

Komunikační strategie společnosti Posázaví o.p.s.

Tato komunikační strategie stanovuje způsob distribuce informací a propagace činnosti společnosti a jejích partnerů směrem k veřejnosti

Cíle strategie

- Zaměříme se na veřejnost uvnitř i vně regionu (budeme rozesílat e-mailem tiskové zprávy do regionálních i celostátních médií, regionálních obecních a městských zpravodajů, informačních center a knihoven dle vytvořené databáze adres)
- Komunikační kampaň budeme realizovat v průběhu celého roku
- Zapojíme partnery regionu a Místní akční skupiny Posázaví do propagace regionu a realizace aktivit v rámci komunikačního plánu (stanou se tak hlasateli dobrých zpráv)
- Zajistíme propagaci partnerům a obcím z regionu (nabídneme jim pomoc s vytvořením tiskové zprávy a zpětně je budeme informovat o tom, kde byla zveřejněna)

Témata pro komunikaci

- Výjimečnost regionu Posázaví a Místní akční skupiny (MAS) Posázaví (MAS Posázaví patří z hlediska objemu peněz, které rozdělují z Leadru, k nejúspěšnějším v ČR, o peníze z Leaderu žádá v regionu velký počet subjektů, MAS Posázaví byla jako první certifikována ISO apod.)
- Aktivity partnerů – budeme psát o jejich akcích, aktivitách, úspěších i výročích
- Jak peníze pomáhají? – konkrétní případy lidí a organizací v regionu, jak jim peníze z grantu pomohly
- Jak se projevuje strategie MAS Posázaví v obcích?
- Regionální producenti, jejich výrobky a služby
- Kalendář akcí pořádaných v regionu
- Dobré zprávy z Posázaví (důraz na pozitivní informace z regionu)
- Cestovní ruch (zprávy o nových aktivitách místních podnikatelů v cestovním ruchu, o nových či obnovených službách, o nových propagačních materiálech v cestovním ruchu)
- Prezentace regionálních osobností – informace o lidech, kteří ve svém oboru něco dokázali, a mohou tak být příkladem pro ostatní
- Příklady dobré praxe napříč všemi subjekty a tématy

Formy veřejné prezentace	
<ul style="list-style-type: none">• Tiskové zprávy doplněné fotografiemi z akcí	<p>Jak? Zprávy o aktivitách společnosti Posázaví o.p.s. i regionu budeme posílat do všech regionálních médií (podle tématu i do celostátních), na internetové servery (Kudy z nudy, Toulavá kamera, Kam po Česku, Digináves), vybrané zprávy do obecních zpravodajů a informačních center</p> <p>Proč? Udržíme stálý tok informací směrem k veřejnosti</p> <p>Jak často? 2–3x měsíčně</p> <p>Kdo? PR manažerka</p> <p>Finance? Mzdové náklady</p>
<ul style="list-style-type: none">• Zvaní novinářů na akce Posázaví	<p>Jak? Budeme zasílat pozvánky novinářům na tiskové konference nebo prezentace projektů</p> <p>Proč? Navázat kontakt s novináři, poskytnout jim vyčerpávající informace</p> <p>Jak často? Průběžně podle důležitosti události</p> <p>Kdo? PR Manažerka</p> <p>Finance? Mzdové náklady</p>
<ul style="list-style-type: none">• Zpravodaj Posázaví	<p>Jak? Prostřednictvím vlastních zpráv i dopisovatelů budeme informovat o dění v regionu</p> <p>Proč? Zpravodaj se dostane k širokému okruhu čtenářů, vychází v nákladu kolem 2 500 ks</p> <p>Jak často? 3–4x ročně</p> <p>Kdo? PR manažerka</p> <p>Finance? Mzdové náklady, nákup služeb – grafika, DTP, tisk, poštovné</p>
<ul style="list-style-type: none">• Reklamní oznámení, spoty, inzerce	<p>Jak? Budeme informovat o akcích a událostech prostřednictvím Rádía Blaník, Benešovského deníku, středočeské přílohy Mladé fronty Dnes a Jiskry</p> <p>Proč? Jsou to regionální média se silným zásahem na veřejnost</p> <p>Jak často? Průběžně podle důležitosti události</p> <p>Kdo? PR manažerka, ředitelka Posázaví o.p.s.</p> <p>Finance? Nákup služby</p>
<ul style="list-style-type: none">• Veřejné setkání	<p>Jak? Veřejně přístupná diskuse k projektům (na zastupitelstvu obce, veřejných obhajobách projektů, seminářích)</p> <p>Proč? Podat informace širšímu okruhu obyvatel</p> <p>Jak často? Průběžně podle důležitosti a tématu</p> <p>Kdo? Zaměstnanci Posázaví o.p.s.</p> <p>Finance? Mzdové náklady</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Informace partnerům 	<p>Jak? Prostřednictvím tiskových zpráv a pravidelných zpráv</p> <p>Proč? Udržovat stálý tok informací i směrem k partnerům</p> <p>Jak často? 1x týdně</p> <p>Kdo? PR manažerka, ředitelka Posázaví o.p.s.</p> <p>Finance? Mzdové náklady</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Spolupráce s regionálními městskými a obecními knihovnami 	<p>Jak? Budeme jim zasílat tiskové zprávy i propagační materiály, které vydá společnost Posázaví o.p.s., svazky obcí i partneři</p> <p>Proč? Rozšířit okruh příjemců informací</p> <p>Jak často? Průběžně podle důležitosti</p> <p>Kdo? PR manažerka</p> <p>Finance? Mzdové náklady</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Setkání pracovníků regionálních informačních center 	<p>Jak? Formou schůzek, na nichž budeme informovat o novinkách v propagaci regionu, o nových službách či aktivitách</p> <p>Proč? Informační centra jsou důležitou spojnicí s obyvateli a návštěvníky regionu</p> <p>Jak často? 3–4x ročně</p> <p>Kdo? Ředitelka Posázaví o.p.s.</p> <p>Finance? Mzdové náklady</p>
Promo materiály	
<ul style="list-style-type: none"> • Propagační materiály s motivy Posázaví 	<p>Jak? Vyrobíme a budeme rozdávat propagační předměty s logem Posázaví (samolepky, trička, čepice, bloky, tužky, tašky a další)</p> <p>Proč? Jsou dobře využitelné jako ceny v soutěžích, drobné pozornosti. Vizualně propagují region</p> <p>Jak často? Průběžně podle potřeby</p> <p>Kdo? Ředitelka Posázaví o.p.s.</p> <p>Finance? Nákup služby</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Informační brožurky, letáčky 	<p>Jak? Vyrobíme letáčky a brožurky, které poskytnou informace o regionu a Místní akční skupině Posázaví, pro děti vydáme Posázavské kukátko aneb ...</p> <p>Proč? Poskytují informace o regionu a Místní akční skupině Posázaví, jsou využitelné na akcích Posázaví o.p.s. a jejích partnerů</p> <p>Jak často? Průběžně podle potřeby</p> <p>Kdo? PR manažerka, ředitelka Posázaví o.p.s.</p> <p>Finance? Mzdové náklady, nákup služeb – grafika, DTP a tisk</p>
Webové prezentace	
<ul style="list-style-type: none"> • www.posazavi.com 	<p>Jak? Pravidelná aktualizace vlastního webu je samozřejmostí</p> <p>Proč? Nabídneme návštěvníkům webu přehledné, aktuální informace</p> <p>Jak často? Průběžně</p> <p>Kdo? Zaměstnanci Posázaví o.p.s.</p> <p>Finance? Mzdové náklady</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Weby partnerů a spolupracujících subjektů 	<p>Jak? Budeme posílat tiskové zprávy ke zveřejnění také manažerům svazků obcí a spolupracujícím subjektům</p> <p>Proč? Rozšíří se tím okruh informovaných obyvatel</p> <p>Jak často? 2–3x měsíčně</p> <p>Kdo? PR manažerka</p> <p>Finance? Mzdové náklady</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Kalendář akcí 	<p>Jak? Pravidelně na vlastním webu aktualizovat přehled pořádaných akcí v regionu</p> <p>Proč? Nabídnout obyvatelům i návštěvníkům přehled kulturních, společenských a sportovních akcí v regionu Posázaví</p> <p>Jak často? Průběžně</p> <p>Kdo? PR manažerka</p> <p>Finance? Mzdové náklady</p>

Komunikační strategie společnosti Posázaví je platná od 1. 1. 2012.

Zpracovala Jaroslava Tůmová