



Komunikační strategie DSMOK

Dobrovolný svazek měst a obcí Kraslicka

*Projekt byl realizován v rámci projektu „Implementace nástrojů otevřeného úřadu pro DSMOK a jeho členské obce“,
reg. č.CZ.03.4.74/0.0/0.0/19_109/0016859,
spolufinancovaného z Evropského sociálního fondu.*

***Zpracovatel: M.C.TRITON, spol. s r.o.
únor 2021 – leden 2022***



ZÁKLADNÍ INFORMACE O MATERIÁLU

Projekt byl realizován pro Dobrovolný svazek měst a obcí Kraslicka (dále také „DSMOK“ nebo „svazek“) v rámci projektu „Implementace nástrojů otevřeného úřadu pro DSMOK a jeho členské obce“, reg. č. CZ.03.4.74/0.0/0.0/19_109/0016859, spolufinancovaného z Evropského sociálního fondu.

Průběh projektu:

- Únor – srpen 2021 (vlastní analytické šetření zpracovatele, řízené rozhovory se starosty, benchmark)
- Září 2021 (prezentace závěrů z analytické části na valné hromadě DSMOK)
- Září 2021 – leden 2022 (nastavení cílů a konkrétních řešení, proškolení vybraných zástupců svazku v práci s novými nástroji)

Cíl výstupu:

- Definovat současnou úroveň externí komunikace DSMOK vůči veřejnosti i dalším cílovým skupinám na základě analýzy komunikačních nástrojů.
- Nastavit strategické cíle komunikace DSMOK včetně konkrétních opatření/řešení, jak tyto cíle naplnit (se zaměřením na praktické využití a použitelnost v prostředí svazku i s ohledem na personální a finanční možnosti svazku).

Struktura výstupu:

- Východiska:
 - Přístup k řešení ze strany zpracovatele (jak chápat komunikaci, využití metody)
- Analýza současného stavu komunikace DSMOK
 - Analýza komunikačních nástrojů svazku (z hlediska jejich správy, obsahů komunikace a zaměření na cílové skupiny) a doporučení k nim
 - SWOT analýza (shrnutí v podobě silných a slabých stránek, příležitostí a hrozeb)
- Návrh komunikační strategie DSMOK
 - Definování cílů (dlouhodobé cíle, kterých má být dosaženo)
 - Opatření, kterými budeme dosahováno naplňování cílů (konkrétní řešení využitelná pro DSMOK)
 - Metriky hodnocení úspěšnosti naplňování cílů (jak hodnotit úspěšné naplnění cílů a opatření)

Zpracovatelský tým M.C.TRITON:

- Mgr. Kamil Papež, MPA (vedoucí realizačního týmu, papez@mc-triton.cz)
- Veronika Němečková

Na straně DSMOK se tvorby účastnili:

- Manažerka svazku DSMOK
- Starostové / starostky členských samospráv
- Ing. Jakub Ruml



DOBROVOLNÝ SVAZEK MĚST A OBCÍ KRASLICKA

DSMOK je tvořen 9 členskými samosprávami a zahrnuje aglomeraci o počtu cca 16 tis. obyvatel rozkládající se na území Karlovarského kraje, všechny členské obce se nacházejí na území bývalého okresu Sokolov.

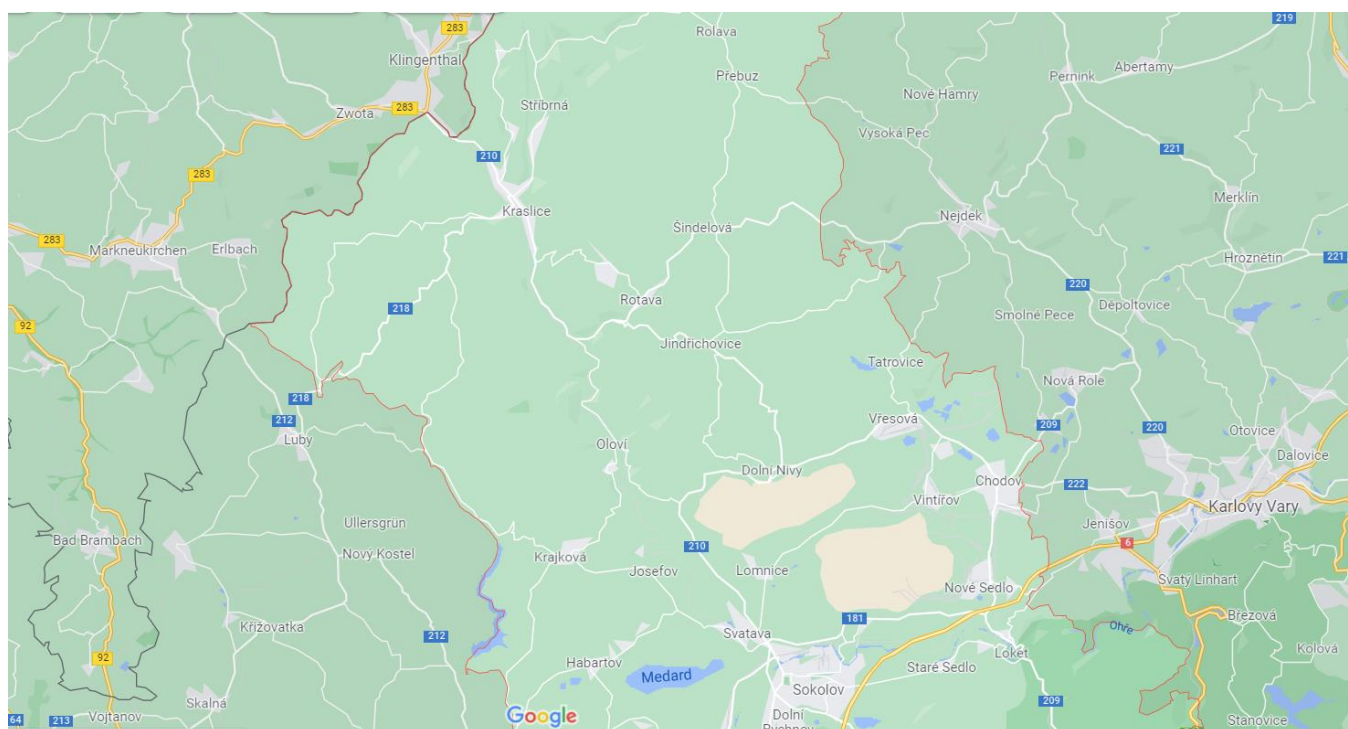
Členské samosprávy: Kraslice, Bublava, Stříbrná, Rotava, Přebuz, Jindřichovice, Oloví, Dolní Nivy, Josefov.

Na území DSMOK leží 1 obec s rozšířenou působností (ORP), kterou jsou Kraslice, pod které spadá (vč. Kraslic) 7 obcí. Zbylé 2 členské obce svazku (Dolní Nivy a Josefov) spadají pod ORP Sokolov.

Svazek se nachází na hranicích se Spolkovou republikou Německo.

Poznámka: Svazek obcí lze založit na základě Zákona o obcích č. 128/2000 Sb., který umožňuje samosprávám vytvářet dobrovolné svazky. Svazek je svou povahou právnickou osobou.

Obrázek 1: Mapa oblasti DSMOK



Historie svazku¹

Datem vzniku svazku je 3. listopad 1995, kdy se v Kraslicích sešlo devět starostů a oficiálně založili *Sdružení měst a obcí Kraslicka*. Prvotním podnětem se stalo řešení problémů kolem Městské nemocnice v Kraslicích. Později bylo nutné řešit nelehkou dopravní situaci v budoucím mikroregionu nebo otázku reformy státní správy.

Hlavním podnětem ke vzniku sdružení však byla možnost vstupu do Euregia Egrensis. Jedná se o sdružení, které podporuje přeshraniční spolupráci mezi českým a německým územím. To dále umožňuje vyšší pravděpodobnost získat dotace z fondů Evropské unie, snadnější spolupráci s německými partnery při rozvoji kulturních vztahů a turistiky a v neposlední řadě také lepší koordinaci projektů jednotlivých obcí - to jsou největší výhody tzv. mikroregionu, který se stal vzorem pro vznik všech dalších sdružení obcí v sokolovském okrese.

¹ Zdroj: Internetové stránky svazku, www.smokraslicko.cz/



OBSAH

ZÁKLADNÍ INFORMACE O MATERIÁLU	2
DOBROVOLNÝ SVAZEK MĚST A OBCÍ KRASLICKA	3
OBSAH	4
SEZNAM OBRÁZKŮ A TABULEK	5
1 VÝCHODISKA	6
1.1 DĚLENÍ KOMUNIKACE	6
1.2 OBLASTI KOMUNIKACE	6
1.3 LEGISLATIVNÍ RÁMEC KOMUNIKACE SVAZKU	8
1.4 VYUŽITÉ METODY PŘI ZPRACOVÁNÍ	9
2 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU KOMUNIKACE DSMOK	10
2.1 CÍLOVÉ SKUPINY KOMUNIKACE DSMOK	10
2.2 OBSAHY KOMUNIKACE DSMOK	13
2.3 ANALÝZA KOMUNIKAČNÍ NÁSTROJŮ DSMOK	14
2.4 PROCESY A PERSONÁLNÍ ZAJIŠTĚNÍ	18
2.5 SWOT ANALÝZA	19
3 NÁVRH KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE DSMOK	20
3.1 CÍLE A OPATŘENÍ	20
3.2 IMPLEMENTACE STRATEGIE DSMOK	32
3.3 NÁVRH AKČNÍHO PLÁNU	33
4 O ZPRACOVATELI – M.C.TRITON	34



SEZNAM OBRÁZKŮ A TABULEK

Seznam obrázků

Obrázek 1: Mapa oblasti DSMOK.....	3
Obrázek 2: Komunikační mix.....	6
Obrázek 3: Komunikační proces.....	8
Obrázek 4: Cílové skupiny komunikace	10

Seznam tabulek

Tabulka 1: Matice cílových skupin externí komunikace	11
Tabulka 2: Matice cílových skupin interní komunikace	13



1 VÝCHODISKA

1.1 DĚLENÍ KOMUNIKACE

Komunikaci lze v obecné rovině rozdělit na interní a externí.

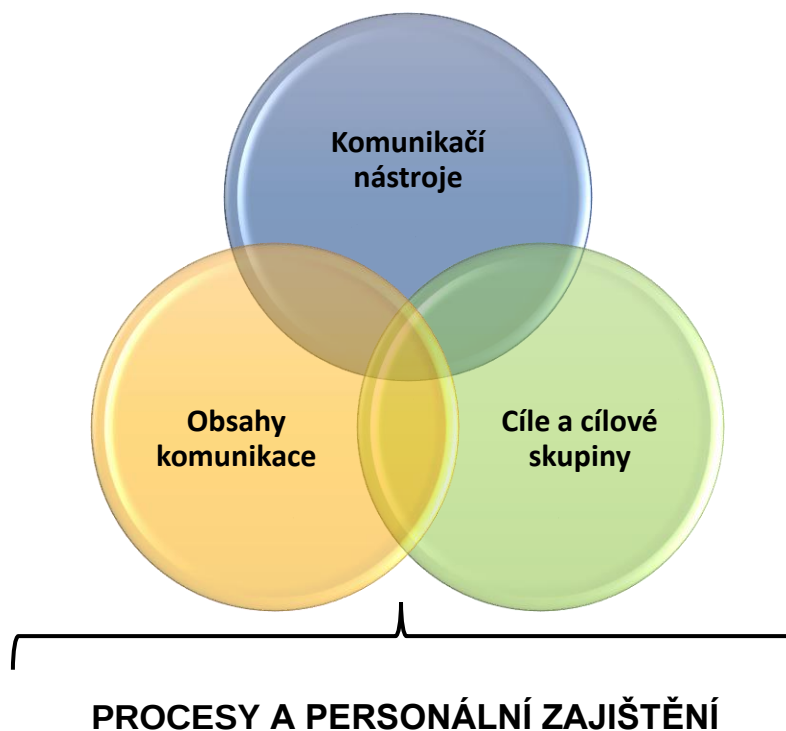
- Interní: Zaměřena na komunikaci dovnitř organizace (svazku). Jejím cílem je zajistit potřebné informace v potřebné kvalitě a za užití odpovídajícího počtu a kvality komunikačních nástrojů dovnitř
- Externí: Zaměřena na komunikaci navenek organizace (svazku). Jejím cílem je poskytnout potřebné informace široké veřejnosti a jasně určeným subjektům. Cílem může být prosté poskytnutí informací = informování nebo propagace aktivit, záměrů atp. organizace (svazku).

Komunikační strategie DSMOK je primárně zaměřena pouze na oblast externí, což vychází ze zadání projektu a také skutečnosti, že interní komunikace nebyla při přípravě projektů definována jako problémová.

1.2 OBLASTI KOMUNIKACE

Komunikace v organizacích (vč. dobrovolných svazků obcí) probíhá ve 3 provázaných oblastech:

Obrázek 2: Komunikační mix



Oblast komunikačních nástrojů a obsahů komunikace a zacílení na vybrané skupiny (příjemce komunikace) jsou neodmyslitelně spojeny - jedna bez druhé nemohou kvalitně fungovat a plnit svou roli. Při nastavování komunikační strategie neexistuje univerzální přístup, který by definoval, se kterou ze 3 zmiňovaných oblastí se má začít a dále na ni vázat postupy v rámci dalších oblastí. Obecně ovšem platí, že první by měly být stanoveny cíle (případně cílové skupiny) a na ně až vázat ostatní oblasti.

- Cíle a cílové skupiny = ČEHO chceme dosáhnout a KOMU to chceme komunikovat.
- Nástroje komunikace = ČÍM / JAK budeme sdělení komunikovat.



- Obsahy komunikace = CO budeme komunikovat.

Poznámka: Oblast procesů se týká specifickým způsobem všech oblastí.

1.2.1 Cílové skupiny komunikace svazku

V oblasti interní komunikace je cílová skupina jasně definovaná (starostové členských samospráv a manažerka svazku), u externí komunikace může být cílová skupina velmi široká, a je tak vždy na zvážení odpovědných osob za komunikaci, na koho přesně v rámci cílové skupiny bude komunikace zaměřena.

1.2.2 Komunikační nástroje svazku

Komunikační nástroj je prostředek, kterým se uskutečňuje přenos informací. Efektivní a úspěšná komunikace je založená na důvěryhodnosti, jasném sdělení (obsahu) a správném zvolení komunikačních nástrojů (kanálů) a znalosti cílové skupiny.

Nástroje komunikace volíme nejčastěji poté, kdy známe cílové skupiny a klíčová sdělení vzhledem k nim. V prostředí územních samospráv a jejich svazků jsou cílové skupiny z velké části jasně dané. Z toho důvodu bude celá komunikační strategie postavena (analýza i návrhová část) prioritně na práci a využívání komunikačních nástrojů.

1.2.3 Obsahy komunikace svazku

Obsahem komunikace je informace (sdělení). Obsah komunikace je proto stěžejním aspektem každé komunikace. Obsahy komunikace v tomto materiálu jsou zaměřeny na komunikaci svazku jako celku (nikoli komunikaci jednotlivých členských samospráv).

Obsahy komunikace jsou podmíněné rolí a posláním svazku a také přáním (co má být komunikováno) členských samospráv.

1.2.4 Komunikační procesy a personální zajištění svazku

Komunikační proces lze charakterizovat jako průběh komunikace krok po kroku (co je vstupem a výstupem; kdo do procesu vstupuje; jaké pomůcky jsou využívány). Komunikační proces a dodržování jeho principů je základním předpokladem fungování komunikace. Za každým procesem vždy stojí lidé, kteří ho musí vykonávat nebo do něj vstupují.

Komunikační proces se skládá z 5 atributů:

1. Sdělovatel² = osoba (může jít o skupinu, tj. více osob), která odesílá sdělení (informaci)
2. Sdělení³ = informace (zpráva / oznámení), která je sdělována a má vždy vlastní obsah a formu
3. Adresát⁴ = příjemce, kterému je sdělení určeno
4. Nástroj⁵ = prostředek, kterým je sdělení předáváno
5. Zpětná vazba = specifický nástroj, kterým dostává sdělovatel zpět informaci, že obdržel sdělení

² Používá se i termín odesílatel sdělení, komunikátor atd.

³ Používá se i termín zpráva, komuniké atd.

⁴ Používá se i termín příjemce, posluchač atd.

⁵ Používá se i termín kanál, prostředek pro zprávu atd.

Obrázek 3: Komunikační proces



1.3 LEGISLATIVNÍ RÁMEC KOMUNIKACE SVAZKU

1.3.1 Zákon o obcích

Existenci a základní fungování dobrovolných svazků upravuje zákon o obcích (128/2000 Sb.). Při zakládání svazku je třeba dodržet principy dle §49 uvedeného zákona. Z hlediska komunikace musí být svazek zapsán v rejstříku svazků, jako příloha musí být smlouva o vytvoření svazku a určení statutárních orgánů (dojde-li ke změně uvedených oblastí, je třeba je aktualizovat).

1.3.2 Zákon o rozpočtových pravidlech územních rozpočtů

Z pohledu komunikace svazku jsou v rámci tohoto zákona klíčové povinnosti týkající se rozpočtu a jeho zveřejnění. Konkrétně má svazek povinnosti zveřejňovat:⁶

- odst. 4) návrh střednědobého výhledu rozpočtu na svých internetových stránkách a na úředních deskách členských obcí,
- odst. 5) střednědobý výhled rozpočtu na svých internetových stránkách,
- odst. 6) návrh rozpočtu na svých internetových stránkách a na úředních deskách členských obcí,
- odst. 7) rozpočet na svých internetových stránkách,
- odst. 9) návrh závěrečného účtu včetně zprávy o výsledku přezkoumání hospodaření na svých internetových stránkách a na úředních deskách členských obcí
- odst. 10) závěrečný účet včetně zprávy o výsledku přezkoumání hospodaření na svých internetových stránkách a na úředních deskách členských obcí.

1.3.3 Zákon o přezkoumávání hospodaření územních samosprávných celků a dobrovolných svazků obcí

Tento zákon upravuje povinnost svazku v oblasti přezkumu hospodaření. Povinnosti svazku jsou stejné jako u obecních samospráv. Hlavní povinnosti plynoucí z uvedeného zákona jsou:⁷

- do 30. června každého kalendářního roku podat žádost na krajský úřad o provedení přezkoumání hospodaření nebo ve stejném termínu oznámit krajskému úřadu zadání přezkoumání auditorovi nebo auditorské společnosti (§ 4 odst. 1),

⁶ Zdroj: Zákona č. 250/2000 Sb., a Obec účtuje (<https://www.obecuctuje.cz/aktuality/1116>)

⁷ Zdroj: Zákon č. 420/2004 Sb.



- pokud se územní celek rozhodne zadat přezkoumání auditorovi, uzavře s ním písemnou smlouvu podle zákona o auditorech, tak by měl o jejím uzavření informovat krajský úřad, a to bez zbytečného odkladu, nejpozději však do 31. ledna následujícího roku (§ 4 odst. 7 a 8), a to bez ohledu na to, zda již má uzavřenou smlouvu na dobu neurčitou,
- v případě zadání přezkoumání auditorovi předá územní celek stejnopis zprávy o výsledku přezkoumání auditorem do 15 dnů po jejím projednání v orgánech obce/DSO přezkoumávajícímu orgánu, ve Vašem případě Krajskému úřadu Královéhradeckého kraje (§ 12 odst. 2),
- přijmout opatření k nápravě chyb a nedostatků uvedených v zápise z dílčího přezkoumání, a to bezodkladně poté, co byl s nimi seznámen podle § 6 odst. 1 písm. b), a podat o tom informaci, včetně informace o jejich splnění, přezkoumávajícímu orgánu při konečném přezkoumání (§ 13 odst. 1 písm. a)),
- přijmout opatření k nápravě chyb a nedostatků uvedených ve zprávě o výsledku přezkoumání hospodaření zpracované přezkoumávajícím orgánem, nebo auditorem a podat o tom písemnou informaci příslušnému přezkoumávajícímu orgánu, a to nejpozději do 15 dnů po projednání této zprávy spolu se závěrečným účtem v orgánech územního celku. Dále je územní celek povinen v této informaci uvést lhůtu, ve které podá příslušnému přezkoumávajícímu orgánu písemnou zprávu o plnění přijatých opatření, a v této lhůtě příslušnému přezkoumávajícímu orgánu uvedenou zprávu zaslat (§ 13 odst. 1 písm. b) a odst. 2).

1.3.4 Zákon o svobodném přístupu k informacím

Dle výkladu tohoto zákona je svazek obcí povinným subjektem ve smyslu ustanovení § 2 odst. 1 zákona č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím.⁸

1.4 VYUŽITÉ METODY PŘI ZPRACOVÁNÍ

METODA / NÁSTROJ	POPIS
Řízené rozhovory s vybranými zástupci členských samospráv	Rozhovory měly pevnou strukturu a byly zaměřeny na oblasti týkající se komunikace svazku navenek (co funguje, co je třeba zlepšit, jaké jsou příležitosti, jaké jsou představy o komunikaci svazku ze strany členských obcí apod.).
Workshop	Pracovní setkání se zástupci svazku (zjištění potřeb, představení závěrů, diskuze).
Analytické šetření	Analytická práce a interpretace získaných dat, studium podkladů týkající se komunikace svazku.
Sběr dobré praxe u jiných samospráv v ČR	Vlastní analytické srovnání vybraných komunikačních nástrojů z jiných svazků napříč ČR.
Explanace	Interpretace zjištění v kontextu možností svazku (finanční, personální).

⁸ Zdroj: Advokátní deník, link [zde](#)



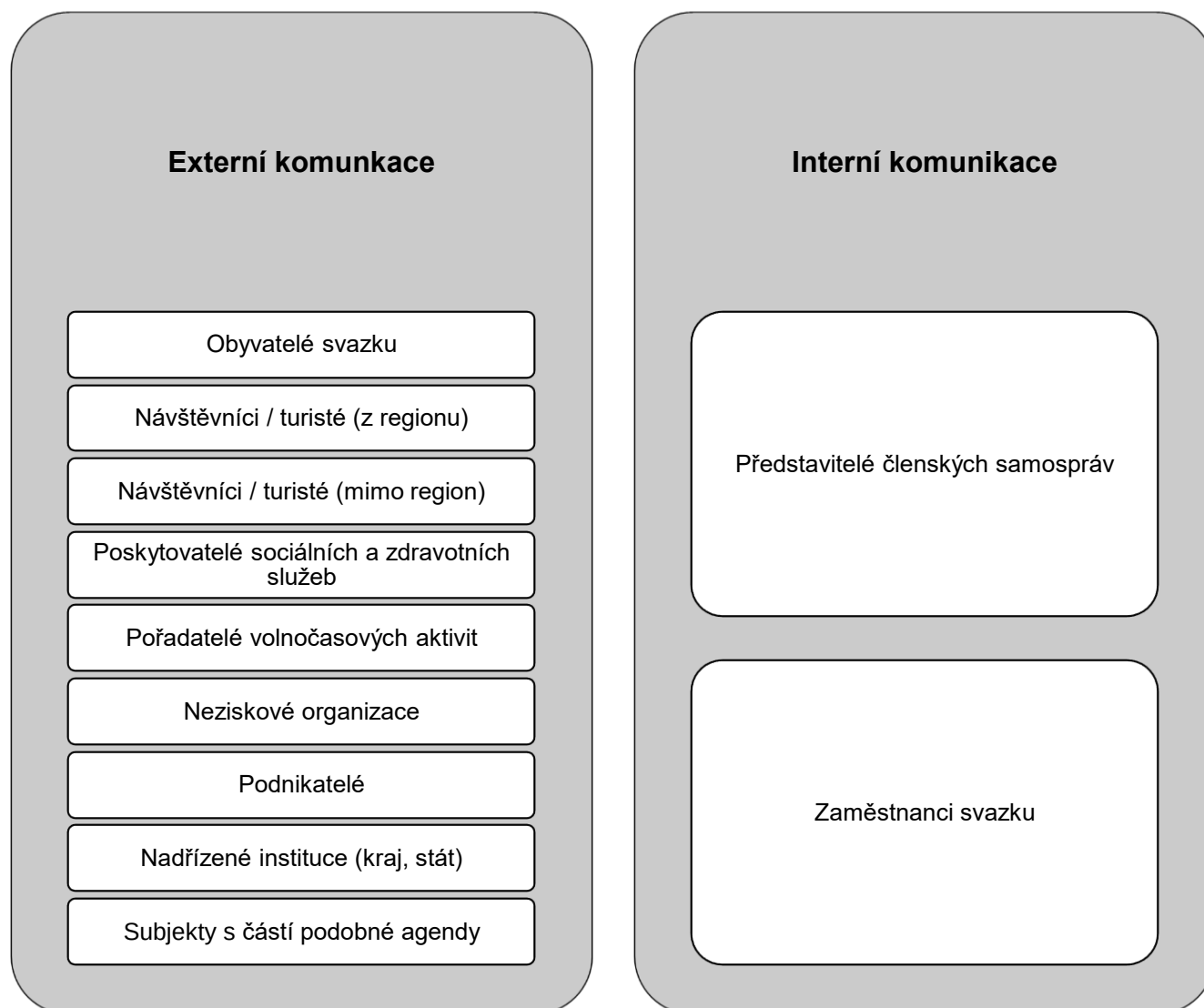
2 ANALÝZA SOUČASNÉHO STAVU KOMUNIKACE DSMOK

2.1 CÍLOVÉ SKUPINY KOMUNIKACE DSOMK

Komunikace DSMOK je v současné chvíli zaměřená na vybrané cílové skupiny externí komunikace spíše intuitivně (dělají se ad hoc řešení např. v podobě kategorií na internetových stránkách), což není a priori špatně.

Pro lepší kalibraci komunikace do budoucna je vhodnější jasně vydefinovat základní cílové skupiny komunikace, na které je poté možné mířit nová ale i stávající opatření.

Obrázek 4: Cílové skupiny komunikace





2.1.1 Matice cílových skupin

Matice cílových skupin se snaží jednoduchou formou strukturovat a popsat:

- cílové skupiny;
- komunikační nástroje, které jsou dnes pro komunikaci využívány;
- jaké typy informací by měly být dané skupině (nebo s danou skupinou) komunikovány;
- doporučení pro komunikaci s touto cílovou skupinou.

Tabulka 1: Matice cílových skupin externí komunikace

CÍLOVÉ SKUPINY	STÁVAJÍCÍ VYUŽÍVANÉ NÁSTROJE	CO KOMUNIKOVAT	DOPORUČENÍ
Obyvatelé svazku	Web	Z pohledu svazku by nemělo jít o snahu komunikovat duplicitně agendy členských samospráv. Tomu by měly být uzpůsobeny i obsahy na komunikačních platformách (nástrojích): Komunikovat povinné informace z hlediska nadřízených orgánů (financování).	Provést revizi internetových stránek. Zohlednit doporučení vycházející z této analýzy.
Návštěvníci / turisté (z regionu)	Web	Místa vhodná k navštívení v regionu. Zajímavosti v regionu. Tipy na výlety dle jejich náročnosti, délky (časové i fyzické). Fotografie z regionu, které představují výše uvedené. (Fotografie mohou dodávat sami návštěvníci nebo jinou možností je zajištění fotografií od některé z místních obcí, komunit nebo jednotlivců.)	Vytvořit na internetových stránkách sekci zaměřenou na turismus. (Ke zvážení je i sekce informující o restauračních a ubytovacích zařízeních jako součást turistické sekce). Rozvinout nástroj facebooku na komunikaci s touto cílovou skupinou – informace, tipy na výlety, fotografie apod. V případě dotačních titulů instalovat informační tabule v obcích.
Návštěvníci/ turisté (mimo regionu)	Web	Místa vhodná k navštívení v regionu. Zajímavosti v regionu. Tipy na výlety dle jejich náročnosti, délky (časové i fyzické). Fotografie z regionu, které ukáží výše uvedené. (Fotografie mohou dodávat sami návštěvníci nebo je možností zajištění fotografií od některé z místních obcí, komunit nebo jednotlivců.)	Vytvořit na internetových stránkách sekci zaměřenou na turismus. (Ke zvážení je i sekce informující o restauračních a ubytovacích zařízeních jako součást turistické sekce). Rozvinout nástroj facebooku na komunikaci s touto cílovou skupinou – informace, tipy na výlety, fotografie apod. V případě dotačních titulů instalovat informační tabule v obcích.



Poskytovatelé zdravotních a sociálních služeb	Web	Pokrytí služeb – prezentace poskytovatelů vůči veřejnosti. Zásadní sdělení – např. výluky nebo ukončení provozu zařízení (případně otevření zařízení či nových služeb).	Informace o těchto službách mohou pomoci obyvatelům regionu s dohledáním vhodných služeb. Možností je vytvoření samostatné sekce na webu. Podstatné je udržování aktuálních informací. Informace o těchto službách může nově poskytnout i nově vydávaný zpravodaj (pokud se pro něj svazek rozhodne).
Pořadatelé volnočasových aktivit	Web	Informace o akcích a volnočasových aktivitách.	Zde je důležité mít aktuální informace na webu svazku (konkrétně v kalendáři) – aktuální informace by měly garantovat členské obce, které by měly mít povolení sdílet informace z vlastního kalendáře do kalendáře svazku + část informací doplňuje některý ze zaměstnanců svazku. Do této aktivity musí být aktivně zapojeny i členské obce, které by měly informace o těchto akcích/aktivitách na svazek posílat, neboť je předpoklad, že informace mají první.
Neziskové organizace	Web	Informování o subjektech a jejich aktivitách v komunikačních nástrojích svazku. Informace o projektech pro tyto aktéry. Propagace aktivit těchto subjektů.	Doporučení stejného charakteru jako u poskytovatelů zdravotních a sociálních služeb.
Subjekty s částí podobné agendy	Web	Informace, které jsou společné s touto skupinou – vzájemné sdílení informací; propojení informací/sdílení, předávání know-how.	Nastavit komunikační procesy a kanály v komunikaci s těmito subjekty s cílem výměny informací, sdílení dobré praxe, sdílení příležitostí, řešení a koordinace společných aktivit. Jde především o: • Živý kraj - Destinační agentura pro Karlovarský kraj • Mikroregion Sokolov-Východ Možností je navázat komunikační vazby s jinými svazky nebo mikroregiony v okolních regionech (výměna informací, tipů, nápadů nebo tvorba společných aktivit).
Podnikatelé	Web	Informovat o podnikatelských subjektech v regionu.	Možností je propojení hlavně s oblastí cestovního ruchu.
Státní a krajské instituce	Web	Formální náležitosti v oblasti rozpočtu a financování. Formální náležitosti týkající se zákona o veřejných zakázkách	Komunikace podléhá zákonným nařízením. Bez doporučení – podstatné je pouze hlídat poskytování informací dle platné legislativy.



Tabulka 2: Matice cílových skupin interní komunikace

CÍLOVÉ SKUPINY	STÁVAJÍCÍ VYUŽÍVANÉ NÁSTROJE	CO KOMUNIKOVAT	DOPORUČENÍ
Představitelé členských samospráv	Osobní komunikace Telefon, email Valná hromada	Této skupině jsou obecně komunikovány interní informace týkající se chodu a fungování svazku. Dále jsou této skupině komunikovány dotační a jiné finanční možnosti.	Zachovat současný stav úrovně komunikace uvnitř svazku. Sdílení informací uvnitř svazku. Aktivní vyhledávání a servis v oblasti dotačních titulů ze strany zaměstnanců svazku.
Zaměstnanci svazku	Osobní komunikace Telefon, email Valná hromada	Částečná odpovědnost za komunikaci a správu komunikačních nástrojů svazku. Tématem pro tuto cílovou skupinu je především zajištění toho, aby měla aktuální informace a dařilo se jí vyhledávat potřebné novinky a trendy v oblasti komunikace, ale i chodu a řízení svazku.	Zachovat současný stav úrovně komunikace. Navázat spolupráci se zaměstnanci jiných důležitých partnerů jako jsou destinační agentury nebo jiné svazky. Rozvíjet dovednosti zaměstnanců svazku – školení, konference apod.

2.2 OBSAHY KOMUNIKACE DSMOK

Obsahy komunikace jsou ze strany svazku poměrně jasně dané a vycházejí z poslání svazku.

Obsahy komunikace se doporučuje do budoucna uzpůsobovat i cílovým skupinám a komunikačním nástrojům. Díky tomu, že bude jasné, komu dané věci komunikujeme a jakými prostředky, bude na základě toho možné i přesněji definovat co chceme komunikovat. Uvažování v této rovině pomůže při další komunikaci svazku i v lepší práci s komunikací obecně.



2.3 ANALÝZA KOMUNIKAČNÍ NÁSTROJŮ DSMOK

2.3.1 Internetové stránky svazku

Základní popis

Internetové stránky patří v době zpracování analýzy (r. 2021) k hlavním a stěžejním nástrojům komunikace svazku navenek.

Internetové stránky jsou spravovány manažerkou svazku.

V rámci projektu, z kterého je tvořena tato strategie budou nově vytvořeny i internetové stránky svazku. Níže uvedená interpretace proto poslouží především jako pomůcka tvůrcům nových webových stránek svazku.

Interpretace a doporučení

S ohledem na to, že v době tvorby analýzy nemají internetové stránky jiný doplňující nástroj (sociální sítě, zpravodaj apod.), který by o svazku rovněž informoval, jsou proto jediným relevantním nástrojem svazku v komunikaci navenek vůči cílovým skupinám (web slouží jako nástroj komunikace vůči všem cílovým skupinám!).

V kontextu toho lze současné internetové stránky zhodnotit jako nevyhovující. Níže uvedené náměty a doporučení mohou posloužit zpracovateli nového webu jako jeden z podkladů k nastavení nového webu DSMOK.

Cílové skupiny, na které by měl nástroj cílit: Všechny definované skupiny externí komunikace.

- **Vizuální podoba stránek:** Stránky působí nemoderně a zastarale. Doporučuje se vizuální podobu stránek výrazně změnit a více do jejich nové tvorby zapojit logo svazku a barvy, které logo využívá.

Uživatelsky nepřívětivě působí i jednotlivé sekce webu.

- **Přehlednost:** Stránky jsou poměrně přehledné. Nicméně je na nich poměrně velké množství záložek (karet) na horizontální (horní) liště i vertikální liště (vpravo). Některé nabízené oblasti jsou navíc prázdné nebo je na nich velmi málo informací. Některé jsou zase částečně duplicitní. Na stránkách je tak zbytečně velké množství nabízených pod-oblastí (karet).

Horní řádek a jeho kategorie:

- Záložka *Aktuality z Kraslicka*: Poslední aktualita je ze začátku r. 2021. Aktuality mají na internetových stránkách smysl tehdy, pokud jsou průběžně doplňovány a sdělují čtenářům něco praktického či zajímavého. Z tohoto důvodu se doporučuje sekci zrušit.
- Záložky *O mikroregionu* a *Obce mikroregionu*: Oblasti lze sloučit pouze do jedné, kde budou všechny informace o svazku, členských obcích nebo historie vč. příslušných dokumentů.
- Záložka *Fotografie*: Jsou zde pouze 2 fotografie. Ke zvážení je zachování smyslu této záložky. Jednak by bylo vhodnější doplnit větší množství fotografií z celého svazku (i z různých ročních období) a zároveň se nabízí možnost dát fotografie spíše pod oblast turistiky.
- Záložky *Napište nám* a *Kontakty*: Oblasti se doporučuje sloučit.

Lišta vlevo a její kategorie:

- Záložky *Akce na Kraslicku* a *Akce v okolí*: Doporučuje se obě oblasti sloučit. Možností je i úplné



zrušení a využití „pouze“ kalendáře.

Na webu jsou navíc dostupné informace o některých akcích pořádaných na Kraslicku. Nejde však o všechny pořádané volnočasové, kulturní nebo sportovní akce.

Tato rubrika včetně kalendářů by měla sloužit především místním obyvatelům, aby byli schopni na jednom místě nalézt informace o akcích pořádaných na Kraslicku nebo v blízkém okolí. Rovněž by mělo jít o sekci, kterou by mohli využívat pořadatelé akcí, aby na jednom místě dohledali, jestli nedochází ke kolizi jimi plánované akce s jinou.

- Záložky *Dobrovolný svazek měst a obcí Kraslicka* a *Významné dokumenty DSMOK* se doporučují zcela zrušit – jsou duplicitní k informacím v horní liště nebo by pod ně mohly být zařazeny. Tyto věci napomáhají k horší přehlednosti stránek.
- Záložka *Zdravotnictví*: Rubrika je určena především pro místní veřejnost. Výčet zdravotníků v rubrice lze hodnotit velmi pozitivně (na 1 místě je zde velký počet informací). Opětovným problémem je vizuální stránka rubriky.

Otázkou zůstává aktuálnost informací. Pro kvalitní správu by bylo vhodné tuto rubriku průběžně aktualizovat a doplňovat tak, aby informace v ní byly, pokud možno, aktuální.

Ke zvážení je rovněž doplnění této rubriky o oblast sociální, případně oblast školství. Svou povahou stejně jako u zdravotnictví jde o služby, které vysoce přesahují úroveň jedné obce / města.

- Záložka *Ubytování*: Z pohledu informování pro návštěvníky svazku (soukromá / turistická návštěva nebo pracovní) jde o dobrý nápad. Sekce ovšem není aktuální.

S touto sekcí by bylo vhodné spojit i oblast stravování (svazek by neměl hodnotit úroveň, ale poskytnout informace o tom, kde se mohou obyvatelé nebo návštěvníci najíst).

- Záložka *Turistika*: Stejně jako u ubytování jsou cílovou skupinou primárně turisté. Sekce působí nepřehledně, pouze jako výčet zajímavostí – člověk neznalý prostředí se ve výčtu velmi těžko orientuje a všechna uvedená doporučení jsou pro něj navíc velmi složitá na případné plánování.

V této sekci by bylo vhodnější lepší členění např. i s využitím grafických / vizuálních prvků (např. mapy).

Přínosné by jistě bylo nabídnout i turistické trasy a s tím spojené různé možnosti k navštívení (pomoci jim s tipy na výlety vč. náročností nebo časových dotací).

- Záložka *Výběrová řízení*: Rubrika je aktuální a je průběžně doplňována. Tuto záložku lze hodnotit pozitivně. Zůstává však otázkou (např. stejně jako u záložky zdravotnictví), jestli jde o část stránek, která je ze strany obyvatel svazku (případně přilehlých regionů) to správné místo, kam pro tento typ informací chodí a zda si ho zde vyhledávají.

Bylo by proto vhodné tuto podstránku propojit i s weby jednotlivých obcí – může jít o zajímavou synergii, která zvýší návštěvnost stránek jako celku a konkrétně této sekce, která může mít přínos pro místní obyvatele.

- Záložka *Katalog firem*: Rubrika se připravuje. Jde o dobrý nápad. Důležité ovšem bude udržovat aktuálnost této rubriky a také zajistit její návštěvnost (opět se nabízí vyšší míra propojení s weby členských obcí).

- Další nástroje webových stránek:

- Kalendář akcí: Existenci kalendáře jako nástroje na webových stránkách lze hodnotit pozitivně. Problémem ovšem zůstává jeho plnění a informace, které poskytuje. Po většinu času, kdy byla analýza prováděna kalendář totiž neposkytoval žádné informace.



Ukázka: Vizuální podoba stránek

Dobrovolný svazek měst a obcí Kraslicka

Vyhledat v textu Hledat

[Aktuality z Kraslicka](#) [O mikroregionu](#) [Obce mikroregionu](#) [Fotogalerie](#) [Napíšte nám](#) [Kontakty](#)

Je nutné nainstalovat Flash player

Akce na Kraslicku

Akce v okolí

Dobrovolný svazek měst a obcí Kraslicka

Významné dokumenty DSMOK

Zdravotnictví

Turistika

Ubytování

Katalog firem

Nabídky práce v regionu

O mikroregionu

Dobrovolný svazek měst a obcí Kraslicko se rozkládá na hranicích České republiky s Německem, konkrétně se spolkovou zemí Sasko. Oblast je zajímavým turistickým cílem nejen pro české turisty, ale také pro zahraniční. Důvodem turistické oblíbenosti je především neobyčejně krásná krajina Krušných hor, která zanechává nádherné zážitky v paměti návštěvníků.

Členy Dobrovolného svazku měst a obcí Kraslicka jsou Kraslice, Bublava, Stříbrná, Prebuz, Rotava, Jindřichovice, Oloví a Dolní Nivy.

Historie

Dattem vzniku svazku je **3. listopad 1995**, kdy se v Kraslicích sešlo devět starostů a oficiálně založili Sdružení měst a obcí Kraslicka. Prvotním podnětem se stalo řešení problémů kolem Městské nemocnice v Kraslicích. Později bylo nutné řešit nelehkou dopravní situaci v budoucím mikroregionu nebo otázku reformy státní správy.

Hlavním podnětem ke vzniku sdružení však byla možnost vstupu do **Euregia Forensis**. Jedná se o sdružení měst a obcí v rámci Evropské unie, které má za cíl zlepšovat životní podmínky v regionu.

Kalendář akcí

0 Listopad 2021 0

Po	Út	St	Čt	Pá	So	Ne
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	1	2	3	4	5

Nová oznámení

Ukázka: Oblast turismu

Webkamera meteorostanice v obci Sindelová

Krusné hory aktivně.cz
Aktuální stav běžeckých tras

Živý kraj

KARLOVARSKÝ KRAJ

sokolovsko
místní akční skupina o.p.s.

kam
posokolovsku.cz

Krásno, náměstí Nejsvětější Trojice.

Místo Sokolov
Typ Náměstí

Ve městě se nacházejí dvě náměstí. To větší je v mapě uvedeno s názvem Náměstí, to druhé je menší a nachází se v západní části města. Jedná se o poměrně malý prostor ve tvaru trojúhelníku a původně se...

[Více](#)

Výstava Luděk Míšek - Hmota v prostoru - prostor ve hmotě - Sokolov

Místo Sokolov
Typ Zajímavost

V kostele svatého Antonína Paduánského v Sokolově vystavoval Luděk Míšek - Hmota v prostoru - prostor ve hmotě. Výstava probíhala: 5.10. - 27.10.2020

[Více](#)

Krásno, středověká zvonice.

Místo Sokolov
Typ Památka

První, co člověka upoutá při vstupu do parku nad místním kostelem, je stará zvonice. Kdy byla postavena, je zahalen tajemstvím. Dá se uvažovat, že se tak stalo na přelomu 14. a 15. století. Nelze...

[Více](#)

Krásno, kostel sv. Kateřiny.

Místo Sokolov
Typ Kostel

Někdy ve 13. století se tady začalo s těžbou kovů. Osada se postupně rozrostla a Krásno se stalo královským horním městem. Došlo i na stavbu kostela, který se nyní nřímíná v...

Logo DSMOK

Společný projekt obcí Kraslicka a Sokolovska na předcházení vzniku odpadu

Společný projekt obcí Kraslicka a Sokolovska na předcházení vzniku odpadu. Projekt je zaměřen na zlepšení životního prostředí a snížení množství odpadu. Projekt je financován z evropských fondů a místních zdrojů.



2.3.2 Sociální síť

Sociální sítě nejsou v současné době využívány. Doporučuje se v první fázi zřízení facebookového profilu svazku, který bude zaměřen především na cílovou skupinu turistů (může jít o obyvatele na území svazku i mimo něj).

Cílové skupiny, na které by měl nástroj cílit: Návštěvníci / turisté

V době realizace projektu nemá svazek vlastní sociální síť (facebook, twitter, instagram apod.).

S ohledem na zjištění a doporučení u internetových stránek se doporučuje zřízení facebookového účtu svazku, který by byl prioritně zaměřen na informování související s turismem. Zde nemusí jít pouze o cílení na návštěvníky mimo region Kraslicka, ale i místní obyvatele.

2.3.3 Zpravodaj

O zřízení lokálního zpravodaje lze uvažovat po aktualizaci webových stránek a zřízení facebookového profilu svazku. Důležité je zvážit vhodnou formu (elektronicky, fyzicky) a zajistit personální kapacity odpovědné za obsah zpravodaje i nastavit procesy předávání a výběru informací do zpravodaje.

Cílové skupiny, na které by měl nástroj cílit: Občané členských obcí

V době realizace projektu nemá svazek vlastní zpravodaj. Vybrané členské samosprávy mají vlastní zpravodaj pro své obyvatele.

K dalšímu zvážení je možnost vytvoření zpravodaje svazku, který by shrnoval stěžejní informace týkající se života na úrovni celého svazku (přesahová témata – může jít o poskytované služby, ale i investiční záměry atp.).

Vzhledem k velikosti svazku i jeho finančním a personálním možnostem se doporučuje zvážit:

- Vydávání zpravodaje pouze elektronicky a např. na ½ roční bázi. Rozsahem může jít navíc o 1 – 2 A4, které přinesou pouze hlavní informace o svazku. Důležitým prvkem této případné varianty je zajištění dostupnosti zpravodaje na internetových stránkách svazku a všech jeho členských obcích.
- Tištěná varianta zpravodaje ve stejné časové dotaci vydávání i rozsahu jako u elektronické (možností jsou samozřejmě obě varianty), která bude přílohou již vydávaných zpravodajů např. 1x ročně (tisk na náklady členských obcí).
 - Zde je klíčový zajímavý obsah pro starosty/starostky a potenciálně občany.

2.3.4 Další komunikační nástroje

Další nástroje, kterými mohou být např. mobilní aplikace, mobilní rozhlas na úrovni svazku, TV vysílání apod. nejsou v tuto chvíli využívány, ani se nejeví aktuálně jako vhodné k doporučení.

Svazek by se měl na následující období zaměřit především na 3 výše uvedené nástroje, jejich rozvoj, případně založení a zlepšování.

Chce-li svazek uvažovat o nových komunikačních nástrojích, mělo by jít o nástroje, které nebudou vyžadovat správu nebo obsluhu ze strany svazku. Takovými nástroji mohou být např. informační tabule v členských obcích nebo jiné statické/fyzické nástroje, které nebudou vyžadovat obsluhu.



V současné době se volba jiných nástrojů, které by vyžadovaly obsluhu nebo údržbu (mimo těch uvedených výše) nedoporučuje.

Do budoucna je potřeba sledovat aktuální trendy. Ke zvážení je také například zavedení nových nástrojů jako součást stávajících komunikačních nástrojů – webu, potenciálně sociální sítě. Další možností jsou nástroje v oblasti podpory turismu (např. informační tabule apod.)

Pro podporu komunikace v jednotlivých členských obcích se doporučuje sledovat dotační podporu přes svazek k pořízení elektronických úředních desek.

2.4 PROCESY A PERSONÁLNÍ ZAJIŠTĚNÍ

Současné personální zajištění komunikace svazku má na starosti manažerka svazku. Tato pozice má především na starosti organizační řízení a fungování svazku.

V případě, že se DSMOK rozhodne komunikaci uchopit jako svůj integrální nástroj, je nezbytné zajistit rozvoj dovedností manažerky svazku v oblasti komunikace. Dále v souvislosti s tím nastavit vybrané vnitřní procesy, které se budou týkat komunikace a správy komunikačních nástrojů. Jde především o nutnost:

- Dodávat potřebné informace na nový web – aktualizace informací z členských obcí, o kterých informuje svazkový web.
- Dávat informace (fotografie, videa apod.) na sociální sítě (facebookový profil).
- Dodávat informace do společného zpravodaje.
- Zajistit provázání webových stránek členských samospráv s webem svazku.
- V případě potřeby zajistit nákup externích služeb.



2.5 SWOT ANALÝZA

S	VNITŘNÍ SILNÉ STRÁNKY
1	Deklarovaná a realizovaná snaha o rozvinutí komunikace na úrovni svazku – příprava komunikační strategie, příprava nových internetových stránek, nákup elektronických úředních desek.
2	Personální zajištění v podobě manažerky svazku.
3	Snaha i před úplnou rekonstrukcí webu provést dílčí úpravy internetových stránek.

O	VNĚJŠÍ PŘÍLEŽITOSTI
1	Dotační tituly na úrovni EU, kraje i přeshraniční spolupráce.
2	Rozvoj turismu a potřebné infrastruktury na Sokolovsku a Karlovarsku.
3	Spolupráce s Destinační agenturou Karlovarského kraje – sdílení / výměna informací, společné aktivity.

W	VNITŘNÍ SLABÉ STRÁNKY
1	Zastaralé internetové stránky svazku.
2	Pouze 1 významný komunikační nástroj – internetové stránky. Chybí další komunikační nástroje, které by zasáhly i jiné cílové skupiny.
3	Omezené vlastní finanční prostředky svazku v oblasti podpory a rozvoje komunikace (závislost v oblasti komunikace spíše na externích zdrojích – dotačních titulech).

T	VNĚJŠÍ HROZBY
1	Špatná reputace regionu Sokolovska / Karlovarska.
2	Špatná dostupnost – spoje, infrastruktura do regionu Kraslicka.
3	Nedostatečná infrastruktura služeb (ubytování, pohostinství atp.) na území Kraslicka.



3 NÁVRH KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE DSMOK

Komunikační strategie DSMOK je tvořena ve 3 úrovních:

1. Definované základní strategické cíle, kterých chceme dosáhnout (jejich základní popis a související náležitosti).
2. Návrh opatření vedoucích k naplnění cílů.
3. Detailní popis vybraných opatření.

3.1 CÍLE A OPATŘENÍ

Každý strategický cíl je charakterizován v podobě popisu cílů, dále prostřednictvím důvodů a cílových hodnot (čeho bude dosaženo). Tato komplexní charakteristika slouží k základnímu pochopení filosofie a smyslu daného cíle.

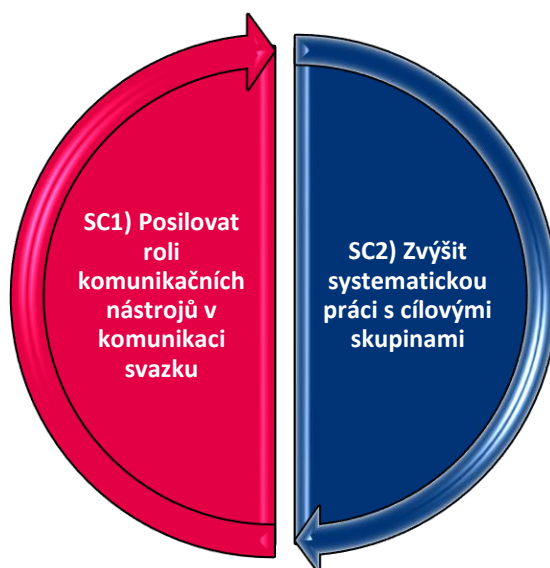
U každého strategického cíle je dále uvedena matice vlivu, která identifikuje vnější a vnitřní faktory, které mají pomoci k naplnění cíle nebo jeho naplnění brání. Tato matice slouží především pro osoby odpovědné za plnění cíle k tomu, aby věděli o identifikovaných rizicích i aspektech, které mohou naplnění cíle podpořit.

Stanovený cíl je vždy nutné naplnit prostřednictvím konkrétních opatření. Jde vždy o sadu opatření, která má své dílčí termíny plnění, cílové skupiny, na které jsou zaměřené a rovněž jsou u nich stanoveny priority.

U priorit opatření rozlišujeme:

- Realizace – Priorita 1 = opatření je doporučeno k realizaci a z hlediska naplnění by mělo jít o prioritní opatření, na které jsou věnovány finanční i personální kapacity svazku. Tato opatření tvoří základ k naplnění daného cíle.
- Realizace – Priorita 2 = opatření je doporučeno k realizaci, ale z hlediska prioritizace řešení by měly přijít na řadu ve druhém sledu, tj. po vyřešení nebo zahájení řešení priorit č. 1. Také může jít o opatření, která navazují na prioritu č. 1 a tím pádem je nutné počkat s jejich zahájením.
- Zásobník = opatření není v tuto chvíli doporučeno k realizaci. Realizace není možná z časových nebo finančních důvodů (svazek nedisponuje prostředky na realizaci nebo se čeká na vhodný dotační titul).

3.1.1 Návrh strategických cílů





3.1.2 Strategický cíl 1) Posilovat roli komunikačních nástrojů v komunikaci svazku

3.1.2.1 Charakteristika cíle

Popis cíle:

Komunikační nástroje patří v současné chvíli (v době zpracování Strategie) k oblasti, která si žádá největší úpravy a změny. Svazek v době zpracování strategie využívá pouze Internetové stránky, které mají velké rezervy.

V této oblasti se tak pro svazek naskýtají možnosti, jak ji velmi výrazně posunout. Velkou výhodou je, že část konkrétních opatření bude realizována v rámci projektu z OP Zaměstnanost.

Důvody:

- Nevyhovující stav současných internetových stránek.
- Zvýšit počet nástrojů v komunikačním mixu, ale s respektem k současným personálním kapacitám svazku.
- Potřeba posílit komunikaci svazku vůči cílovým skupinám.

Cílová hodnota:

- Aktualizované internetové stránky svazku odpovídající potřebám svazku a cílových skupin.
- Zavedení nových komunikačních nástrojů a jejich využití.

Matice vlivu:

	Co brání dosažení cíle	Co podporuje dosažení cíle
Vnější vliv	Zastavení dotačních podpor pro svazky obcí na projekty v oblasti komunikace a strategického řízení obecně	Dotační tituly na národní i evropské úrovni
Vnitřní vlivy	Nezájem zástupců svazku o nové nástroje	Podpora členů svazku k rozvoji komunikačních nástrojů
	Přílišná závislost na externím financování	Finanční podpora k rozvoji komunikačních nástrojů ze strany členských obcí
	Nízká podpora zástupců svazku manažerovi svazku nebo neposkytnutí spolupráce /součinnosti	Zvyšování dovedností manažera svazku ve správě komunikačních nástrojů
	„Nezachycení“ vhodných dotačních titulů	Propojení komunikačních nástrojů členských obcí s komunikačními nástroji svazku
	Znalosti, dovednosti správce komunikačních nástrojů	



3.1.2.2 Konkrétní opatření

Navržený seznam opatření, termíny opatření, cílové skupiny a prioritizace:

Návrh opatření	Termín plnění	Cílové skupiny	Priorita
SC1.O1) Modernizace internetových stránek svazku	02 – 04/2022	Všechny cílové skupiny	Realizace – Priorita 1
SC1.O2) Proškolení interního týmu v práci s novými internetovými stránkami	04/2022	Zaměstnanci svazku	Realizace – Priorita 1
SC1.O3) Vytvoření nové facebookové stránky svazku	11/2022	Obyvatelé svazku Návštěvníci / turisté (mimo region i z regionu) Pořadatelé volnočasových aktivit	Realizace – Priorita 1
SC1.O4) Proškolení interního týmu v práci se sociálními sítěmi	11/2021 – 01/2022 Poté 1x ročně	Zaměstnanci svazku	Realizace – Priorita 1
SC1.O5) Rozhodnutí, zdali svazek bude vydávat vlastní elektronický zpravodaj	06/2022	Představitelé členských samospráv Zaměstnanci svazku	Realizace – Priorita 2
SC1.O6) V závislosti na rozhodnutí O5 příprava prvního vydání zpravodaje	9 – 10/2022	Obyvatelé svazku Poskytovatelé sociálních a zdravotních služeb Pořadatelé volnočasových aktivit Neziskové organizace	Realizace – Priorita 2
SC1.O7) Zavedení informačních tabulí v členských obcích svazku pro turisty	Bez termínu	Návštěvníci / turisté (mimo region i z regionu)	Zásobník
SC1.O8) Přes svazek podporovat rozvoj komunikačních nástrojů jednotlivých členských samospráv	Průběžně	Představitelé členských samospráv	Realizace – Priorita 1



3.1.2.3 Popis vybraných opatření

Tato kapitola detailněji popisuje vybraná opatření, která jsou doporučena k zavedení. (Nejde o popis všech opatření, ale těch, kde je nutné pro svazek blíže specifikovat, co je opatřením myšleno – tento popis má pomoci při implementaci opatření do života.)

VYTVOŘENÍ NOVÝCH WEBOVÝCH STRÁNEK SVAZKU A SOUVISEJÍCÍ OPATŘENÍ

Popis a doporučení

Zpracovatel může využít zjištění/doporučení z analytické části toho dokumentu.

Plus jsou ze strany zpracovatele Strategie uvedeny další níže uvedená doporučení, která by měla být zohledněna:

- V případě tvorby nových internetových stránek je potřeba ošetřit pravomoc a s tím související procesní opatření, respektive kdo bude za aktualizaci informací na webu odpovědný a kdo bude mít jaké přístupy.

V této věci by největší smysl dávalo, aby hlavní správcovské přístupy měl manažer svazku a vybraný zástupce samosprávy (v případě např. nemoci manažera atd.).

Zástupcům členských obcí/měst by bylo vhodné dát přístupy do sdíleného kalendáře, do kterého by mohli dávat jasně určené informace (zde je potřeba propojit kalendáře webů členských samospráv s kalendářem svazku – informace by se automaticky překlápěly = došlo by tak k tomu, že by veškerá odpovědnost za aktuálnost informací nebyla pouze na manažerovi svazku).

- U stránek je vhodné průběžně sledovat jejich návštěvnost (na jaké rubriky/kategorie návštěvníci chodí, co je zajímavé).

V případě vytvoření sociálních sítí svazku poté vybrané oblasti webu „provazovat“ právě se sociálními sítěmi. Nástroje se tak mohou doplňovat.

- Dát na nové webové stránky možnost vyhledávání (nejčastěji znak lupy), které umožní na základě zadaných slov vyhledat potřebné informace přímo na webu bez nutnosti hledání.
- Je nezbytné se po tvorbě nového webu domluvit s členskými samosprávami, aby každá obec měla na svých stránkách odkaz na stránky svazku, případně jasně dané odkazy na konkrétní rubriky, které obec/město nechťejí nebo nemohou řešit (může jít o přesahová regionální témata – zdravotnictví, sociální věci apod. nebo témata, která je obecně vhodnější řešit na úrovni regionu – turismus, služby, nabídky práce apod.).
- K podpoře turismu je možné vytvářet videa. Musí být však zvážena nákladnost takových videí a jejich reálný přínos. Video by navíc měla přínos, pokud by byla propagována i na jiných platformách než jen internetových stránkách svazku.
- Vytvořit interaktivní mapu míst a výletů na Kraslicku včetně možnosti plánování (nebo propojení mapy s již existujícími možnostmi např. Mapy.cz).
- Zajistit, aby ve vyhledávání v prohlížečích byly internetové stránky svazku (nové po aktualizaci) na předních příčkách ve vyhledávání.
- Vytvořit interní část internetových stránek pouze pro členské samosprávy svazku – možnost sdílení podkladů na valnou hromadu, informace o dotačních příležitostech apod.
- Propojit/provázat internetové stránky svazku s jednotlivými weby členských obcí/měst tím, že na webových stránkách všech členů svazku bude i jasně viditelný odkaz na stránky svazku.

Rovněž je potřeba zajistit proškolení zaměstnanců svazku v práci s internetovými stránkami (ze strany dodavatele webových stránek).



Cílová hodnota

1. Modernizované internetové stránky.
2. Proškolení v práci s novými webovými stránkami – osvojení si práce s nástrojem ze strany interního týmu svazku.
3. Zajištění údržby stránek.
4. Jasné určení rolí a odpovědností při správě nástroje.

Finanční náklady za DSMOK

Jednotky tisíc Kč (tvorba je z 95 % pokryta z dotace)

VYTVOŘENÍ FACEBOOKOVÉHO PROFILU SVAZKU A SOUVISEJÍCÍ OPATŘENÍ

Popis a doporučení

Založit a spravovat facebookový profil svazku, který bude svou komunikací zaměřen především na volnočasové a turistické aktivity.

Z pohledu správy a rozvoje kanálu je potřeba dodržovat daná pravidla a zajistit efektivní správu daného nástroje. K zajištění těchto věcí by mělo pomoci proškolení interního týmu svazku v práci s tímto nástrojem (bude provedeno v rámci projektu, ze kterého je tvořena Komunikační strategie).

Dodržovat pravidla práce s facebookovým profilem – Pravidla byla vytvořena jako samostatný dokument, který je přílohou tohoto výstupu.

Cílová hodnota

1. Založení facebookového profilu svazku.
2. Vytvořený návod na správu facebookového profilu.
3. Proškolení interního týmu svazku v práci s tímto kanálem.

Finanční náklady za DSMOK

Jednotky tisíc Kč (realizace je z 95 % pokryta z dotace v rámci tvorby Komunikační strategie)



ZPRAVODAJ SVAZKU

Popis a doporučení

Vedení svazku musí v prvním kroku rozhodnout, zdali má o zpracování zpravodaje zájem.

Zpravodaj se doporučuje vydávat 1x ročně (v případě časových možností i zájmu ze strany členských samospráv je možné vydávání 2x ročně).

Zpravodaj by měl informovat především o následujícím:

- Novinky ve svazku a jeho rozvoji
- Záměry svazku v oblasti podpory specifických cílových skupin nebo vůči členským obcím

Příklad dobré praxe:

DSO Chomutovsko, odkaz níže:

https://www.dso-chomutovsko.cz/e_download.php?file=data/editor/120cs_14.pdf&original=10-2021_ZPRAVODAJ-CHOMUTOVSKO%20.pdf

Cílová hodnota

1. Vydávání zpravodaje 1x ročně.
2. Zveřejnění zpravodaje na všech internetových stránkách členských obcí (vč. svazku).

Finanční náklady za DSMOK

V případě obsazení pozice manažera svazku zajistí přípravu manažer.

Náklady v řádu jednotek tisíc Kč je možné vyčlenit na grafickou úpravu zpravodaje, zalomení textu atp.

INFORMAČNÍ TABULE A INTERAKTIVNÍ MAPA

Popis a doporučení

V každé obci vytvořit informační tabule s mapou a zajímavými informacemi o obci a jejím okolí + v mapě zvýraznit i další informační tabule.

Informační tabule je poté možné propojit s informacemi na webu svazku nebo s informacemi na facebooku.

U tohoto opatření je možné počkat, zdali bude podpořeno některým z dotačních titulů.

Cílová hodnota

1. Informační tabule ve všech členských obcích.
2. Propojení informačních tabulí s webem.

Finanční náklady za DSMOK

Jednotky desítek tisíc Kč v případě financování z dotačního titulu.



PŘES SVAZEK PODPOROVAT ROZVOJ KOMUNIKAČNÍCH NÁSTROJŮ JEDNOTLIVÝCH ČLENSKÝCH SAMOSPRÁV

Popis a doporučení

Prostřednictvím dotačních titulů a grantů, které bude možné čerpat na úrovni svazku, podpořit rozvoj komunikačních nástrojů v členských obcích (může jít o elektronické úřední desky, internetové stránky, jiné SW a HW nástroje).

Cílová hodnota

1. Elektronické úřední desky ve všech obcích svazku (1 obec = min. 1 el. úřední deska).
2. Nové (nebo modernizované stávající) komunikační nástroje v členských obcích svazku.

Finanční náklady za DSMOK

Bude nutné specifikovat dle potřeby členských samospráv a daného dotačního titulu.



3.1.3 Strategický cíl 2) Zvýšit systematickou práci s cílovými skupinami

3.1.3.1 Charakteristika cíle

Popis cíle:

Tento cíl je zaměřen na posílení práce s interními i externími cílovými skupinami. Většinou jde o opatření tzv. měkkého charakteru, které spočívají v zajištění nebo sdílení informací, spolupráce atd. Podpurným prvkem takových řešení mohou být i konkrétní nové nástroje.

Důvody:

- Zapojit do rozvoje a komunikace svazku různorodé cílové skupiny externí komunikace.
- Zvyšování dovedností zaměstnanců jako interní cílové skupiny.

Cílová hodnota:

- Komunikace cílená na vybrané cílové skupiny.
- Spolupráce/zapojení vybraných cílových skupin do komunikace svazku.
- Rozvoj zaměstnanců svazku.

Matice vlivu:

	Co brání dosažení cíle	Co podporuje dosažení cíle
Vnější vlivy	Nezájem vybraných cílových skupin spolupracovat, vyměňovat informace	Zájem cílových skupin na spolupráci – uvědomění si synergických efektů
		Dotační tituly na úrovni kraje, státu, EU, přeshraniční spolupráce
Vnitřní vlivy	Nedostatečné finanční a personální kapacity na realizaci opatření	Aktivní přístup zaměstnanců svazku k hledání spolupracujících subjektů
	Nezájem členských obcí svazku spolupracovat s externími subjekty	Podpora členských obcí svazku při propojování s cílovými skupinami nebo identifikace nových cílových skupin (případně jejich částí)
	Nevhodné využití komunikačních nástrojů vůči cílovým skupinám	Finanční podpora vedení svazku vůči manažerovi k jeho rozvoji
	Nezájem zaměstnanců svazku učit se nové věci	
	Personální zázemí svazku závislé na dotačních titulech	



3.1.3.2 Konkrétní opatření

Navržený seznam opatření, termíny opatření, cílové skupiny a prioritizace:

Návrh opatření	Termín plnění	Cílové skupiny	Priorita
SC2.O1) Propojení s jinými svazky - sdílení dobré praxe	04/2022 a poté kontinuálně	Představitelé členských samospráv Zaměstnanci svazku	Realizace – Priorita 1
SC2.O2) Propojení s jinými subjekty řešící oblast turismu (DA, mikroregiony, svazky) na (nebo přilehlém) území, kde působí i DSMOK	04/2022 a poté kontinuálně	Představitelé členských samospráv Zaměstnanci svazku Subjekty s částí podobné agendy	Realizace – Priorita 2
SC2.O3) Sdílení informací uvnitř svazku v oblasti dotačních možností	04/2022 a poté kontinuálně	Představitelé členských samospráv Zaměstnanci svazku	Realizace – Priorita 1
SC2.O4) Aktivní vyhledávání dotačních titulů zaměstnanci svazku	04/2022 a poté kontinuálně	Představitelé členských samospráv Zaměstnanci svazku	Realizace – Priorita 1
SC2.O5) Rozvoj zaměstnanců a představitelů svazku – zvyšování dovedností	04/2022 a poté kontinuálně	Představitelé členských samospráv Zaměstnanci svazku	Realizace – Priorita 1
SC2.O6) Vyhledávání společných témat pro sdílení nákladů uvnitř svazku	04/2022 a poté kontinuálně	Představitelé členských samospráv Zaměstnanci svazku	Realizace – Priorita 1
SC2.O7) Informační kampaně k významným projektům svazku nebo novým komunikačním nástrojům svazku	Průběžně – dle potřeby	Obyvatelé svazku Představitelé členských samospráv	Realizace – Priorita 2



3.1.3.3 Popis vybraných opatření

Tato kapitola detailněji popisuje vybraná opatření, která jsou doporučena k zavedení. (Nejde o popis všech opatření, ale těch, u kterých je vhodné je pro svazek blíže specifikovat, co je opatřením myšleno – tento popis má pomoci při implementaci opatření do života.)

PROPOJENÍ S JINÝMÝ SUBJEKTY
Popis a doporučení Pro každou organizaci veřejné správy je důležité sdílení informací, které se jí týkají a také sdílení dobré ale i špatné praxe. V tomto duchu se doporučuje v první fázi vytipovat 2 – 3 svazky (nejlépe v sousedních regionech, ale není to podmínkou), které jsou funkční (mají personální zajištění; je na nich snaha zlepšovat komunikaci) a pokusit se s těmito svazky navázat pravidelnou komunikaci a výměnu informací. 1. Výměna informací může spočívat jednak v oblasti komunikace (jak jiné svazky komunikují s cílovými skupinami, jak spravují svoje nástroje atp.). Tato oblast může sloužit a mít přínos především pro inspiraci a výměnu know-how. 2. Druhá rovina výměny informací může spočívat v přípravě společných aktivit / akcí. Zde se doporučuje využívat i tzv. pilotní ozkoušení. Podstatné je najít společné téma, kde je spolupráce a společná aktivita možná. Nebude-li takové téma nalezeno v daném čase, nejedná se o problém (může se najít v dalších letech). 3. Další oblastí je možné sdílení informací o nových výzvách, dotacích, grantech pro svazky a obecně komunikaci vůči státu nebo krajům. Formy setkávání jsou vždy na domluvě a zájmu všech zúčastněných stran. Účastníci musí mít ovšem pocit, že jim výměna informací nebo přímo setkání něco poskytuje. Možnostmi jsou např. • Pravidelné 1x roční setkání na území daného svazku (v případě operativního setkání možno i vícekrát). • Běžná operativní komunikace spočívající v komunikaci přes email nebo telefon a řešící aktuální problém, který svazek potřebuje řešit nebo ho zajímá „jak to dělají jinde“. • Vzájemné návštěvy ke sdílení a ukázce konkrétních příkladů dobré praxe a zkušeností. Další možností je iniciovat tuto aktivitu např. na úrovni kraje nebo více krajů, kdy by záštitu a koordinaci převzali vyšší územně správní celky (u této možnosti je ovšem otázka po zájmu a časových/personálních kapacit na úrovni kraje něco takového dělat). Obdobná aktivita by mohla být realizována při propojování s jinými subjekty jako jsou např. destinační agentury a jiné organizace, s kterými má svazek společná témata.
Cílová hodnota • Propojení a sdílení know-how s min. 1 svazkem v ČR. • 1x ročně setkání (nebo navštívení) s jiným svazkem. • Propojení s destinační agenturou.
Finanční náklady za DSMOK V rámci stávajících personálních kapacit. Náklady na cestovné a náklady spojené s občerstvením cca 10 000 Kč.



DOTAČNÍ TITULY

Popis a doporučení

Tento systém již dnes částečně funguje. Svazek řeší dotační a jiné tituly, které mají smysl pro jednotlivé obce i pro více obcí dohromady.

Možností je nastavení systému, kdy informace o dotačních titulech budou mimo svazek poskytovat i samy obce/města a budou ho vzájemně sdílet. (To se dnes již částečně děje – návrhy přicházejí ad hoc ze strany členských samospráv.).

Tématem tak může být nastavit systémovější přístup k řešení, například:

- Vytvořit sdílený soubor, kam by členské obce (pověřená osoba v dané obci) zanášela podněty na dotační tituly, pokud by na nějaké narazila. (Alternativou je vytvoření sekce na novém webu, která bude vyhrazena pouze členským samosprávám a nebude přístupná veřejnosti – na této platformě by docházelo ke sdílení informací.).
- Zástupci členských obcí by měli do sdíleného souboru přístup a viděli by jaká témata jsou řešena, na co je možné čerpat apod.
- Zaměstnanci svazku by sami doplňovali potenciálně zajímavé tituly.

Rizikovým prvkem této činnosti je udržování sdíleného souboru v čitelné a přehledné podobě (musel by částečně zajišťovat zaměstnanec svazku) a také zájem zástupců obcí tyto informace dodávat.

Toto opatření je rovněž administrativně poměrně náročné, ačkoli sdílení informací a aktuální udržování informací o dotačních a jiných titulech by jistě přínosné bylo.

Cílová hodnota

- Počet identifikovaných dotačních titulů pro svazek.
- Počet identifikovaných dotačních titulů pro členské obce (žádat společně za svazek).
- Počet identifikovaných dotačních titulů pro členské obce (žádat samostatně každá členská obec).

Finanční náklady za DSMOK

Zajištěno v rámci stávajících úvazků.

ROZVOJ ZAMĚSTNANCŮ A PŘEDSTAVITELŮ SVAZKU

Popis a doporučení

Jde především o odborná témata, která může řešit svazek jako celek nebo jeho členské obce. Může se jednat o témata v oblastech změn legislativy, dotačních titulů apod.

Svazek by se mohl stát organizátorem a koordinátorem těchto aktivit. Důležité je sbírat náměty a potřeby od členských samospráv.

Tato věc se dnes již ze strany zaměstnanců částečně děje. Z pohledu vnitřní komunikace se doporučuje v této aktivitě pokračovat.

Cílová hodnota

- Počet proškolených témat 1 – 2x ročně.



Finanční náklady za DSMOK

Náklady by byly hrazeny ze strany účastníků – členských samospráv.

vyhledávání společných témat

Popis a doporučení

Ze strany svazku průběžně identifikovat přesahová témata, která mohou členské obce řešit ať již samostatně nebo na úrovni svazku. Jde především o témata v oblastech:

- energetiky a odpadového hospodářství,
- dopravy,
- rozvoje veřejných služeb,
- ad.

Tato identifikace může být vázaná na dotační možnosti, ale není to podmínkou. Může jít o natolik zásadní témata, že je možné v dané oblasti koordinovat jiné aktivity jako jsou školení, sdílení informací apod.

Cílová hodnota

- Počet koordinovaných aktivit/akcí v daných tématech.

Finanční náklady za DSMOK

V rámci úvazku svazku.

informační kampaň k významným projektům svazku nebo novým komunikačním nástrojům svazku

Popis a doporučení

V případě zavádění nových (nebo modernizace stávajících) komunikačních nástrojů připravit související komunikační kampaň, které budou mít za cíl:

- Informovat dotčené cílové skupiny o provedené aktivitě.
- Vysvětlit výhody a přínosy aktivity.
- V případě potřeby poskytnout návody a doporučení jak s komunikačními nástroji pracovat.

Cílová hodnota

- Počet oslovených občanů svazku.
- Počet oslovených cílových skupin.

Finanční náklady za DSMOK

Bude specifikováno dle konkrétního řešení.



3.2 IMPLEMENTACE STRATEGIE DSMOK

V rámci návrhové části byla doporučena realizace konkrétních opatření k naplnění cílů včetně termínů jejich plnění nebo jejich prioritizace z hlediska realizace. Tyto podklady slouží jako výchozí bod v práci se strategií.

Hlavní odpovědnost za práci se strategií má manažer svazku, kterému pomáhá zaměstnanec svazku (je-li pozice obsazena). Hlavní schvalovací odpovědnost má poté vedení svazku a valná hromada svazku.

3.2.1 Aktualizace strategie

Aktualizovat je možné strategické cíle těmito způsoby:

- Reformulací stávajících cílů (název, zaměření atd.).
- Návrh zcela nových cílů, které budou odpovídat potřebám vedení svazku nebo stávající situaci na území svazku nebo v ČR.
- Vyškrtnutí některého ze současných cílů.

Návrhy na aktualizaci může podat starosta / starostka členské obce svazku nebo zaměstnanec svazku.

Návrh na změnu musí být řádně odůvodněn a přednesen na valné hromadě svazku, která poté provede rozhodnutí.

Případné schválené změny provádí ve strategii manažer svazku.

3.2.2 Akční plán

První akční plán je vytvořen v rámci tohoto projektu. Další akční plány budou aktualizovány vždy každoročně a projednány/schvalovány na poslední valné hromadě v daném kalendářním roce.

Aktualizaci akčního plánu provádí manažer svazku.

Aktualizace akčního plánu (co je možné aktualizovat; kdo podává návrhy, kdo schvaluje) probíhá stejně jako aktualizace celé strategie. U akčního plánu by jen mělo docházet k aktualizaci opatření a náležitostí, které s nimi souvisejí (cílové skupiny, termíny atd.).



3.3 NÁVRH AKČNÍHO PLÁNU

Akční plán tvoří samostatnou přílohu, která bude průběžně aktualizována (níže uvedená verze je validní k lednu 2022).

Číslo strategického cíle	ID opatření	Název opatření	Odpovídá	Realizace / Zásobník	Priorita	Termín zahájení	Termín ukončení	Finanční náklady pro svazek	Spolupracuje			Poznámka	Legenda zkratk
SC1	SC.1.01	Modernizace internetových stránek svazku	MS	Realizace	1	02/2022	04/2022	10 000	VS	ES			
SC1	SC.1.02	Proškolení interního týmu v práci s novými internetovými stránkami	MS	Realizace	1	04/2022	04/2022	0	VS	ES			MS Manažer svazku
SC1	SC.1.03	Vytvoření nové facebookové stránky svazku	MS	Realizace	1	11/2021	01/2022	0	VS	ES			VS Vedení svazku
SC1	SC.1.04	Proškolení interního týmu v práci se sociálními sítěmi	MS	Realizace	1	11/2021	01/2022	0	VS	ES		Opakovat 1x ročně	VH Valná hromada
SC1	SC.1.05	Rozhodnutí, zdali svazek bude vydávat vlastní elektronický zpravodaj	MS	Realizace	2	06/2022	06/2022	0	VS	VH			ČO Členské obce
SC1	SC.1.06	V závislosti na rozhodnutí O5 příprava prvního vydání zpravodaje	MS	Realizace	2	09/2022	10/2022	0	VS	VH			ES Externí subjekt
SC1	SC.1.07	Zavedení informačních tabulí v členských obcích svazku pro turisty	MS	Zásobník		04/2022	kontinuálně		VS	VH			
SC1	SC.1.08	Přes svazek podporovat rozvoj komunikačních nástrojů jednotlivých členských samospráv	MS	Realizace	1	Průběžně	Průběžně	Dle řešení	VS	VH	ČO		
SC2	SC2.01	Propojení s jinými svazky - sdílení dobré praxe	MS	Realizace	1	04/2022	kontinuálně	10 000	VS	ES			
SC2	SC2.02	Propojení s jinými subjekty, řešící oblast turismu (DA, mikroregiony, svazky) na (nebo přilehlém) území, kde působí i DSMOK	MS	Realizace	2	04/2022	kontinuálně	0	VS	ČO	ES		
SC2	SC2.03	Sdílení informací uvnitř svazku v oblasti dotačních možností	MS	Realizace	1	04/2022	kontinuálně	0	VS	ČO			
SC2	SC2.04	Aktivní vyhledávání dotačních titulů zaměstnanci svazku	MS	Realizace	1	04/2022	kontinuálně	0	VS	ČO	ES		
SC2	SC2.05	Rozvoj zaměstnanců a představitelů svazku svazku – zvyšování dovedností	MS	Realizace	1	04/2022	kontinuálně	0	VS	ČO	ES		
SC2	SC2.06	Vyhledávání společných témat pro sdílení nákladů uvnitř svazku	MS	Realizace	1	04/2022	kontinuálně	0	VS	ČO	ES		
SC2	SC2.07	Informační kampaně k významným projektům svazku nebo novým komunikačním nástrojům svazku	MS	Realizace	2	Dle potřeby	Dle potřeby	Dle řešení	VS	ČO			



4 O ZPRACOVATELI – M.C.TRITON

1. Jsme česká společnost se silnou znalostí lokálního trhu
2. Jsme tým zkušených lidí z praxe
3. Navrhujeme funkční řešení a zavedeme jej do praxe
4. Měníme a rozvíjíme postoje lidí v organizacích
5. Poskytujeme interim manažery



31

let na trhu

90 000+

rozvíjených nebo
hodnocených osob

3 000+

projektů

100

klientů ročně

Dle žebříčku Czech TOP 100 patříme již několik let mezi
100 nejobjedívanějších firem na českém trhu.

PŘINÁŠÍME FIRMÁM A ÚŘADŮM ODPOVĚDI A ŘEŠENÍ NA TYTO OTÁZKY:

STRATEGIE

Podstatou strategie
je odlišení.

Máme ji?

Rozumí ji naši lidé?

Pomáhá nám v řízení a
poskytování služeb?

OBCHOD A MARKETING

Je náš obchodní model
dostatečně výkonný?

Pracujeme dobře se
vztahy, vytěžíme
potenciál zákazníků?

Obsluhujeme dobře
největší zákazníky?

VÝROBA

Jak zkrátíme
výrobní časy?

Jak snížíme prostoje?

Jak zapojíme lidi do
zefektivňování?

Jak pomůžeme mistrům
ve vedení lidí?

PROCESY A ŘÍZENÍ

Umíme zajistit, aby
každá práce měla
smysl a svého
zákazníka?

Je průběh činnosti
organizací efektivní
alespoň jako u dobrých
příkladů z praxe?

LIDÉ

Máme kompetentní,
motivované
a loajální lidi?

Umíme je rozvíjet
a vychovávat si
nástupce?

Jak být úspěšným
vedoucím / lídrem?

INOVACE

Jakým způsobem jsme
uchopili proces
inovací?

Jak podporujeme
inovativní lidi
a budujeme inovativní
DNA organizace?

Jak efektivně řídíme
vývoj služeb?

INTERIM MANAGEMENT

Jak rychle stabilizujeme
chod v určitém útvaru?

Co můžeme dělat, když
nemůžeme obsadit
klíčovou pozici?

Jak dobře odřídíme
změnu?

ZÁSObY A LOGISTIKA

Jak efektivní je pohyb
zboží a surovin uvnitř
společnosti?

Jak funguje distribuce
zákazníkům či dalším
partnerům?

Kolik financí nám vážou
zásoby?

Více informací o M.C.TRITON najdete na www.mc-triton.cz