

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 případy projektů, na kterých spolupracuje více partnerů, priorita bude zaměřena na projekty bez dotační podpory
- Jak peníze pomáhají? – konkrétní případy 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 (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

<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? Udržujeme 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">• 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 kolem 2 000 až 4 000 ks</p> <p>Jak často? 2–3x 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 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 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 zásahem 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 služby</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Veřejná setkání 	<p>Jak? Veřejně přístupná 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 v cestovním ruchu 	<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 spojnici s obyvateli a návštěvníky regionu</p> <p>Jak často? 1x ročně</p> <p>Kdo? PR manažerka, ředitelka společnosti Posázaví o.p.s.</p> <p>Finance? Mzdové náklady</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Setkání 3K platformy cestovního ruchu 	<p>Jak? Formou schůzek klíčových partnerů z oblasti cestovního ruchu, na nichž bude připravován marketingový plán a směry propagace regionu</p> <p>Proč? Informační centra jsou důležitou spojnici s obyvateli a návštěvníky regionu</p> <p>Jak často? 4x ročně</p> <p>Kdo? PR manažerka, ředitelka společnosti 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. 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 (samolepky, trička, čepice, bloky, tužky, tašky a další)</p> <p>Proč? Jsou dobře využitelné jako ceny v soutěžích, drobné pozornosti. Vizually propagují region</p> <p>Jak často? Průběžně podle potřeby</p> <p>Kdo? PR manažerka, ředitelka společnosti 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 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>
WEBOVÉ PREZENTACE	
<ul style="list-style-type: none"> • www.posazavi.com • Facebook • Instagram 	<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>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, manažer 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 Posázaví o.p.s., manažerka pro cestovní ruch</p> <p>Finance? Mzdové náklady</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Reportáže pro Youtube a Facebook 	<p>Jak? Krátké reportáže o dění v regionu</p> <p>Proč? Udržujeme stálý tok informací směrem k veřejnosti, další forma propagace regionu</p> <p>Jak často? Průběžně</p> <p>Kdo? manažerka pro cestovní ruch, PR manažerka, kameraman</p> <p>Finance? Mzdové náklady, nákup služby</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? 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 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>Finance? Mzdové náklady</p>