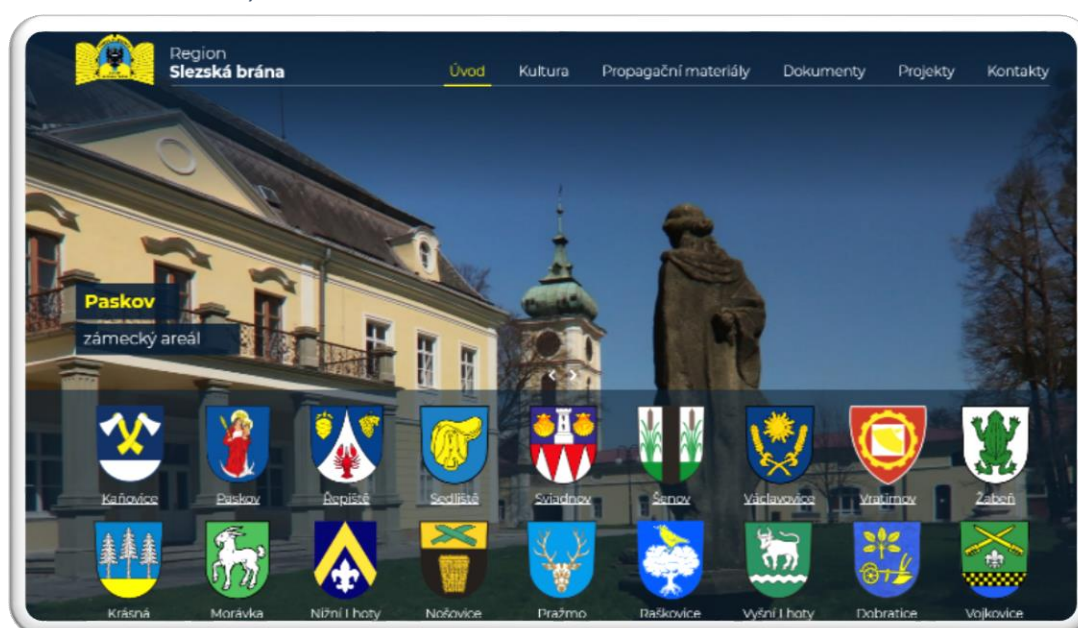
Setkání zástupců členských obcí DSO RSB se konají většinou jedenkrát za tři měsíce.

#### Web dobrovolného svazku obcí

Dobrovolný svazek obcí disponuje standardně spravovaným webovým portálem pod doménou slezskabrana.cz, v tomto roce (2021) proběhla jeho grafická úprava. Informace jsou zde velmi přehledné a dohledatelné, pro běžného občana je portál uživatelsky přívětivý.

Obyvatel jednoduše na webu zjistí připravované, aktuální i realizované projekty. Na webu se lze také přihlásit k odběru novinek skrz SMS zprávy. Hlavní informace, které jsou na webu dostupné, se týkají kulturního dění v jednotlivých obcích, resp. městech DSO RSB. Také si občan či návštěvník může stáhnout propagační materiály či dokumenty k projektům.

Obrázek 1: Webové stránky DSO RSB. [www.slezskabrana.cz](http://www.slezskabrana.cz)



Veřejně jsou dostupné informace o akcích DSO RSB také na specializovaném webu společnosti CRTV, kde je několik desítek videoreportáží z jeho akcí (hlavně sportovních akcí pro základní školy a tzv. Dnů regionů – je zde i zajímavá odezva z hlediska sledovanosti).

Obrázek 2: Zpravodaj Centra společných služeb



## Zpravodaj Centra společných služeb

Centrum společných služeb (CSS) je servisní organizace sloužící občanům regionu a starostkám/starostům obcí, resp. měst v území Regionu Slezská brána, která zahájila činnost 1. července 2016 v rámci projektu Svazu měst a obcí „Posilování administrativní kapacity obcí na bázi meziobecní spolupráce“.

Zpravodaj vycházel v roce 2018 a 2019.

## Sociální sítě

Komunikace DSO RSB probíhá přes profil a stránky na sociálních sítích (Facebook) a přes SMS info. Jejich prostřednictvím DSO RSB zveřejňují obsahy, především pozvánky na kulturní akce. Jistě je zde prostor pro komunikaci a předání důležitých zpráv z členských obcí, resp. měst. Tuto stránku sleduje 183 lidí a 172 lidí ji má označeno jako „líbí se mi“. Vzhledem k počtu obyvatel, který v DSO RSB žije - 35 765 (k 31. 12. 2020) je to velmi malý počet lidí. I jednotlivé příspěvky mají velmi malou odezvu u čtenářů (do 10 interakcí). Důvodem je jednak personální náročnost těchto aktivit a jednak požadavky na dovednosti v online marketingu.

Obrázek 3: Facebook profil Kultura Slezské brány



**Venkovní reklama** – obce, resp. města využívají možnosti propagace prostřednictvím venkovní reklamy především pro své kulturní události. K rozsáhlejší mediální kampani DSO RSB nemá dostatečné personální a finanční kapacity. Venkovní reklama je ovšem pro cílovou skupinu seniorů a většiny občanů obcí, resp. měst stále velmi důležitá.

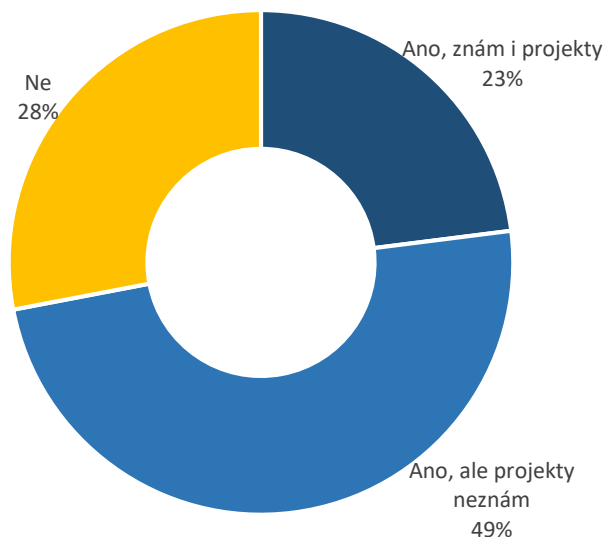
### 1.3.1 Mediální obraz

O Dobrovolném svazku obcí Region Slezská brána se příliš informací v médiích nevyskytuje. V rámci zpráv a reportáží Regionální televize Polar se DSO RSB vyskytl od roku 2009 celkem šestkrát. Nejčastěji ve spojení s informacemi o cyklostezce vedoucí z Ostravy do Ostravice. Nejaktuálnější informace z listopadu roku 2020 se týká knižní publikace o dřevěných stavbách v regionu. Všechny zprávy jsou velmi pozitivní a informují o rozvoji či zajímavostech. Pravidelně se objevují reportáže na CRTV (České regionální televize). Informace o DSO RSB se vyskytují v regionálním vydání novin Frýdecko-Místecko a Třinecký Deník. Na celostátní úrovni se informace o svazku nevyskytují. O DSO RSB, resp. jeho obcích a městech jsou informace občas také v Českém rozhlase Ostrava, výjimečně i na televizi NOE.

V rámci přípravy strategického plánu rozvoje 11 obcí z DSO RSB jsme se ptali občanů na to, zda ví, že jejich obec je součástí Dobrovolného svazku obcí Regionu Slezská brána. Na následujícím grafu je zobrazeno procentuální rozložení podle odpovědí. Podíl v jednotlivých obcích se příliš neliší od celkového podílu. 72 % respondentů ví, že je jejich obec v DSO RSB a třetina z nich zná i jeho projekty. Naopak 28 % vůbec neví, že je jejich obec členem. Celkově jsme na tuto otázku získali 1202 odpovědí od obyvatel 11 obcí z celého DSO RSB.

Graf 1: Odpověď na otázku, zda občané ví, že je jejich obec v DSO RSB

Víte, že je vaše obec součástí Dobrovolného svazku obcí Region Slezská brána?



Tabulka 1: Odpovědi na otázku (Víte, že je vaše obec součástí DSO RSB?) v jednotlivých obcích, kde průzkum probíhal.

	Pražmo	Morávka	Krásná	Řepiště	Nošovice	Václavovice	Dobratice	Sedliště	Vojkovice	Kaňovice	Žabeň	Celkově
Ano, znám i projekty	18 %	36 %	13 %	50 %	10 %	35 %	11 %	26 %	8 %	34 %	36 %	23 %
Ano, ale projekty neznám	51 %	32 %	45 %	47 %	54 %	51 %	41 %	57 %	51 %	58 %	46 %	49 %
Ne	31 %	32 %	42 %	3 %	35 %	14 %	49 %	17 %	42 %	8 %	18 %	28 %

#### 1.4 Současné komunikační nástroje jednotlivých obcí, resp. městech

V následující tabulce uvádíme dosavadní komunikační kanály, které jsou v dané obci, resp. městě. Hodnotili jsme ty nejčastější a nejrelevantnější vzhledem k velikosti a charakteru obce, resp. města. U všech obcí, resp. měst vychází pravidelně zpravodaj, u některých jedenkrát za 3 měsíce, u některých každý měsíc. Všechny obce, resp. města mají rovněž webové stránky. Nejméně častým, však u měst a obecně u obcí oblíbeným, nástrojem je Instagramový účet, který oficiálně využívají jen dvě obce a jedno město.

Tabulka 2: Využívané komunikační nástroje v obcích, resp. městech DSO RSB (říjen 2021)

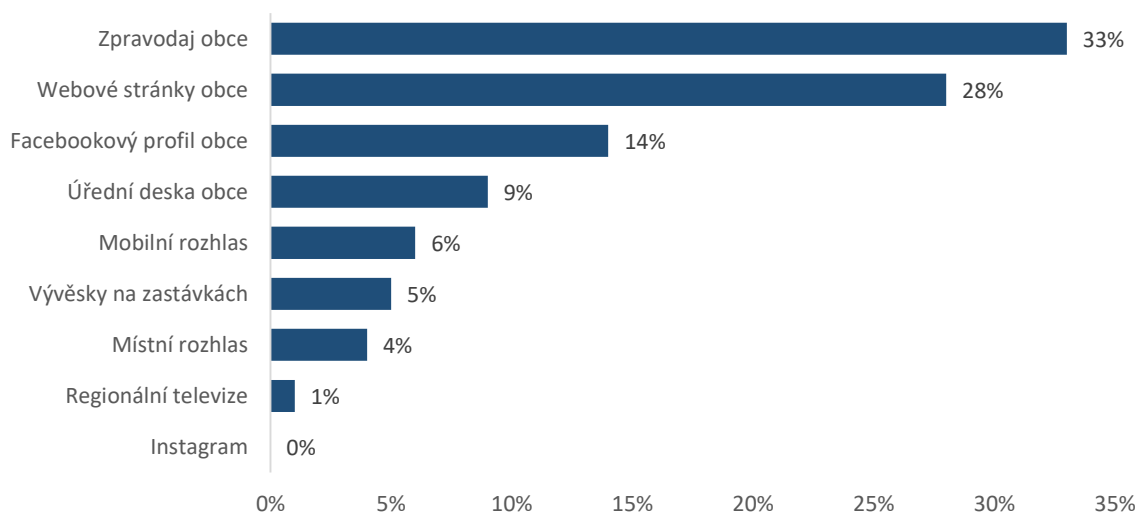
Město/obec	Zpravodaj	Webové stránky	Mobilní rozhlas/ sms info	Facebook stránky	Instagram
Dobratice	ANO	ANO	ANO	ANO	NE
Kaňovice	ANO	ANO	NE	ANO	NE
Krásná	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO
Morávka	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO

Nižní Lhoty	ANO	ANO	ANO	NE	NE
Nošovice	ANO	ANO	ANO	ANO	NE
Paskov	ANO	ANO	ANO	ANO	ANO
Pražmo	ANO	ANO	NE	ANO	NE
Raškovice	ANO	ANO	NE	NE	NE
Řepiště	ANO	ANO	NE	NE	NE
Sedliště	ANO	ANO	ANO	ANO	NE
Sviadnov	ANO	ANO	ANO	ANO	NE
Šenov	ANO	ANO	NE	ANO	NE
Václavovice	ANO	ANO	NE	NE	NE
Vojkovice	ANO	ANO	NE	ANO	NE
Vratimov	ANO	ANO	ANO	ANO	NE
Vyšní Lhoty	ANO	ANO	ANO	ANO	NE
Žabeň	ANO	ANO	NE	ANO	NE

V rámci přípravy strategického plánu rozvoje 11 obcí z DSO RSB jsme se ptali občanů, odkud čerpají informace o dění v obci. Občané volili svá nejčastěji využívaná média, maximálně mohli zvolit tři. Celkově bylo u této otázky odpovězeno 2649x. Nejoblíbenějším informačním kanálem je obecní zpravodaj, následován webovými stránkami a poté Facebook profilem. Ptali jsme se na existující kanály v jednotlivých obcích. Pochopitelné je, že nejméně využívaným nástrojem je Instagram, který je i v minimálním počtu zřízený.

Graf 2: Odpověď na otázku odkud čerpají občané nejčastěji informace o dění v obci. (možnost výběru až 3 odpovědí)

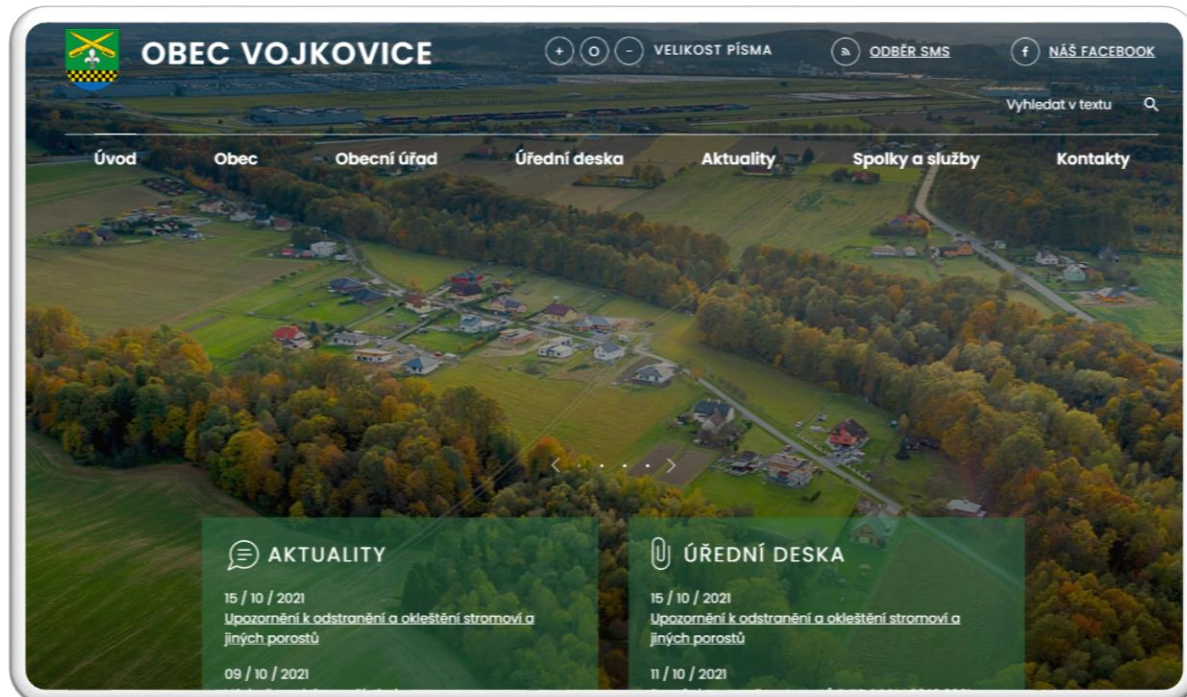
### Odkud čerpáte informace o dění v obci nejčastěji?





**Web obce/ města** – Všechny obce, resp. města disponují spravovaným webovým portálem pod svými doménami. V současnosti probíhá grafická úprava některých. Na nových webových stránkách jsou informace přehledné. Na webech některých obcí, resp. měst jsou informace méně přehledné a občan musí hledat déle.

Obrázek 4: Nový grafický vizuál webu v obci Vojkovice



**Místní zpravodaje** – Všechny obce, resp. města vydávají vlastní zpravodaje. Zejména menší obce mají zpravodaje vycházející jednou za tři měsíce, jiné mají zpravodaje jako měsíčníky. V obcích se jedná o jedno z nejvíce využívaných a nejčtenějších médií pro získání informací o dění v obci.

Obrázek 5: Zpravodaj obce Krásná „Krásenská pošta“





## Mobilní rozhlas / SMS info

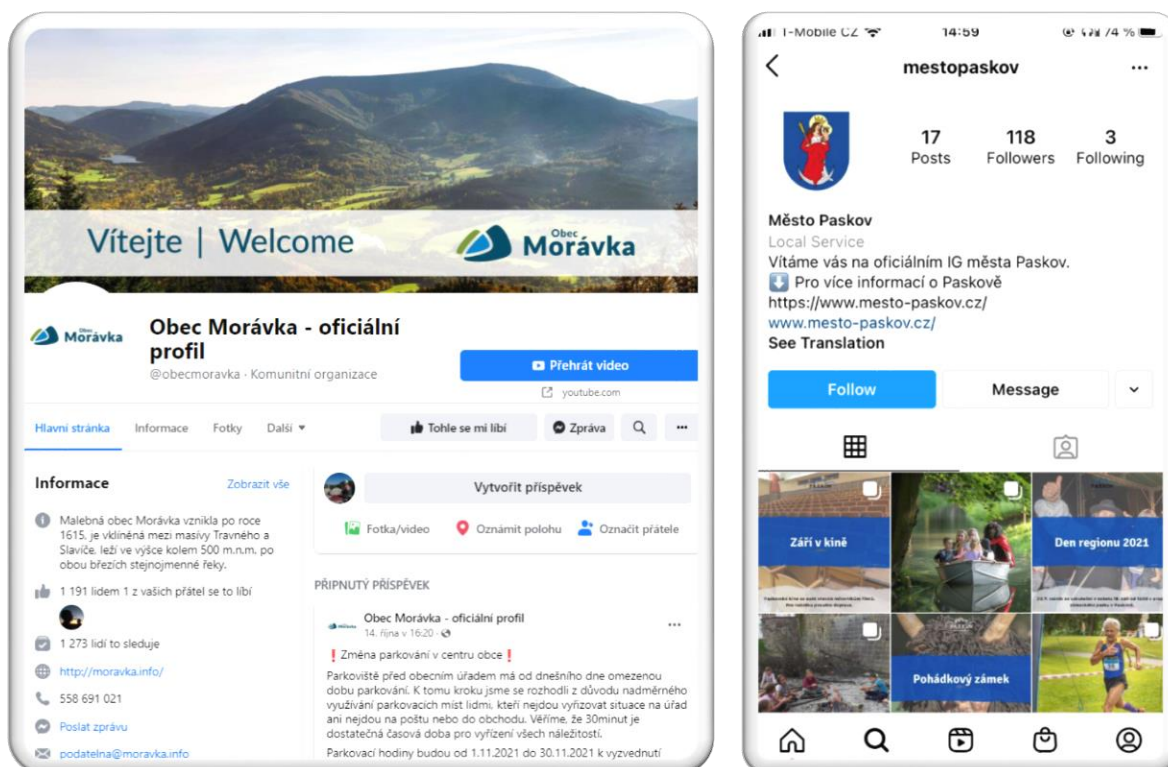
Polovina obcí a měst (9 z 18) má pro své občany zřízený Mobilní rozhlas či jinou službu posílající informace občanům formou e-mailů nebo SMS zpráv. Tento nástroj je velmi vhodný pro cílené informování občanů, pokud poskytnou svůj kontakt a ke službě přihlásit.

**Sociální sítě** – komunikace většiny obcí, resp. měst je doplněna o profil na sociální síti Facebook, která je velmi flexibilní a využívána velkým počtem obyvatel. Informace mají ale relativně krátkou životnost, než jsou překryty dalšími informacemi. Jejich prostřednictvím jsou komunikovány nejčastěji pozvánky na kulturní události a reporty z nich, aktuální informace o dopravě, úřadu aj.

Kromě Facebook profilu mají obec Morávka a Krásná a město Paskov také Instagram účet. Účet, kde jsou zveřejňovány fotografie obce, resp. města, místních kulturních akcí, pozvánky a informace k místní infrastruktuře. Na Instagram profilu je obecně zveřejňován spíše zábavný obsah. Informace stejně jako na Facebook stránce má spíše kratší životnost, než je zahlcena dalším množstvím nového vizuálního obsahu.

U sociálních sítí je velkou výhodou vizuálnost, která působí na čtenáře. Krátkým videem, infografikou nebo fotkou, čtenáře zaujmeme a můžeme mu skrz digitální nástroj předat velké množství informací, které by si jinak nepřečetl.

Obrázek 6: Oficiální Facebook stránka obce Morávky a oficiální Instagram profil města Paskov



**Vztahy s médií** – obce, resp. města poskytují regionálním médiím tiskový servis v podobě tiskových zpráv, které jsou kvalitně zpracovány. Nabízí se rezervy v oblasti pořádání zajímavých mediálních událostí, které však vyžadují odborné proškolení pracovníků obce, resp. města či rozšíření personálního zázemí.

**Venkovní reklama** – obce, resp. města využívají možnosti propagace prostřednictvím venkovní reklamy především pro své kulturní události v podobě plakátů umístovaných na plakátovacích plochách, vývěskách a zastávkách. Rozsáhlejší mediální kampaň, která by měla celokrajský dosah, není aktuálně pro velikost sídelních celků dosažitelná. Do úvahy vystupuje i aktuální situace, kdy obce v podhorských oblastech zažívají až nechtěný turistický nápor a obce, resp. města na dolním konci zažívají nával nových obyvatel. Venkovní reklama je ovšem pro cílovou skupinu seniorů a **většinu místních občanů** stále velmi důležitá.

#### 1.4.1 Mediální obraz obcí

Obce, resp. města se pravidelně vyskytují v reportážích CRTV (Česká regionální televize) a v regionálních novinách Moravskoslezském nebo Karvinském deníku, kde v rámci série reportáží *Deník na návštěvě* byly uveřejněny rozhovory se starostkami/starosty obcí, resp. měst z regionu. Reportáže byly vždy ve velmi pozitivním duchu a svou reportáž mají: Sedliště, Kaňovice, Vratimov, Vojkovice, Dobruška, Paskov, Sviadnov, Nošovice, Václavovice, Šenov, Morávka, Raškovice.

Město Paskov je stále častěji spojováno s areálem zdejšího zámku a zámeckého parku. Vyšní Lhoty jsou často zmiňovány se zprávami o počtu migrantů v tamějším uprchlickém zařízení, Nošovice a Nižní Lhoty také ve spojení s automobilkou Hyundai. Nošovice jsou známy i pro místní pivovar Radegast. Obce, resp. města jsou často zmiňovány i v souvislosti konání sportovních událostí významného charakteru jako jsou například Beskydská Sedmička, která prochází přes obce Krásná a Morávka; Lysá Cup - seriál závodů na Lysou horu, LH 24 – 24 hodinový závod na Lysou horu, Horská výzva, 5 BV aj.

Obrázek 7: Seriál Frýdecko-Místeckého a Tříneckého Deníku



## 1.5 Zhodnocení potřeb v oblasti komunikace obcí, resp. měst s veřejností

Obce, resp. města by měly mít ambici komunikovat aktivity směrem k občanům prostřednictvím moderních technologií takovým způsobem, který zajistí informovanost co nejširší veřejnosti ve srozumitelné, včasné a přehledné podobě a přispěje k získávání zpětné vazby v podobě názorů a námětů občanů.

V současné době trpí komunikace v tomto směru několika zásadními problémy, které omezují její efektivitu. Tyto problémy (a jejich příčiny) jsou identifikovány následovně:

**Personální zajištění** – Z praxe vyplývá nedostatečné personální zázemí, a tím nevyužívání komunikačních kanálů tak, jak by odpovídalo jejich potenciálu. To souvisí s časovou dotací, kterou jsou komunikující osoby schopny jednotlivým nástrojům věnovat, i s jejich nedostatečnou specializací, která se projevuje omezeným využíváním možností jednotlivých komunikačních nástrojů.

### Potřeby:

- Určení osoby v jednotlivé obci, resp. městě, která má v gesci komunikaci a má k tomu dostatek nástrojů a času.

**Široká cílová skupina** – obce, resp. města z podstaty věci promlouvají k nedefinované cílové skupině, kterou můžeme označit pojmem „široká veřejnost“. Ta zahrnuje všechny sociodemografické části populace, které je složité oslovit jednotným sdělením, jež by bylo atraktivní pro všechny z této cílové skupiny. V komunikaci je proto nutné pracovat s rozdílnými skupinami a upravit jednotlivé výstupy tzv. na míru jednotlivým skupinám v rámci širší cílové skupiny, což se zatím děje dle stávajících možností.

### Potřeby:

- Rozšíření komunikačních kanálů o:
  - outdoor plakáty přibližující zejména investiční akce;
  - vizuálně-textové příspěvky včetně popisu situace umístěné na sociální síti;
  - participační události.

**Omezený rozpočet** – finanční možnosti rozpočtu obce, resp. města, které kryjí řadu mandatorních výdajů, do značné míry omezuje rozvoj komunikace, která vyžaduje jednak zázemí technické (funkční a dobře zpracované weby, aplikace, nástroje participace atd.) a jednak zajištění personální pro strategické řízení komunikace i tvorbu jednotlivých kampaní a každodenních obsahů.

### Potřeby:

- Navýšení rozpočtu určeného pro komunikaci

**Neefektivní kanály komunikace** – sociální síť Facebook používá velká skupina obyvatelstva. Při zhodnocení současného stavu je komunikační kanál aktivní skoro ve všech obce, resp. města. Negativem je prakticky neexistující community management (práce s komunitou), s čímž souvisí i velmi nízké průběžné zapojení uživatelů sledujících profily. Z podoby profilu/kanálu (feedu) je zřejmé, že není nastavený jasný plán, podle kterého by se řídilo publikování příspěvků a který by umožnil větší rozmanitost zveřejňovaného obsahu.

### Potřeby:

- Personální zázemí pro tvorbu kvalitních a pravidelných obsahů.

## 1.6 Klíčové problémy identifikované pracovní skupinou

- Sdílení informací mezi obcemi, resp. městy funguje jen částečně.
- Některé obce resp. města nesdílejí své kulturní, společenské a sportovní akce s celým DSO RSB.
- Částečným problémem současného fungování spolku je neakceschopnost. Schůze 4x do roka jsou důležité, ale z pohledu komunikace se často řeší témata pozdě, respektive už jsou v době schůze stará.
- Spolky a kulturní organizace nesdílejí dostatečně s obcemi, resp. městy informace o své činnosti, která by mohla být propagována.
- Osoby, které komunikují s veřejností, jsou často starostky/starostové, kteří jsou časově vytížení.
- Komunikující osoby potřebují rozvíjet své vzdělání a dovednosti v této oblasti

## 1.7 SWOT analýza

### SILNÉ STRÁNKY

- + spokojenost obyvatel s životem v obcích, resp. městech regionu
- + otevřenost k moderním a efektivním způsobům komunikace s veřejností
- + široká škála informačních kanálů, které svou formou vyhovují starším i mladším generacím
- + patrné úsilí o otevřený přístup
- + aktivní obyvatelstvo
- + stabilní hospodářské zázemí

### SLABÉ STRÁNKY

- neakceschopnost DSO RSB
- pomalé přenášení informací
- nedostatečné využití potenciálu komunikačních kanálů
- nedostatečné personální zajištění oblasti komunikace s veřejností
- slabá propagace výstupů aktivit úřadu k veřejnosti
- některé obce, resp. města nesdílejí své kulturní a společenské akce s DSO RSB

### PŘÍLEŽITOSTI

- \* pravidelné sdílení zpráv o činnosti DSO RSB každou obcí, resp. městem směrem k občanům
- \* prostřednictvím všech dostupných komunikačních kanálů je nutné komunikovat pozitivní zprávy a úspěchy obcí a měst a jeho představitelů (politických, sportovních, kulturních apod.) vůči veřejnosti
- \* sdílení obsahu mezi obcemi, resp. městy šetří čas jejich vedení
- \* sdílení dobré praxe z okolí
- \* při svých akcích reprezentovat i DSO RSB a další spolky

### HROZBY

- ! rychle se měnící názory obyvatelstva a nedostatečně včasná reakce ze strany obce, resp. města
- ! neprofesionálně nastavený proces komunikace
- ! příliš velké množství sdílených informací je kontraproduktivní
- ! zastavení rozvoje komunikace
- ! nezájem o akce v okolních obcích a prohlubující se odcizení občanů
- ! zhoršení ekonomické situace ve státě, což povede k nižším výdajům na komunikaci



## 2. Návrhová část strategie komunikace

Provedená analýza v přípravné fázi strategie jednoznačně identifikovala aktuálně využívané nástroje pro komunikaci DSO RSB a jeho obcí a měst.

Každý komunikační nástroj je však různě nákladný i efektivní, proto musíme jednotlivé nástroje vzájemně kombinovat. Kombinace jednotlivých komunikačních nástrojů nám umožňuje vytvořit osobitou identitu obce, resp. města.

V návaznosti na **Strategický plán rozvoje Dobrovolného svazku obcí Regionu Slezská brána na období 2021–2025**, jsme společně s vedením jednotlivých obcí a měst definovali cílový stav. Ten byl finalizován zejména na základě výsledků analýzy prioritních os DSO RSB v oblasti komunikace a východisek pro návrhovou část Komunikační strategie dobrovolného svazku obcí, jakožto koncentrované vyjádření hlavních závěrů z analytické části, včetně pojmenování hlavních problémů v oblasti komunikace.

Cílový stav komunikace jsme specifikovali stručně pomocí jednoduchého hesla, které odráží představu o budoucnosti komunikace uvnitř DSO RSB i navenek u jednotlivých měst a obcí.

Cílový stav:

**JSME OTEVŘENÍ VZÁJEMNÉMU SDÍLENÍ ZKUŠENOSTÍ  
A KOMUNIKUJEME PŘEHLEDNĚ  
S CÍLEM INFORMOVAT NAŠE OBČANY**

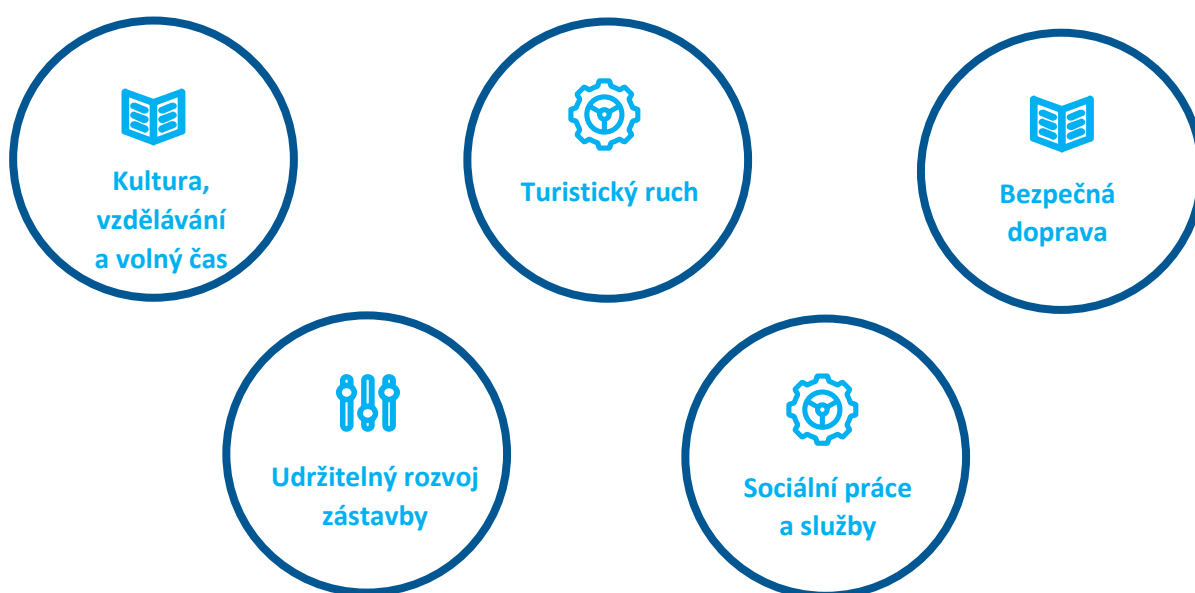


### 2.1.1 Komunikační témata

Pro následující období jsou pro nás klíčová především následující témata:



Oblasti, o které se budou komunikační témata opírat, jsou především:



Priority a důraz na jednotlivá témata se mohou v jednotlivých obcích lišit dle jejich lokace a aktuální situace.

### 2.1.2 Nástroje vnitřní komunikace DSO RSB

V rámci vnitřní komunikace vyplynulo několik nosných nástrojů pro komunikaci uvnitř DSO, mezi starostkami/starosty jednotlivých měst a obcí. Mezi tyto nástroje patří:

- emailová komunikace,
- telefonická komunikace,
- online konference,
- formalizovaný rozhovor/ schůzka,
- sněmy starostek/starostů a zápisy z nich,
- neformální osobní rozhovory a setkání.

V obecné rovině je pro fungování vnitřní komunikace limitující úroveň organizační kultury a manažerské kompetence starostek/starostů a pracovníků DSO RSB. Uvedené nástroje mají při současném fungování několik nedostatků. Pro zkvalitnění interní komunikace je klíčová pravidelná komunikace a kontakt.

#### Formalizovaný rozhovor/schůzka

V rámci přímé komunikace jde o nejběžnější komunikační nástroj. Přestože rozhovory probíhají zpravidla v menší skupině lidí, jsou nezbytné pro sdílení podstatných informací a řešení individuálních dotazů. K výhodám patří i předcházení možnému nedorozumění či vzniku informačního šumu. Důležitá je také současná neverbální komunikace a možnost bezprostřední zpětné vazby na všech úrovních komunikace. Osobní pohovory jsou zároveň klíčovým prvkem poskytování zpětné vazby směrem k pracovníkům a jejich hodnocení.

##### Doporučení

- Časový prostor pro rozhovory/schůzky určené k předání informací.
- Elektronický diář na sjednání schůzek (napříč všemi zaměstnanci úřadu).

#### Sněmy starostek/starostů DSO RSB

Sněmy jsou důležité pro pravidelné informování a rozhodování v rámci činnosti DSO RSB. Cílem je předání podnětů činnosti odborů vhodných ke zveřejnění, celkové prohloubení týmové spolupráce, podněcování, podpoře, ujasnění názorů, sjednocení postojů či rozhodnutí o dalších činnostech.

##### Doporučení

- PRAVIDELNOST – setkání probíhá 1x za 3 měsíce
- ZÁPIS – z každého sněmu je vyhotoven zápis
- ÚKOLY – v zápisu jsou stanoveny úkoly s termínem a zodpovědností
- DÉLKA – porady trvají nejdéle 3 hodiny, délka by měla odpovídat programu
- OBSAH – na poradách nejsou komunikovány pouze úkoly pro jednotlivce (skupiny), ale také cíle DSO, aktuální plány a dění v jednotlivých obcích resp. městech, na konci porady proběhne shrnutí a stanovení úkolů.

#### Mailing

Jednoduchý komunikační nástroj pro předávání zpráv konkrétním osobám. Výhodou je snadný a rychlý přístup k informacím, současně je však omezen počet osob, které mají informace dostupné. Při častém zasílání informací prostřednictvím mailingů může docházet k informačnímu zahlcení a přehlednutí nebo záměrnému vypouštění důležitých zpráv.

##### Doporučení

- Nástroj využívat pouze pro předávání ad hoc informací mezi dvěma (či více) osobami.
- Omezit využívání hromadných mailů





### 2.1.3 Nástroje pro vnější komunikaci obcí a měst směrem k občanům

Informace z úřadů směřují k různým cílovým skupinám, proto je podstatné využívat široké spektrum nástrojů pro externí komunikaci. Výběr konkrétního komunikačního nástroje by měl být přizpůsoben potřebám cílové skupiny. Za správu komunikačního nástroje je vždy zodpovědná osoba, která má všechny potřebné informace ke komunikaci na dosah (starostka/starosta, asistentka/asistent, tiskový/á mluvčí). Osoby mají své zástupce v případě nepřítomnosti.

Mezi aktuálně využívané nástroje patří:

- zpravodaje,
- webové stránky DSO RSB, měst, obcí,
- sociální sítě (Facebook, Instagram),
- Mobilní rozhlas/ SMS info,
- venkovní reklama (plakáty), vývěsky,
- úřední desky,
- zaměstnanci úřadů.
- setkávání s občany.

#### Webové stránky obce/ města

Na stránkách se nacházejí základní údaje o obci, resp. městu, aktuální sportovní, společenské a kulturní události a turistické informace pro návštěvníky. Pro občana je důležité mít možnost zorientovat se v hierarchii obecního/městského úřadu, popř. v jeho příspěvkových organizacích (městská policie, školské instituce nebo sociální služby) s možností získat potřebné kontakty. Z pohledu dění na úřadě jsou na webové stránky umísťovány i výroční zprávy, tiskové zprávy, upravené výpisy z usnesení rady či zastupitelstva, programová prohlášení, ale i předpisy a nařízení obce/ města, obecná opatření, nebo pravidla obce/ města a další důležité dokumenty a materiály.

Doporučení	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Pravidelná aktualizace.</li><li>○ Doplnit funkce pro zefektivnění služeb občanům:<ul style="list-style-type: none"><li>- online chat – možnost hlásit a řešit aktuální problémy, rychlá komunikace s úřadem;</li><li>- ohlášky zjištěného nepořádku v obci/ městě.</li></ul></li><li>○ Sledovat návštěvnost webových stránek.</li></ul>
Odpovědná osoba	správce webu

#### Zpravodaj

Obecní zpravodaje obsahují veškeré aktuální informace týkající se obce/města, např. z oblasti kultury, školství, historie, sportu atd. Tento způsob získávání informací a novinek je vítán především staršími občany, kteří nemají přístup na webové stránky, ale současně mají o dění v místě svého bydliště zájem.

Doporučení	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Zveřejňovat co nejaktuálnější informace</li></ul>
Odpovědná osoba	Editor zpravodaje, místostarostka/místostarosta

Setkání s občany	
Setkání s občany představují velmi důležitý nástroj v komunikaci s veřejností. Setkání by mělo být zaměřeno na určité téma. Rovněž je vhodné pořádat setkání s různými skupinami obyvatel. Účelem by mělo být na jedné straně předání informací o dění v obci/městě, ale také získání bezprostřední zpětné vazby, popřípadě hlubší projednání konkrétního problému.	
Doporučení	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ pravidelnost</li> <li>○ včasné informování občanů o čase události tématu, či podrobnějším programu setkání</li> <li>○ <b>BESEDY</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- účastní se zastupitelé a vedení</li> <li>- seznámení veřejnosti s plány</li> <li>- z besedy je vyhotoven zápis, který se umístí veřejně</li> </ul> </li> <li>○ <b>KULTURNĚ-SPOLEČENSKÉ AKTIVITY</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- vedení (zastupitelé),</li> <li>- směřováno ke specifickým cílovým skupinám (např. návštěvy škol)</li> <li>- možnost organizovaných návštěv na úřadu (např. děti ze ZŠ na úřadu)</li> <li>- informace o dění v obci/ městě, diskuze nad aktuálními problémy, získávání zpětné vazby</li> </ul> </li> </ul>
Odpovědná osoba	Starostka/starostka, vedení obce resp. města

Zaměstnanci OÚ/MěÚ	
Komunikace se zaměstnanci může mít formu osobního setkání, telefonického rozhovoru, nebo písemnou – email, popřípadě dopis. Jde tedy o přímou i nepřímou komunikaci, při níž je se zaměstnancem úřadu řešen konkrétní dotaz, problém či požadavek občana.	
Doporučení	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ posílit komunikační dovednosti zaměstnanců prostřednictvím vzdělávání</li> <li>○ <b>informační centrum u měst, podatelna u obcí</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- cílem je poskytování informací a rad u nejvyhledávanějších správních agend, možnost asistence při vyplňování formulářů</li> <li>- důležité je řádné proškolení personálu</li> <li>- online konzultace, FAQ na webových stránkách od jednotlivých odborů.</li> </ul> </li> </ul>
Odpovědná osoba	Informační centrum, vedení města/ obce

Sociální sítě	
Sociální sítě jsou v současnosti komunikační nástroje, které vytváří nový prostor pro komunikaci veřejné správy s občany. Sociální, společenská nebo také komunitní síť umožňuje městu zveřejňování vlastních sdělení a jejich komunikaci směrem k ostatním uživatelům sociální sítě. Velkou výhodou je vytvoření prostoru pro připomínky a komentáře, v nichž občané sdělují své názory. Obsah vybraný pro účely těchto kanálů musí být dostatečně atraktivní, resp. interaktivní, aby uživatelé sociálních sítí zaujal, zároveň je třeba brát v úvahu specifika a možnosti jednotlivých sociálních sítí.	
Doporučení	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Zvyšování kvality správy sítí</li> <li>○ Kategorizace obsahu k uveřejnění na soc. sítě</li> </ul>
Odpovědná osoba	Vedení města/obce, asistent/ka, infocentrum/ knihovna

### Mobilní rozhlas

Mobilní rozhlas je moderní alternativou tradičního rozhlasu. Systém umožní obci/ městu rychlé informování občanů prostřednictvím hromadného rozesílání SMS zpráv, hlasových zpráv a e-mailů. Využitelný je především při komunikaci během krizových situací. Mobilní rozhlas tak je otevřeným komunikačním kanálem, a to především směrem k mladší generaci a lidem využívajícím chytré telefony a moderní technologie.

Doporučení	○ Postupné rozšiřování funkcí mobilního rozhlasu
Odpovědná osoba	Správce Mobilního rozhlasu

S ohledem na neustálý rozvoj informačních technologií je nutné aktuálně využívané komunikační nástroje rozšiřovat a doplňovat. Nové a moderní formáty mnohdy nabízí selektivní přístup k informacím, občané se mohou snadněji orientovat, vybírat si informace, o něž mají zájem a současně přináší možnost na novou informaci jednoduše reagovat. Jde tedy o úrovně komunikace s osobnějším přístupem, motivací a lepší informovaností. Výhodou pro obec i město je rychlé zjištění názorů občanů.

## 2.2 Návrh vnitřního procesu

V rámci pracovní skupiny DSO RSB vznikl návrh na vytvoření Rady Dobrovolného svazku obcí Regionu Slezská brána, která by fungovala jako další orgán – výkonný. Rada by dále napomohla vnitřní komunikaci, která se promítá i do vnější. Cílem rady by mělo být i intenzivnější komunikování směrem k členským obcím. Dále představujeme další nástroje, které vznikly během pracovní skupiny.

### Rada DSO RSB

DSO RSB nyní trápí neakceschopnost. Ta by mohla být řešena zřízením Rady DSO RSB, ve které by bylo volených 5 lidí, kteří mají kompetence k řešení různých věcí např.: v rámci rozpočtu. Rada ulehčí práci předsedovi a převezme některé kompetence. Rada bude také schopnější předat informace mezi členy regionu, a tak je šířit i mezi obyvatele. Rada pomáhá sdílet úkoly, aby to nebylo závislé na jedné osobě – předsedovi.

Doporučení	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Vytvořit 5 člennou volenou radu</li><li>○ Upravit stanovy</li><li>○ V radě by byl zastoupen dolní i horní konec DSO RSB</li></ul>
Odpovědná osoba	Předseda

### Online schůzky

Online schůzky mohou velmi napomoci v komunikaci mezi jednotlivci i s větší skupinou. Jejich uspořádání je jednodušší než pořádat osobní setkání, která jsou časově náročná vzhledem ke vzdálenostem v rámci území DSO RSB.

Doporučení	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Pravidelné i koordinační setkání, vždy na omezený čas (např.:1 hodina) s připraveným harmonogramem/tématem.</li><li>○ Vyhотовit zápis</li></ul>
Odpovědná osoba	Rada DSO RSB

### Informační zprávy

Pravidelné psaní informačních zpráv, které vzniknou vždy po sněmu. Zpráva bude zahrnovat činnosti DSO RSB, usnesení a záměry. Zpráva bude po vyhotovení poskytnuta všem starostkám/starostům, kteří ji přesdílí do svých zpravodajů a umístí ji na své webové stránky.

Doporučení	<ul style="list-style-type: none"><li>○ Napsání 4 zpráv ročně</li></ul>
Odpovědná osoba	Starostka/starosta pořádající sněm

## 2.3 Návrhy na implementaci procesů a nástrojů komunikaci

Na základě analýzy aktuálního stavu jsou navržena i další doporučení pro zlepšení fungování komunikace úřadů. Změny vychází jak z realizovaných rozhovorů s pracovníky úřadu, tak i z dotazníkového šetření. Jejich zavedení je pro zkvalitnění služeb úřadu občanům a zvýšení pracovní spokojenosti zaměstnanců důležité.

Jedná se zejména o následující opatření:

### 2.3.1 Aktivity pro DSO RSB

Aktivita	Popis	Priorita
<b>Sdílené informace</b>	Sdílený disk, kde budou materiály ze sněmů, zápisy, informační zprávy a materiály všech obcí ke sdílení: propagační materiály, fotky aj.	2
<b>Informační zprávy</b>	4x ročně vznikne informační zpráva o činnostech DSO RSB  Sdílení a přejímání zpráv o projektech, které se týkají vícera obcí nebo celého regionu. U projektu DSO RSB napíše tiskovou zprávu tajemník/tajemnice. U projektu obcí – starostka/starosta.	1
<b>Setkání nad dobrou praxí</b>	Pravidelně jednou ročně pořádat setkání, kdy každý představí jeden projekt, kterým by chtěl inspirovat ostatní obce. Sdílet společně i provozní věci.	2
<b>Debaty nad problémovými tématy</b>	V rámci sněmu může kdokoliv navrhnout předem problematiku téma, aby mu ostatní mohli pomoci s řešením.	1
<b>Revize emailových kontaktů</b>	Klíčové kontakty by měly směřovat na starostky/starosty a případně důležité osoby pro zveřejňování informací.	1
<b>Podpora spolupráce a vnitřní komunikace</b>	Společná akce na podporu vzájemné komunikace mezi starostkami/starosty. Neformální akce bez pracovní náplně. Výjezdní zasedání, nadále pořádat exkurze za dobrou praxí.	1

### 2.3.2 Aktivity pro jednotlivé obce

Aktivita	Popis	Priorita
<b>Úprava webových stránek</b>	Úprava webových stránek, aby návštěvníky zaujaly na první pohled a rovněž byl jednoduchý na pochopení.	1
<b>Vzdělávání v oblasti komunikace</b>	Pravidelné vzdělávání zaměstnanců a starostek/starostů v tématu komunikace s veřejností a marketingu.	2
<b>Pravidelné setkávání se spolky/ komunikace se spolky</b>	Setkávání se spolky, nastavení komunikace a dodávání materiálu, fotografií, zpráv z akcí aj.	1
<b>Aktivní role v rámci DSO RSB</b>	Sdílení a zveřejňování informací z DSO.	1

## 2.4 Základní koncept realizačního rámce strategie

V návaznosti na vytvořenou koncepci komunikace jsme zpracovali akční plán implementace opatření, která je nutno realizovat, aby byly naplněny cíle této strategie.

Akční plán definuje stěžejní kroky realizace strategie komunikace. Plán je nastaven v úrovni krátkodobých a střednědobých cílů. Akční plán obsahuje seznam dílčích aktivit – kroků, které je třeba vykonat, aby byly splněny cíle vytyčené v koncepci. Plán určuje odpovědnosti, celkový časový horizont a hlavní milníky, termíny plnění konkrétních aktivit, náklady na dílčí aktivity a způsob komunikace.

Akční plán interní komunikace je přehledně definován v tabulce níže a specifikuje aktivity, jež povedou k požadovanému stavu ukotvenému v koncepci komunikace.

	Opatření	Realizace	Harmonogram	Rozpočet	Priorita
1	Sdílené informace	DSO RSB	Průběžně	N	2
2	Informační zprávy	DSO RSB	Průběžně	N	1
3	Setkání dobrou praxí	DSO RSB	3/2022	N	1
4	Debaty nad problémovými tématy	DSO RSB	12/2022	N	1
5	Revize emailových kontaktů	DSO RSB	2/2022	N	1
6	Podpora spolupráce a vnitřní komunikace	Dodavatel	11/2022	N	1

Rozpočet: N – Nízký – do 10 000 Kč

S – Střední – od 10 000 Kč do 50 000 Kč

V – Vysoký – nad 50 000 Kč

## Závěr

Strategie komunikace a její implementační plán mají za úkol zpřehlednit, zjednodušit, aktualizovat, posílit a ukotvit interní i externí komunikaci v obcích i městech DSO RSB.

Prostřednictvím využívání vhodných komunikačních nástrojů budeme efektivně komunikovat se všemi cílovými skupinami tak, aby zprávám a komunikovaným pojmům rozuměli, utvořili si na danou zprávu vlastní názor a případně věděli, kde si mohou říct o pomoc či radu. Vědomí, že lidé mohou svobodně projevit svůj názor za přítomnosti kompetentních a odpovědných osob a diskutovat na úrovni témat, o která jeví zájem, významně ovlivňuje kvalitu života na území obce, města i regionu.

Koncepci včetně komunikačních nástrojů je třeba pravidelně vyhodnocovat, aktualizovat a navrhovat nové způsoby komunikace, které jsou v souladu s moderními trendy a odrážejí požadavky na elektronizaci a zkracování písemné komunikace.