

Komunikační strategie společnosti Posázaví o.p.s.

Tato komunikační strategie stanovuje způsob šíření 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 tištěných a elektronických 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 rozešleme ji médiím*)

Témata pro komunikaci

- Výjimečnost regionu Posázaví a Místní akční skupiny (MAS) Posázaví
- Aktivity partnerů – budeme psát o jejich akcích, aktivitách, úspěších i výročích
- Jak se vyplatí spolupracovat – konkrétní příklady projektů, na kterých spolupracuje více partnerů, priorita bude zaměřena na projekty bez dotační podpory
- Jak peníze pomáhají – konkrétní příklady lidí a organizací v regionu, jak jim peníze z dotací a grantů 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 – hlavní komunikační téma Rozmanitost zážitků v Posázaví
 - Zprávy o nových aktivitách místních podnikatelů v cestovním ruchu
 - Zprávy o nových či obnovených službách
 - Informace o nových propagačních materiálech v cestovním ruchu
 - Prezentace vodní a vodácké turistiky na řekách Vltava a Sázava
 - Prezentace aktivní turistiky ve vazbě na téma prezentace Czech Tourismu
 - Spolupráce na kampaních Středních Čech – Střední Čechy královské
- Místní akční plán vzdělávání – jaký má vliv na pedagogy, žáky i jejich rodiče
- Sociální služby – projekt terénních sociálních pracovníků
- 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

Nové komunikační kanály

- **Webové stránky**

V roce 2024 byl spuštěn nový vizuál turistických webových stránek www.posazavi.com (sekce tourist.posazavi.com). Zobrazení turistických dat je přehlednější a je také zohledněno zobrazení webu na tabletech a mobilních telefonech.

- **Turistická e-karta Posázaví v aplikaci Uneeqly na platformách Apple a Android**

V roce 2024 byla do ostrého provozu spuštěna e-karta Turistické oblasti Posázaví, která umí provést návštěvníka po turistických zajímavostech a doporučit jim také služby při jejich pobytu. Pro provoz regionální karty využíváme unikátní aplikaci Uneeqly, díky které propojujeme podnikatele a turistickou oblast s jejich zákazníky nebo turisty pomocí digitálních věrnostních programů a dalších inovativních nástrojů. Rozšiřujeme tak možnosti propojení nabídky s poptávkou a přispíváme k navázání, ke zkvalitnění a udržení vztahu se zákazníkem. Díky Uneeqly osloví podnikatelé více svých zákazníků a mohou s nimi budovat vztah napřímo, bez dalších skrytých nákladů. Propagační akce či sdělení jsou doručovány na mobilní telefony zákazníků.

<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, do obecních zpravodajů, knihoven, informačních a mateřských center</p> <p>Proč? Udržíme stálý tok informací směrem k veřejnosti</p> <p>Jak často? Průběžně</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, tištěný vychází v nákladu 2 000 až 4 000 ks</p> <p>Jak často? 3x ročně</p> <p>Kdo? PR manažerka</p> <p>Finance? Mzdové náklady, nákup služeb – grafika, DTP, tisk, poštovné</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Články do městských a obecních zpravodajů – například Benešov, Týnec nad Sázavou, Sázava, Bystřice, Netvořice ... 	<p>Jak? Prostřednictvím článků budeme pravidelně informovat o aktivitách Posázaví o.p.s. v městech a obcích</p> <p>Proč? Prohloubit informovanost veřejnosti o aktivitách Posázaví o.p.s.</p> <p>Jak často? Dle vydání jednotlivých zpravodajů</p> <p>Kdo? PR manažerka, ředitelka společnosti Posázaví o.p.s.</p> <p>Finance? Mzdové náklady</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Články do časopisů – například Dědictví Koruny české 	<p>Jak? Prostřednictvím článků budeme pravidelně informovat o aktivitách Posázaví o.p.s. i obcí a měst v Posázaví a partnerů – <i>témata dle zadání vydavatele</i></p> <p>Proč? Prohloubit informovanost veřejnosti o aktivitách v Posázaví</p> <p>Jak často? Průběžně</p> <p>Kdo? PR manažerka</p> <p>Finance? Mzdové náklady</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Reklamní oznámení, spoty, inzerce 	<p>Jak? Budeme informovat o akcích a událostech prostřednictvím Rádia BLANÍK, Českého rozhlasu a Benešovského deníku</p> <p>Proč? Jsou to regionální média se silným vlivem na veřejnost</p> <p>Jak často? Průběžně podle důležitosti události</p> <p>Kdo? PR manažerka, ředitelka společnosti Posázaví o.p.s.</p> <p>Finance? Mzdové náklady, nákup služeb</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Veřejná setkání 	<p>Jak? Veřejně přístupná nebo online diskuse k projektům (na zastupitelstvu obce, 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 společnosti Posázaví o.p.s.</p> <p>Finance? Mzdové náklady</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Setkání pracovníků a aktérů v cestovním ruchu 	<p>Jak? Formou schůzek nebo online setkání, na nichž budeme informovat o novinkách v propagaci regionu, o nových službách či aktivitách</p> <p>Proč? Aby si navzájem předali informace zajímavé pro obyvatele a návštěvníky regionu</p> <p>Jak často? Průběžně podle potřeby, 3K platforma 1x ročně</p> <p>Kdo? PR manažerka, ředitelka společnosti Posázaví o.p.s., manažerka pro cestovní ruch</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. 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"> • Propagační materiály s motivy Posázaví 	<p>Jak? Vyrobíme a budeme rozdávat propagační předměty s logem Posázaví (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? PR manažerka, ředitelka společnosti Posázaví o.p.s.</p> <p>Finance? Nákup služeb</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Informační brožurky, letáčky 	<p>Jak? Vyrobíme letáčky a brožurky, které poskytnou informace o regionu a MAS Posázaví a společnosti Posázaví o.p.s.</p> <p>Proč? Poskytují informace o regionu a MAS Posázaví a společnosti Posázaví o.p.s., jsou využitelné na akcích Posázaví o.p.s. a jejích partnerů</p> <p>Jak často? Průběžně podle potřeby</p> <p>Kdo? PR manažerka, ředitelka společnosti Posázaví o.p.s.</p> <p>Finance? Mzdové náklady, nákup služeb – grafika, DTP a tisk</p>
<p>WEBOVÉ PREZENTACE</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • tourist.posazavi.com (www.posazavi.com) 	<p>Jak? Nabídneme potenciálním návštěvníkům regionu i obyvatelům regionu přehledné, aktuální informace</p> <p>Proč? Pravidelná aktualizace vlastního webu je samozřejmostí</p> <p>Jak často? Průběžně</p> <p>Kdo? PR manažerka, manažerka pro cestovní ruch</p> <p>Kde? Datová spolupráce na webech turistických lokalit www.visitbenesov.cz a www.visitbenesov.com www.visitbystrice.cz a www.visitbystrice.com www.visittynece.cz a www.visittynece.com www.visitsazava.cz a www.visitsazava.com www.zlatemestojilove.cz a www.goldencityjilove.cz www.visitsenohraby.cz www.strednicechy.cz</p> <p>Finance? Mzdové náklady</p>
<ul style="list-style-type: none"> • firma.posazavi.com 	<p>Jak? Zveřejníme přehledné, aktuální informace o činnosti a hospodaření společnosti</p> <p>Proč? Průběžná aktualizace je zárukou otevřenosti</p> <p>Jak často? Průběžně</p> <p>Kdo? Vedoucí kanceláře</p> <p>Finance? Mzdové náklady</p>
<ul style="list-style-type: none"> • leader.posazavi.com 	<p>Jak? Podrobné a přehledné informace o aktivitách MAS Posázaví</p> <p>Proč? MAS je důležitým koordinátorem místního rozvoje</p> <p>Jak často? Průběžně</p> <p>Kdo? PR manažerka, manažerka pro SCLLD</p> <p>Finance? Mzdové náklady</p>
<ul style="list-style-type: none"> • www.cistarekasazava.cz • Facebook ČŘS 	<p>Jak? Zveřejníme informace o novinkách v projektu, prezentační a propagační aktivity</p> <p>Proč? Informace o projektu a navazujících aktivitách jsou důležité pro rozšíření povědomí a zapojení nových dobrovolníků a partnerů</p> <p>Jak často? Průběžně</p> <p>Kdo? PR manažerka, ředitelka společnosti, manažerka pro cestovní ruch a ČŘS</p>

	Finance? Mzdové náklady
<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? Průběžně</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 a sociálních sítích aktualizovat přehled pořádaných akcí v regionu, pozvánky budeme dále přeposílat na informační centra, do knihoven, mateřských center, obecních a městských zpravodajů a partnerům</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, administrativní pracovnice</p> <p>Kde? www.posazavi.com</p> <p>Kalendář akcí TO na webech měst a obcí</p> <p>Bystřice https://www.mestobystrice.cz/volny-cas/kalendar-akci/</p> <p>Jílové u Prahy https://www.jilove.cz/kalendar-akci.asp</p> <p>Týnec nad Sázavou http://www.mestotytec.cz/page.php?fp=kalendar</p> <p>Sázava https://www.mestosazava.cz/kalendar-akci.asp</p> <p>Senohraby https://www.visitsenohraby.cz/Kalendar/Events.aspx</p> <p>Městská knihovna Benešov https://www.knihovna-benesov.cz/kalendar-akci</p> <p>Městská knihovna Týnec nad Sázavou https://www.knihovnatytec.cz/kalendar-akci</p> <p>Hrad Týnec https://www.hradtytec.cz/kalendar-akci</p> <p>Aquapalace Praha v Čestlicích https://www.aquapalace.cz/uzitecne-informace/tic</p> <p>Střední Čechy https://www.strednicechy.cz/</p> <p>Export akcí do eKarty Posázaví – Uneeqly</p> <p>Restrukturalizace kategorií v Charakteru akce pro lepší definici typu akce především v jazykových mutacích. Definice bude zároveň sloužit jako klíčové slovo pro vyhledávače (SEO).</p> <p>Finance? Mzdové náklady</p>
SOCIÁLNÍ SÍŤ	
<ul style="list-style-type: none"> • Facebook @poznavameposazavi #posazavi #poznavameposazavi 	<p>Jak? Pravidelně na vlastním profilu aktualizovat přehled pořádaných akcí v regionu (vkládání a sdílení), informace o službách a turistických cílech. Příspěvky vždy s fotografií odpovídající příspěvku. Krátké komentáře 50–200 znaků. Využívání hashtagů #posazavi #poznavameposazavi #strednicechy</p> <p>Proč? Nabídnout obyvatelům i návštěvníkům přehled zajímavostí a novinek a inspirovat je k návštěvě či využití služeb</p> <p>Jak často? Průběžně</p> <p>Kdo? PR manažerka, manažer sociálních sítí</p> <p>Finance? Mzdové náklady, nákup služeb</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Instagram @poznavame_posazavi #posazavi #posazavidetem 	<p>Jak? Pravidelně na vlastním profilu @poznavame_posazavi prezentovat „příběhy“ – max 1,5minutová videa, přidávat také příspěvky s novinkami z regionu. Využívání hashtagů #poznavameposazavi a #posazavidetem (specifické příspěvky a příběhy zaměřené na rodiny s malými dětmi)</p> <p>Proč? Inspirovat obyvatele a další zájemce k návštěvě</p> <p>Jak často? Průběžně</p> <p>Kdo? PR manažerka, manažer sociálních sítí</p>

	Finance? Mzdové náklady, nákup služeb
<ul style="list-style-type: none"> • YouTube kanál • Multimediální studio Posázaví 	<p>Jak? Prezentační videa propagující komplex služeb a turistických cílů</p> <p>Proč? Udržíme stálý tok informací směrem k veřejnosti, další forma propagace regionu</p> <p>Jak často? Průběžně</p> <p>Kdo? PR manažerka, externí dodavatel</p> <p>Finance? Mzdové náklady, nákup služeb</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Uneegly – elektronická destinační karta Posázaví 	<p>Jak? Pravidelnou aktualizací informací na webu a sociálních sítí Posázaví, které se do aplikace Uneegly automaticky transportují, spolupráce s poskytovateli služeb na naplnění turistických cílů a akcí</p> <p>Proč? Inspirovat obyvatele a další zájemce k návštěvě</p> <p>Jak často? Průběžně</p> <p>Kdo? PR manažerka, manažer sociálních sítí</p> <p>Finance? Mzdové náklady, nákup služeb</p>

Komunikační strategie společnosti Posázaví je platná od 1. 1. 2026.

Zpracovala: Jaroslava Tůmová