



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost

Efektivní veřejná správa v Kobeřicích u Brna
registrační číslo: CZ.03.4.74/0.0/0.0/18_092/0014648



Kobeřice u Brna
Komunikační strategie



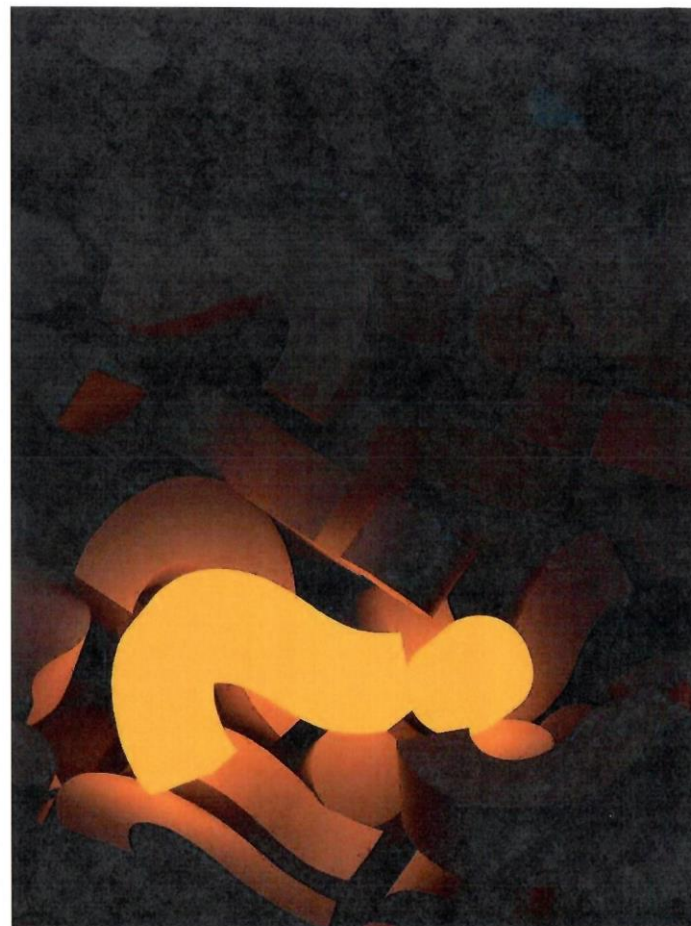
Metoda a postup

Cílem této komunikační strategie je **shrnout aktuální nastavení komunikace obce Kobeřice u Brna, identifikovat její silné a slabé stránky a navrhnout možná zlepšení**. Ta se dotknou oblastí komunikačního mixu, pravidel komunikace i přizpůsobení komunikace jednotlivým cílovým skupinám.

Při zhodnocení aktuálního stavu komunikace obce vycházíme z informací poskytnutých zadavatelem, strukturovaných rozhovorů s představiteli obce a vlastní agenturní expertízy.

Tyto poznatky shrnuje **situační analýza**, která představuje základní nástroj strategického managementu značky a její komunikace.

Situační analýza se stane základem pro vypracování **SWOT analýzy, ve které identifikujeme silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby** stávající komunikace a navrheme způsob, jak jich nadále využít, nebo naopak předejít jejich negativním dopadům.





Analýza cílových skupin

Ke komu promlouváme, určuje způsob, jakým promlouváme, a jaké komunikační kanály k tomu zvolíme.

Obyvatelé obce jsou primární a takřka výhradní cílovou skupinou, která je však nejen demograficky nehomogenní. Spojuje ji zájem o dění v obci, protože se jí bezprostředně dotýká. Každá podskupina však upřednostňuje jiný zdroj informací.

Základní podskupiny (zjednodušeně mladší, střední a starší generace) jsou proto

vymezeny nejen věkem, ale zejména svým přístupem k jednotlivým komunikačním kanálům, které obec využívá.

Pokud by obec nereagovala na tyto různé preference a v budoucnu mu **nepříspěla svůj komunikační mix, vedlo by to k rozdílům v informovanosti** jednotlivých podskupin a tím i k případnému poškození image obce.

Obec Kobeřice u Brna není nijak turisticky vyhledávaným místem, proto je **komunikace zaměřená na turisty a obyvatele okolních obcí**

značně omezená. V obci se konají pouze dvě až tři akce pro „přespolní“ ročně. Z nich pouze hody jsou v režii obce. Informace o těchto akcích jsou dále poskytovány přes DSO (není primární zdroj pro turisty) a na plakátovacích plochách v okolních obcích v okruhu cca 10–15 km.

Firmy, média a veřejné instituce jsou okrajovou cílovou skupinou. Jsou pro ni určeny především informace na webových stránkách a jakákoliv oboustranná komunikace je vedena přes starostu obce.



Kobeřice u Brna – komunikační strategie (cílové skupiny)



„Webové stránky jsou přežitek.“



„Všechno najdu na webu nebo na facebooku.“



„Důležité věci je třeba hlásit rozhlasem.“





Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost

Efektivní veřejná správa v Kobeřicích u Brna
registrační číslo: CZ.03.4.74/0.0/0.0/18_092/0014648





6

Kobeřice u Brna – komunikační strategie (situační analýza)

Rozhlas

Rozhlas je obyvateli obce považován za **důležitý zdroj informací, zejména pak starší a střední generaci**. Jeho použití není pravidelné, hlásí se podle potřeby někdy jednou týdně, jindy jednou za měsíc.

Jelikož hlavní výhodou rozhlasu je jeho okamžitý dosah k co největšímu počtu příjemců, využívá jej obec k hlášení akutních událostí a informací relevantních pro většinu obyvatel obce (viz dále).

Obec již přistoupila k modernizaci rozhlasu a investovala do aplikace, díky které:

- je možné hlášení nahrávat a archivovat online;
- si občané mohou hlášení pustit zpětně na webových stránkách;
- se tento kanál více přiblíží i mladší generaci.





Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost

Efektivní veřejná správa v Koberčicích u Brna
registrační číslo: CZ.03.4.74/0.0/0.0/18_092/0014648



Kobeřice u Brna – komunikační strategie (situační analýza)

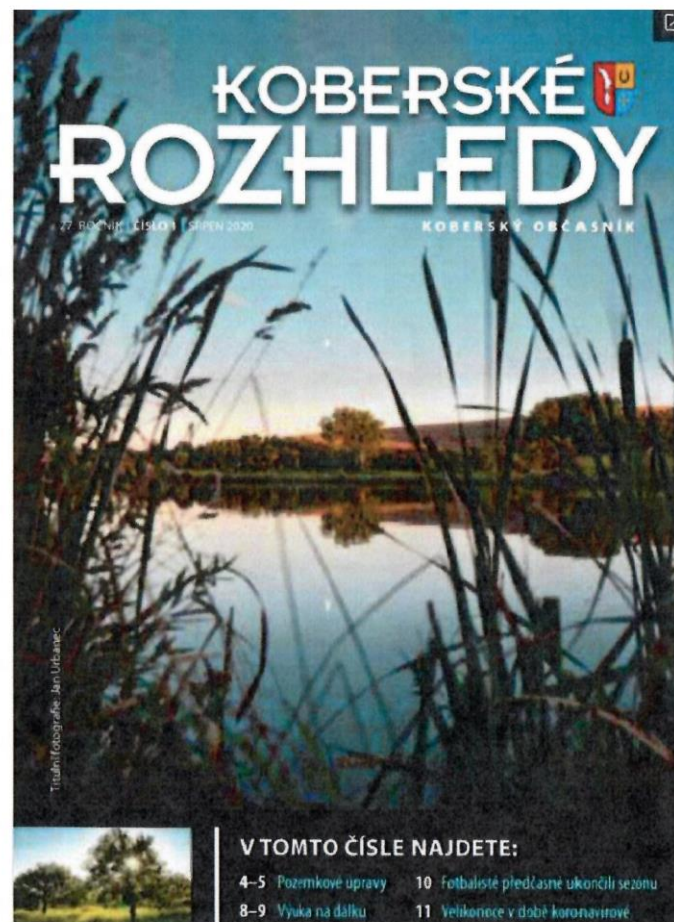
Zpravodaj

Koberské rozhledy vychází s menšími odchylkami jednou za čtvrt roku.

Obsahují především:

- úvodní slovo starosty,
- články o událostech,
- pozvánky na akce,
- tipy na vyžití,
- unikátní informace o dění v obci (např. plány na pozemkové úpravy).

Do zpravodaje přispívají organizace z obce (škola, hasiči, TJ SOKOL) a možnost publikovat mají také samotní občané, uvedený redakční kontakt však nevyužívají. **Díky užitečnému obsahu a moderní podobě s větším množstvím fotografií jsou Koberské rozhledy mezi občany oblíbené.** Kromě toho, že zpravodaj dostávají v tištěné podobě do svých schránek, starší vydání jsou pro kohokoliv k dispozici na webových stránkách.





8

Kobeřice u Brna – komunikační strategie (situační analýza)

Úřední deska

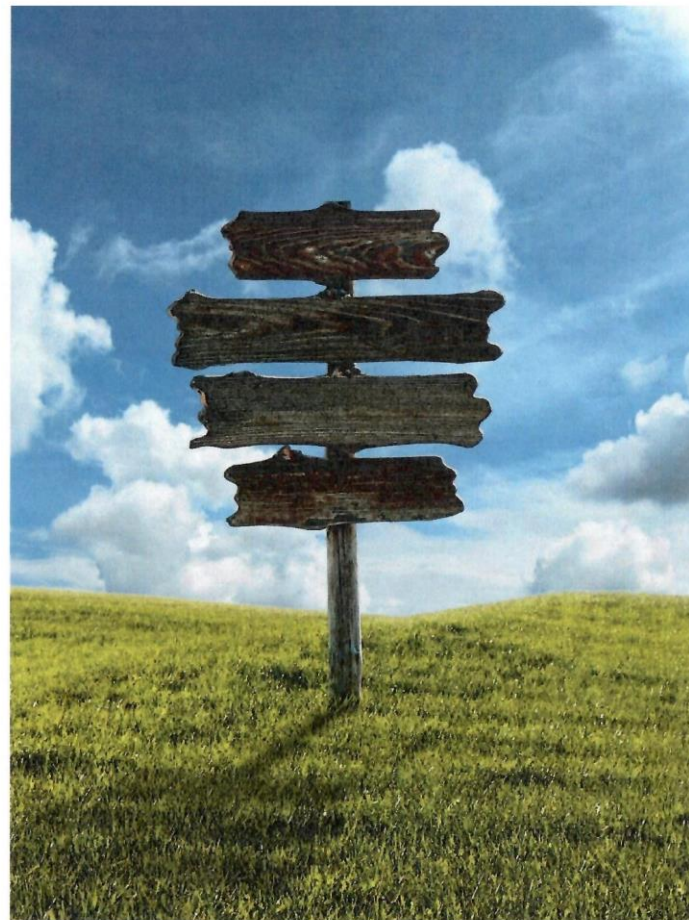
Obec má v současné době **10 velkých úředních desek a 4 menší vývěsní skříňky** umístěné před obecním úřadem. Zveřejňují se zde zejména:

- dokumenty podléhající povinnosti zveřejňování informací,
- jiná důležitá oznámení obce,
- pozvánky na akce a plakáty.

Desku čte spíše starší generace, která tolik nečerpá informace z online médií. Kvůli statickému umístění se k informacím dostanou pouze obyvatelé, kteří chodí do středu obce, a ani to nezaručuje, že jí budou věnovat pozornost.

Kvůli velkému množství dokumentů, které je nutné vyvěšovat, působí deska často nevzhledně a naprosto neatraktivně pro potenciální čtenáře. Nezůstává ani prostor pro jiné, poutavější informace.

Úřední desky a vývěsní skříňky také v současné době **nenaplňují svůj potenciál nabízet užitečné informace i potenciálním návštěvníkům obce.**





Webové stránky

Webové stránky obce představují **nejkompaktnější zdroj informací pro všechny cílové skupiny**, bohužel však ne ve zcela správně strukturované podobě. Některé informace se zbytečně dublují (aktuality), **některé části webu neplní svou funkci** (kalendář aktualit) a **informace určené pro různé cílové skupiny nejsou jasně oddělené**.

Stránka nepracuje ideálně ani s obrazovými materiály. Někde úplně chybí doprovodné fotografie nebo jsou příliš malé, jinde nejsou kromě fotografií žádné informace, a přitom se nejedná o fotogalerii.

Web slouží také jako rozcestník k jiným důležitým službám (knihovna, hřiště) a sdružuje informace z jiných informačních kanálů (úřední deska, hlášení rozhlasu, archiv Kobeřických rozhledů).

Prakticky nevyužívaným nástrojem je zaslání newsletteru s aktualitami a informacemi z úřední desky. Podle starosty obce se nedaří osvěta ohledně nástroje, a polovina obyvatel tak o možnosti newsletteru ani neví.





Kobeřice u Brna – komunikační strategie (situační analýza)

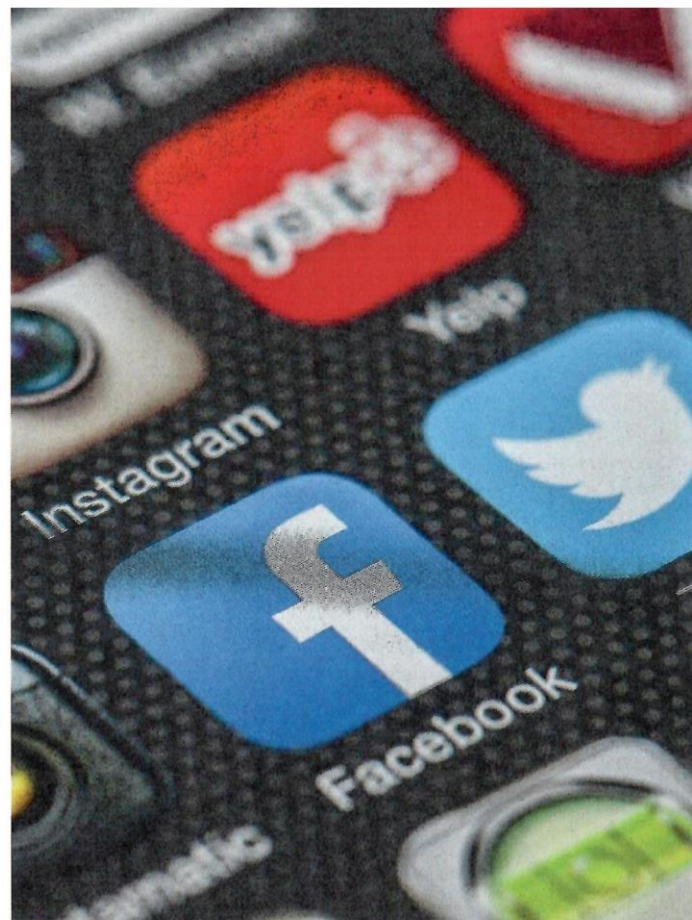
Skupina na FB

Neoficiálně používá obec také facebookovou skupinu „Co se děje v Kobeřicích u Brna“. Starosta obce a dalších 6 představitelů mohou díky funkci správce schvalovat členy, případně mazat kontroverzní nebo urážlivé příspěvky.

Jelikož všichni členové skupiny mohou zveřejňovat příspěvky, jedná se o největší prostor pro participaci občanů. Skupina slouží z velké části jako praktická online nástěnka. Samotní zástupci obce zde zveřejňují především:

- příspěvky o dění v obci,
- pozvánky na akce,
- ankety ohledně akcí v obci,
- fotografie z akcí i každodenního života v obci.

Facebooková skupina se v obci osvědčuje jako praktický nástroj pro uzavřenou komunitu, není zde ale každý. Na rozdíl od facebookové stránky jsou z **konverzace prakticky vyloučené jiné cílové skupiny než místní obyvatelé a opomíjena je také reprezentativní funkce.**





Analýza toku informací

Všechny uvedené komunikační nástroje (kromě neoficiální facebookové skupiny) podléhají přímo vedení obce. Záleží pak na typu informace, do kterého z nich bude zařazena a jak bude probíhat její schválení a případná úprava.

Informace oficiálního charakteru jako vyhlášky, nařízení nebo oznámení institucí jsou bez dalších úprav vyvěšovány na úřední desce a v příslušné záložce webových stránek. **Tento úkon je v gesci úřednic obecního úřadu a nepodléhá dalšímu schvalování.** O zveřejňování

informací se momentálně starají dvě pracovnice.

Informace o dění v obci, jako jsou například kulturní, společenské a sportovní události, zveřejňují úřednice nebo sám starosta většinou ve facebookové skupině, případně v podobě letáčku ve vývěsní skříňce. Pokud je informace známa dostatečně dopředu, objeví se také **ve zpravodaji obce, který má na starosti jedna z pracovnic obecního úřadu.** Pravidelně shromažďuje texty od jednotlivých příspěvkových organizací v obci (škola, TJ SOKOL, atd.) a sama píše

některé články. Kromě toho pokrývá také redakční úpravu a zajišťuje tisk. Úvodním slovem vždy přispívá starosta obce, který má nad celým projektem spíše symbolickou dohlížetelskou a schvalovací funkci.

Obec nemá profesionálního fotografa, a tak fotografie do zpravodaje apod., pořizuje buď zodpovědná pracovnice obecního úřadu, nebo jí pověřený člen kulturní komise.

Pokud se jedná o akutní zprávy a informace většího významu pro

většinu obyvatel, rozhoduje starosta o jejich vyhlášení rozhlasem. Může se to týkat například poruch dodávky energií, sezónních akcí typu prodeje brambor nebo důležitých nařízení.



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost

Efektivní veřejná správa v Kobeřicích u Brna
registrační číslo: CZ.03.4.74/0.0/0.0/18_092/0014648



SWOT analýza



Silné stránky

- Přímý dopad na život obyvatel v obci = vysoká relevance
- **Otevřenost vůči moderním systémům (online rozhlas, rezervace sportoviště)**
- Bezkonkurenční pozice v rámci obce
- Komunikační mix pokrývající všechny podskupiny hlavní cílové skupiny
- Pozice důvěryhodného zdroje
- Podpora od vedení obce

Příležitosti

- **Další modernizace a zvýšení atraktivity komunikačních kanálů**
- Redesign webu a zvýšení jeho přehlednosti
- Investice do vzdělání zaměstnanců obecního úřadu
- Větší důraz i na cílovou skupinu mimo obyvatele obce (turisti)
- Spokojenost občanů s poskytováním informací od obecního úřadu
- Ochota občanů participovat

Slabé stránky

- Nutnost pokrýt nesourodou skupinu témat
- Opomíjení některých cílových skupin
- **Aktuální podoba webu (duplikace, fotografie, apod.)**
- Omezený rozpočet (vliv na kvalitu výstupů, fotografií, atd.)
- Omezené personální zajištění a neprofesionální příprava obsahu
- Duplicita informací na různých kanálech
- Špatná komunikace novinek (newsletter)
- Nedostatečný důraz na participaci občanů

Hrozby

- Nezájem obyvatel o dění v obci
- Vytvoření komunikačního kanálu občanů bez účasti obce (např. jiná facebooková skupina)
- **Politické turbulence a změna priorit**
- Osobní rozkol mezi obyvateli a zástupci obce



SWOT analýza – shrnutí

Jakákoliv komunikace vycházející od vedení obce má přímý dopad na život občanů, a těší se proto zájmu z řad primární cílové skupiny – místních občanů. **Pro komunikaci s nimi má obec vybudovaný silný základ v podobě komunikačního mixu zahrnujícího tzv. stará i nová média.** Přestože pozornost věnovaná jednotlivým komunikačním kanálům se napříč obyvateli různí, všechny jsou považovány za důvěryhodné zdroje.

Přestože život v obci má značně komunitní charakter, v komunikaci chybí větší zapojení občanů.

V mnoha případech jsou navíc **opomíjeny další cílové skupiny, zejména potenciální turisté a návštěvníci obce, s čímž souvisí i nedostatečná prezentace obce a budování její image.**

Kvůli omezenému rozpočtu se obec s řadou zlepšení musí spoléhat na dotace, a pokud jde o kvalitu publikovaného obsahu, může ji snižovat neprofesionální příprava i fakt, že jedna osoba vykonává více funkcí.

Pro zvýšení atraktivity komunikačního mixu pro

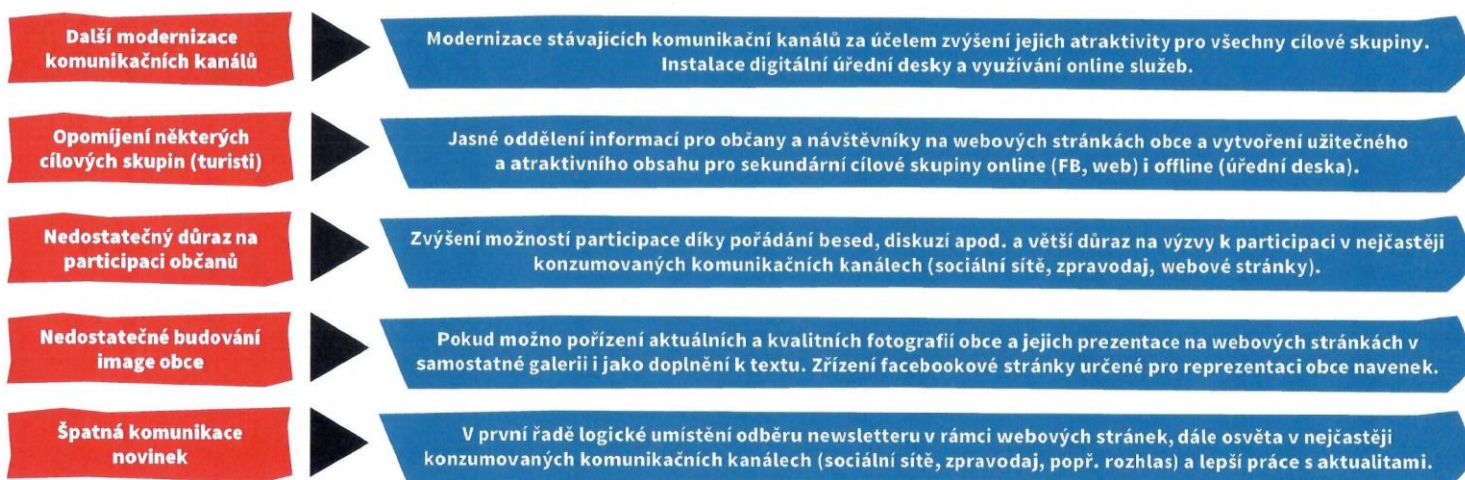
všechny CS bude třeba další modernizace, která může zahrnovat zprovoznění digitální desky, redesign webových stránek či investici do vzdělání personálu, který se podílí na redakční přípravě obsahu. Další doporučené kroky se pak zaměří na zvýšení participace občanů.

V každé strategii je třeba myslet i na černé scénáře, kterým by v případě komunikační strategie obce mohlo být například vytvoření jiného uzavřeného komunikačního kanálu s vyloučením vedení obce nebo změna přístupu obce ke

komunikaci v důsledku politických změn či osobních rozeprá s obyvateli obce. **V obci o velikosti Kobeřic je důležité udržovat dobré vztahy, a to bez toho, aby komunikace v médiích sklouzla do osobní roviny.**



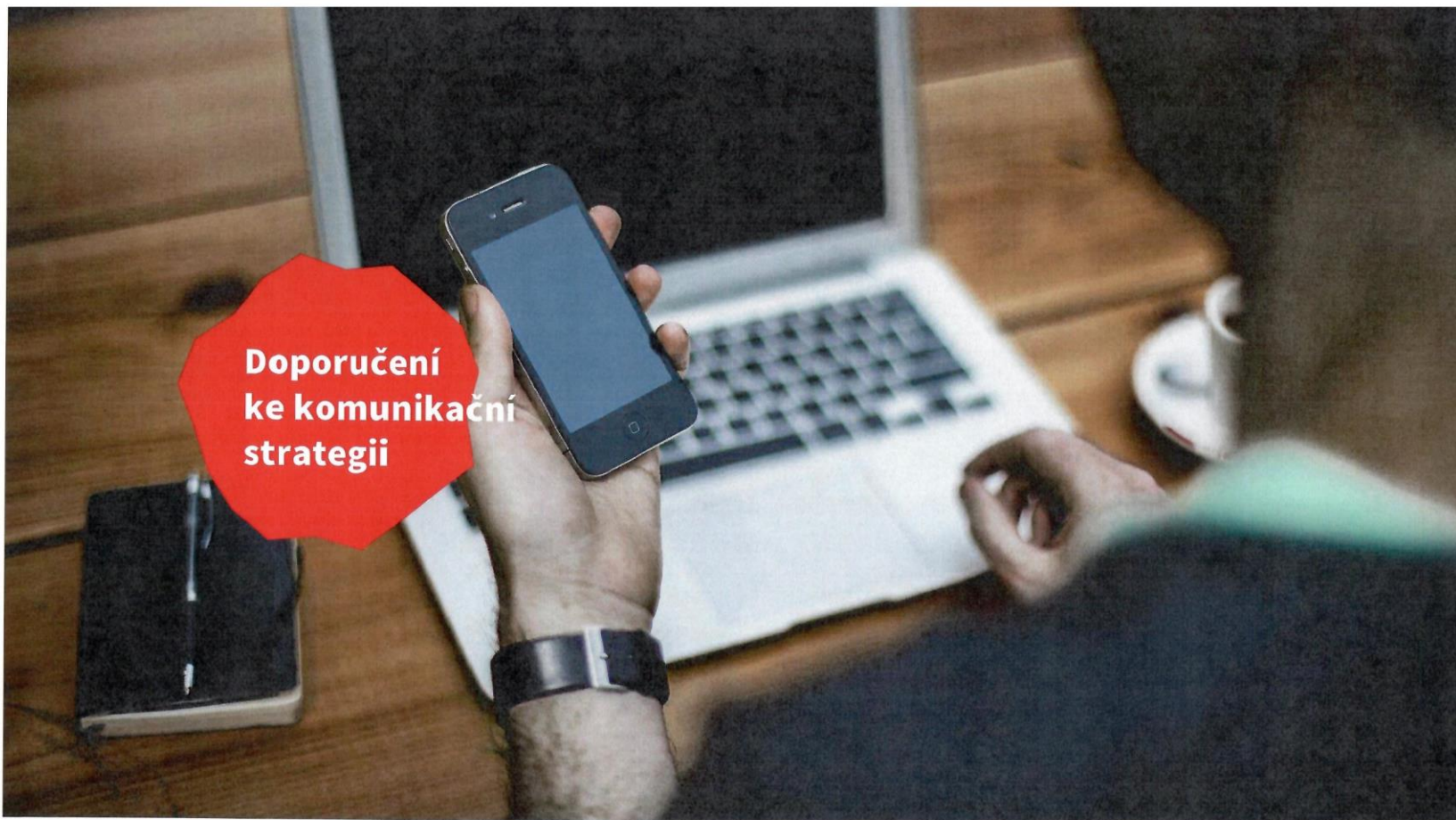
Hlavní výzvy a navrhované kroky





Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost

Efektivní veřejná správa v Kobeřicích u Brna
registrační číslo: CZ.03.4.74/0.0/0.0/18_092/0014648





Digitalizace – krok do 21. století

Každý komunikační mix je jen tak silný jako jeho **nejslabší článek, a tím jsou v případě Kobeřic u Brna úřední desky a vývěsní skřínky.**

Jedná se o nejzastaralejší a nejméně efektivní způsob sdělování informací, který v současné podobě navíc slouží pouze ke sdělování velmi omezeného množství informací (dokumenty podléhající povinnosti zveřejňování informací a pozvánky na akce, pokud je místo) a pozornost mu věnuje jen omezená část cílové skupiny (převážně starší generace místních obyvatel).

Místo před obecním úřadem by přitom nemělo nejen stroze informovat, ale také reprezentovat, a působit jak na občany obce, tak i na návštěvníky obce a turisty.

Podobně jako již obec přikročila k modernizaci rozhlasu a jeho přiblížení mladší generaci díky investici do online aplikace, doporučujeme i v případě tohoto komunikačního kanálu **vstoupit do 21. století a pořídit digitální úřední desku, která:**

- je atraktivnější pro širší cílovou skupinu;

- ušetří místo a zlepší estetický dojem prostoru před obecním úřadem;
- ušetří náklady na tisk dokumentů;
- sníží personální zatížení díky automatizaci zveřejňování;
- nabídne mnohem více informací na menším prostoru, a to poutavější formou.

Digitální úřední deska pak nemusí sloužit pouze k vyvěšování vyhlášek, ale **může být pro obyvatele i návštěvníky obce skutečně přínosná a představovat vyhledávaný**

kanál. Může nabízet například:

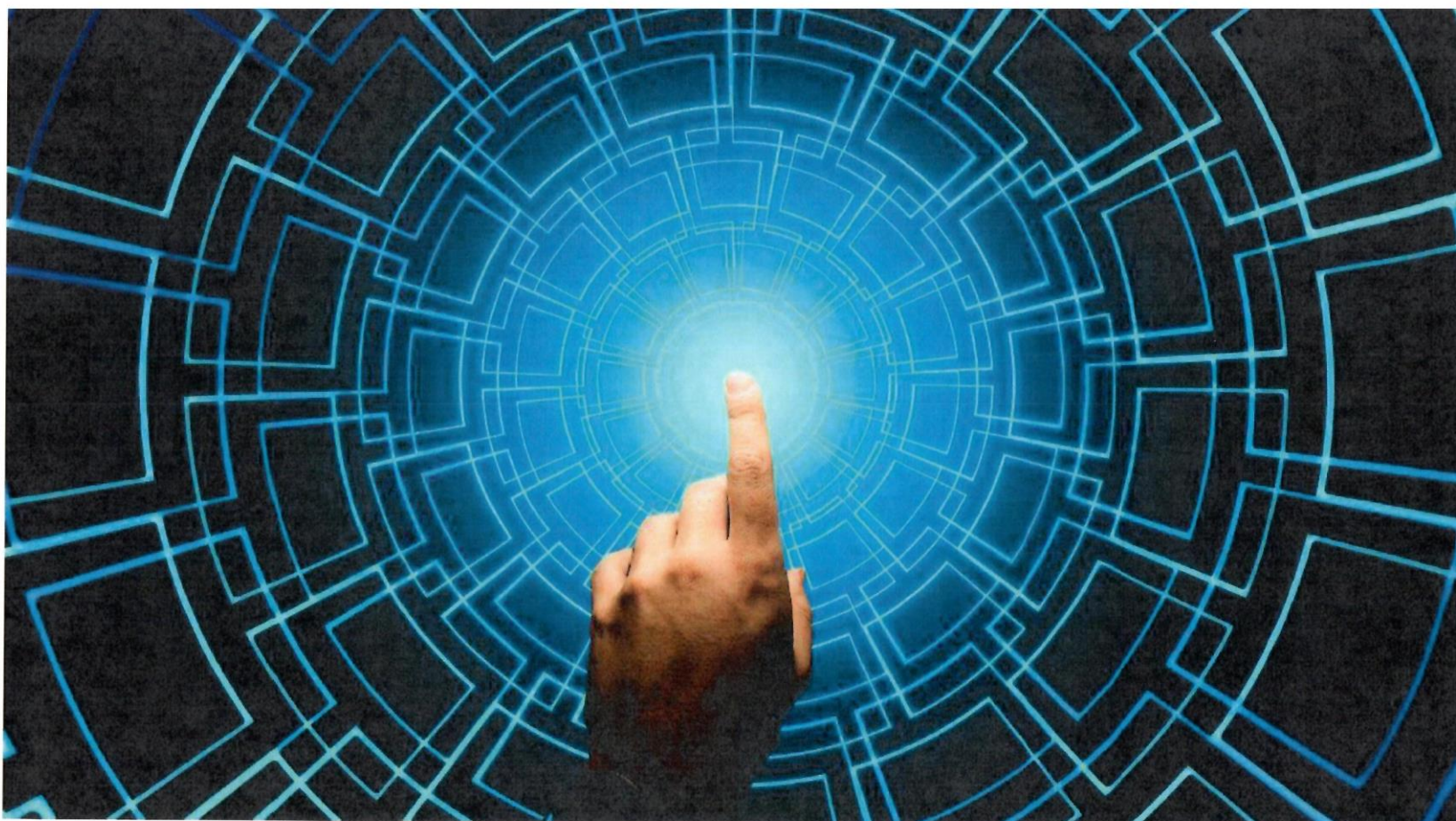
- **interaktivní mapu obce a okolí,**
- **turistické zajímavosti a tipy na výlety,**
- aktuality a pozvánky na události,
- prostor pro propagaci organizací na území obce,
- jízdní řády a informace o dopravě, atd.

K zachování navrhujeme pouze několik málo skříněk k vyvěšování plakátů a jiných vizuálně atraktivních materiálů.



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost

Efektivní veřejná správa v Kobeřicích u Brna
registrační číslo: CZ.03.4.74/0.0/0.0/18_092/0014648





Jak na sítě v obci

Sociální sítě už neodmyslitelně patří do každého účinného komunikačního mixu značky. To se týká nejen velkých měst, ale i menších obcí. Kobeřice u Brna už vstoupily na nejrozšířenější sociální síť Facebook vytvořením uzavřené skupiny pro její obyvatele, která plní funkci komunitního nástroje bez nutnosti pravidelné účasti zástupců obce. **Tento nástroj doporučujeme ponechat a ještě více zde rozvinout možnosti participace** (viz dále).

Sociální sítě však obci otevírají prostor pro to, aby důležité

a zajímavé informace dostávala nejen ke svým vlastním občanům, ale i k sekundárním cílovým skupinám, a v neposlední řadě se soustředila také na vlastní prezentaci a posilování image. **Oba tyto cíle ve stávající komunikaci obce postrádáme, a proto doporučujeme založit oficiální facebookové stránky obce.**

Stránka by plnila jinou funkci než skupina, nevyžadovala by každodenní frekvenci příspěvků, ani častou moderaci. Aby však byla atraktivní, zvýšily by se ale nároky na kvalitu a množství fotografií.

Skupina

Přispívá obec i občané

CS: místní obyvatelé

Důraz na participaci

Osobní (úzce vymezené publikum)

Ankety, organizace, události

Stránka

Přispívá jen obec

CS: turisté, okolní obce, místní obyvatelé

Důraz na sebe prezentaci

Neutrální (široké publikum)

Fotografie, zajímavosti, sdílení událostí



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost



I love Jižní Morava

Včera v 6:17 · 🌐

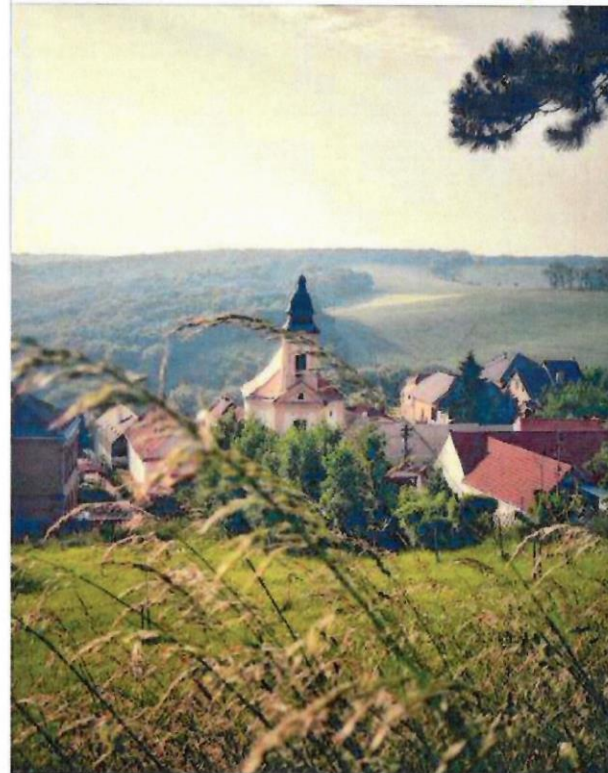
Podzimní čas se blíží. Tisíce barev, příroda se chlubi pestrou paletou a připravuje se na zimní spánek.
A co lidé? Zajímá nás vše okolo nás, nebo jsme tak sebestřední a řešíme jen své žabomyší spory. Příroda je věčná, jen my jsme smrtelní! Jsme si toho vědomí.
Odpověď je prostá: protože jsme se přírodu nenaučili rozumně užívat. ...
Albert Einstein



Pálava žije

16. června 2019 · 🌐

Ach, letní rána! Kdyby si je tak člověk mohl nabrat do zásoby 🙏🥰



👍🥰 189

2 komentáře 12 sdílení

Inspirace
pro FB
stránku



Webové stránky přehledně

Aby mohly webové stránky sloužit jako reprezentativní a přehledný zdroj informací o obci pro všechny cílové skupiny, **doporučujeme alespoň úpravu struktury, lepší práci s fotografiemi a aktivní využití potenciálu již vzniklých nástrojů jako kalendář akcí nebo newsletter**. Na místě by bylo také zvážit redesign webu.

Doporučujeme lépe odlišit informace pro obyvatele obce a její návštěvníky a těm také poskytnout širší obsah s tipy na výlety, akcemi apod. Může se jednat o stejný obsah dostupný na digitální úřední desce.

Za vhodné považujeme také **sjednotit velikost fotografií a funkčně rozlišit fotogalerii od ostatních podstránek**, které nyní také obsahují pouze obrázky, např. Hřiště a Sbor dobrovolných hasičů. Tyto podstránky mohou mít svou vlastní galerii, ale nemělo by se jednat o jediné dostupné informace.

Přihlášení k newsletteru se nyní objevuje pouze na třech místech na webu, v budoucnu je však možné jej řešit pomocí speciálního vyskakovacího prvku nebo atraktivního plovoucího objektu na

stránce. Pak bude také možné buď naprosto zrušit **kalendář akcí, jehož funkce obec nevyužívá, nebo jej naopak začít využívat, zapojit do jeho naplňování občany** (cvičení, prodej medu, apod.) a přidat možnost filtrování. V případě obou nástrojů je pak nutná osvěta na jiných komunikačních kanálech.

K zamyšlení je i změna podoby aktualit, kde navrhujeme:

- zvýraznit jejich pozici na homepage;
- používat kvalitnější fotografie;

- přejmenovat záložku „Událo se“ na „Aktuality“;
- zvážit podobu online nástěnky místo článků (oznámení jsou často ve formě obrázků).

Souhlasíme však se zachováním rozcestníku k dalším službám a institucím obce i archivu obecního zpravodaje.



Spokojenost tvoří participace

Žádná obec nemůže dobře fungovat bez přihlídnutí k tomu, co chtějí její obyvatelé, co je pálí na současném stavu a co si myslí o navrhovaných řešeních. **Proto je důležité dát jim nástroje k tomu, aby se mohli zapojit a podíleli se na rozhodování o otázkách obce a života v ní.**

Participace obyvatel se v současnosti odehrává pouze ve facebookové skupině, která ani není oficiálním komunikačním kanálem obce. Navíc zde dochází spíše ke komunikaci mezi občany navzájem než mezi občany a zástupci obce

a obec tento typ komunikace ani více nepodněcuje, výjimkou jsou občasně ankety týkající se kulturního dění. **Facebooková skupina je proto nyní spíše komunitním než participativním nástrojem.**

Doporučujeme zde participativní složku komunikace posílit. **Obec může častěji publikovat ankety a zapojovat občany do rozhodování o dílčích záležitostech obce.** Dále je možné pravidelně přicházet s tématy k diskusi nebo příspěvků ve skupině propojit s offline participativními

akcemi. Občané mohou například v diskusi ve skupině navrhnout, o jakých tématech by si rádi promluvili s vedením obce, a následně mezi předloženými návrhy hlasovat.

Vzhledem k velikosti obce není vždy nutné využívat pouze online nástroje. **Naopak může být daleko efektivnější pořádat diskuze s občany, setkání se starostou zaměřená na konkrétní témata a podobné akce,** které zdejšími obyvateli umožní vyjádřit se k otázkám, jež se bezprostředně dotýkají jejich života.

Na pravidelné akce tohoto typu se můžou přesunout veškeré neakutní podněty od občanů, které musí nyní starosta a další představitelé obce řešit operativně na úkor svých dalších povinností.

Inovativní způsob participace může představovat například online chat se starostou, ale fantazii se meze nekladou. Nabízí se také vyhlašování soutěží, díky kterým se může obec dostat k fotodokumentaci z významných událostí, aniž by ji musela zajišťovat z vlastních zdrojů (k využití například ve zpravodaji).



Signposty dobré komunikace

Při vytváření jakéhokoli sdělení je třeba myslet na to, aby informace v něm obsažené byly:

- **fakticky správné,**
- **úplné,**
- **vyvážené,**
- **objektivní.**

V obci, kde se prakticky všichni znají, může být snadné při komunikaci z pozice obce sklouzávat do příliš osobního tónu. Ačkoliv není nutné držet strohý a nijak emočně nezabarvený projev, autor by se měl vystříhat projekce vlastních vztahů, postojů a názorů.

Úplnost informace může znamenat například uvádění veškerých potřebných údajů ke konaným akcím (datum, místo, čas, apod.) nebo vyplňování všech kolonek při zveřejňování aktualit a jiných příspěvků na webových stránkách.

Nedílnou součástí sdělení jsou na většině užívaných kanálů také fotografie, jejichž kvalita a informační hodnota ovlivňují celkovou kvalitu příspěvku.

U fotografií, jiných obrazových materiálů či převzatých informací je pak nutné uvádět autora či zdroj.

Ve stávající komunikaci se daří brát zřetel na primární cílovou skupinu a její zájmy, nikoliv však na sekundární cílové skupiny, kterých se týkala také doporučení výše.