

Гостивар, 2016

Комуникациска стратегија



Асоцијација за Демократски Иницијативи



Содржина

1. Извршно резиме.....	2
2. Вовед.....	4
3. Методологија за изработка на комуникациска стратегија.....	5
4. Потреба и оправданост за подготовка на Стратегијата	6
5. Општи и специфични цели на комуникациската стратегија:	7
6. Целни групи и канали на комуникација.....	7
7. Разработка на стратешки и комуникациски цели, потреби, активности и ресурси за реализација	8
8. Временска рамка.....	11
9. Одговорност за спроведување на стратегијата, набљудување и оценување	12



1. Извршно резиме

Комуникациската стратегија е продукт на заложите на граѓанското здружение Асоцијација за демократска иницијатива (АДИ) за подобрување на видливоста и транспарентноста во работата пред нејзините конституенти.

Комуникациската стратегија на АДИ оди во насока на остварување на стратешките цели на здружението и треба да помогне во зајакнувањето на севкупните капацитети, како и да гарантира одржлива и транспарентна улога во демократскиот процес. Поконкретно, овој документ претставува рамка за планирано и ефикасно спроведување на зацртаните цели, како и основа за подготовка на детални програми за спроведување на комуникациските активности.

Подготовката на оваа стратегија вклучува метод на партиципативен пристап, анализа на потребите на АДИ, ревизија на постоечката ПР како и консултации со конституентите на АДИ. Со вмрежување на сите комуникациски ресурси и максимално искористување на комуникациските капацитети се овозможува подобрување и надминување на клучните комуникациски недостатоци и слабости. Воедно, преку оваа стратешка комуникација се нудат серија на таргетирани, специфични комуникациски дејствија за подобрување на двостраната комуникација на АДИ со нејзините поддржувачи.

Намената на оваа стратегија е воспоставување на одржлив систем на комуникација со сите засегнати страни при пренесување на пораки на здружението во директно обраќање до целните групи како и обраќање преку националните и локалните медиуми и социјалните мрежи.

Подготовката на Комуникациската стратегија е поддржана од програмата за поддршка на граѓанското општество Цивика мобилитас. Цивика мобилитас е проект на Швајцарската агенција за развој и соработка (SDC), кој го спроведуваат NIRAS од Данска, Македонскиот центар за меѓународна соработка (МЦМС) и Шведскиот институт за јавна администрација (SIPU)



Citizens for change!



Општи цели на комуникациската стратегија:

1. Подобрување на транспарентноста на работата на здружението АДИ;
2. Подобрување на комуникацијата на АДИ со конституентите;
3. Унапредување на угледот на граѓанското здружение АДИ;

Оваа стратешка комуникација ќе придонесе и за:

- ✓ Реализација на интересите и целите на организацијата;
- ✓ Интегрирање на односите со јавноста, односите со медиумите и корпоративните односи;
- ✓ Поттик на креативно размислување за нови начини на решавање на стари и прифаќање на нови предизвици;
- ✓ Најефективно и најефикасно искористување на ограничените временски, финансиски и човечки ресурси;
- ✓ Архивирање на постигнатите резултатите;



2. Вовед

Асоцијацијата за демократски иницијативи (АДИ) е регистрирана како невладина организација во 1994 година со основна цел – едукација на гласачите на парламентарните избори во 1994 и за локалните избори во 1996 година во Македонија. Делувајќи локално, антиципирајќи ги потребите на заедницата, АДИ успешно се справуваше со предизвиците исправени пред земјата. Здружението беше активно и за време на Косовската и Македонската криза што значеше и превземање на пост-конфликтни дејствија односно активности кои делуваа во насока градење на доверба помеѓу заедниците и промоција на мултиетничкиот соживот.

Во последната декада АДИ делува на промоција и застапување на човековите права, како и следење на нивното почитување од страна на државните институции. Застапувајќи ги евро-атланските вредности, денес АДИ делува во насока на развој на демократијата преку промоција на концептот на добро владеење, конструктивни меѓуетнички односи и почитување на принципот на партиципативност во носењето на одлуки.

АДИ е значаен актер на граѓанското општество во северо-западниот дел на Македонија, на национално ниво и донекаде во регионот, заснован на вредности и интереси и нивно застапување и влијание врз општеството. Толеранцијата, солидарноста, слободното изразување на идеите и мислењата се дел од вградените вредности и културата на работење на организацијата.



3. Методологија за изработка на комуникациска стратегија

Комуникациската стратегија на Асоцијацијата за демократски иницијативи (АДИ) треба да помогне во подобрување на угледот на граѓанското здружение, негова зголемена видливост и препознатливост меѓу граѓаните. Примарна функција на стратегијата е да ги специфицира начините и формите на обработка на информациите кои здружението сака да ги сподели со целните групи. Самата стратегија ќе делува и во подобрувањето на внатрешните капацитети на АДИ за ПР пристап како и воспоставување на одржливи релации со медиумите.

Во подготовката на стратегијата, АДИ примени партиципативен и консултативен пристап, анализа на досегашните силни и слаби страни во комуникацијата со јавноста како и ревизија на постојната Стратегија за односи со јавност на АДИ.

Комуникациската стратегија оди во прилог на Стратегијата на АДИ и е во сооднос со визијата, мисијата, целите и вредностите на АДИ.

Комуникациската стратегијата содржи:

- Дефинирање на општи и специфични комуникациски цели;
- Внатрешни комуникациски силни страни и предизвици;
- Внатрешни слаби страни и надворешни закани (медиумски, политички и јавен контекст);
- Идентификување на целната публика, одредување на потребите на секоја од целните групи во однос на комуникациските цели на организацијата;
- Развој на пораки користени кон пошироката јавност и кон секоја целна група посебно;
- Алатки, канали и активности користени при пренесување на информација и остварување на комуникација;
- Временска рамка за спроведување на активностите;
- Одговорност за спроведување на стратегијата, набљудување и оценување.



4. Потреба и оправданост за подготовка на Стратегијата

Анализа на состојбата

Асоцијацијата за демократски иницијативи во рамките на нејзиното делување и нејзините проектни активности, користејќи ги првенствено локалните медиуми и социјалните мрежи споделува информации до целната група. Главна одлика во односите со јавноста е користењето на македонскиот и албанскиот јазик во соопштенијата, пораките во обраќањето кон јавноста со цел поширок опфат на целните групи. Иако АДИ комуницира со јавноста користејќи ги медиумите, сепак ѝ недостасува стратешки пристап во комуникацијата со целните групи имајќи го предвид диверзитетот на целната група и различните категории опфатени со истите.

Од ресурсите кои се ставени на располагање, во комуникацијата со јавноста АДИ има лице за односи со јавност кое има долгогодишно искуство во работата со медиуми. Организацијата има своја веб страна, фејсбук фан страна и твитер профил. Понатаму, АДИ има и Стратегија за односи со јавност која е подготвена во 2007 год.

Потребата за подготовка на Комуникациската Стратегија, АДИ ја гледа во подемот на технологијата, но и потребата од редовно споделување на информации со целната група за нивна едукација во врска со активностите на АДИ. Во консултации со конституентите на АДИ е детектирана потребата за редовна комуникација со локалните медиуми со цел споделување на информации од активностите и постигнатите резултати од проектите. Преку редовното известување ќе се подобри информираноста на населението, а АДИ ќе ја зголеми довербата меѓу конституентите.

Анализата на веб порталот и активноста на социјалните мрежи покажува повремено користење на истите, она што е позитивно во споделените информации е јасната порака која се испраќа како и обемот на споделени податоци. Недостасува редовно ажурирање на веб страната и поголем број на подржувачи на социјалните мрежи. Иако АДИ има солидна Стратегија за односи со јавност, сепак има потреба истата да се надгради и да одговори на денешните потреби за односи со јавност. АДИ има свое лого и акроним кој е препознатлив меѓу конституентите со кои соработува.

Со стратешкиот пристап ќе се опфатат сите елементи на комуникација: пораката да ја пренесе лице кое ги има сите неопходни информации, да се запазат роковите а превземената акција да се направи на економичен начин. Стратегијата ќе даде целосен преглед врз комуникациските активности и нивната поврзаност со стратешките и програмските цели на организацијата.



5. Општи и специфични цели на комуникациската стратегија:

Општи цели на комуникациската стратегија:

1. Подобрување на транспарентноста на работата на здружението АДИ;
2. Подобрување на комуникацијата на АДИ со конституентите;
3. Унапредување на угледот на граѓанското здружение АДИ пред поддржувачите;

Специфични цели на комуникациската стратегија:

1. Подобрена информираност на граѓаните за човековите права;
2. Почитувањето на етничките, културните и верските различности во заедницата;
3. Промоција на концептот за граѓанско учество, вмрежување и едукација;
4. Подобрен ПР на АДИ;

6. Целни групи и канали на комуникација

Комуницирањето со јавноста е долготраен процес кој содржи серија активности и елементи, како што се информации, начини и канали преку кои се пренесени тие информации, причини и целите на информирањето, како и одредување на одредена целна група која ќе биде засегната за проблемот или решението кое се разработува. Воедно, планираното комуницирање никогаш не треба да биде цел само за себе, туку претставува само еден од начините за остварување на целите на организацијата. Токму оттука произлегува потребата за стратешки пристап во обраќањето кон целната публика, како и потребата од систематизирано прибирање на повратни информации од јавноста.

Клучни целни групи:

- Припадници на етнички заедници;
- Млади;
- Локални и државни институции;
- Граѓански организации;
- Локални и национални медиуми;

Согласно досегашното искуство на АДИ, нејзините целни групи, ресурсите со кои располага, достапноста на алатките за комуникација и нивната соодветност кон поставените цели, публиката и пораката, организација ќе користи алатки за директна и индиректна комуникација.



Со цел редовна и непречена комуникација АДИ ќе ги користи следните канали за комуникација:

- Електронски средства (интернет страна, службени е-маил адреси, соопштенија и сл.);
- Медиуми (локални и национални, печатени и електронски медиуми);
- Нови медиуми;
- Печатени материјали;
- Лична комуникација.
- Промотивни материјали.

7. Разработка на стратешки и комуникациски цели, потреби, активности и ресурси за реализација

Стратешка цел на АДИ 1: Интегрирање и мониторирање на човековите права во политичката, економската и социјалната сфера на општеството;

1. **Специфична комуникациска цел 1:** Подобрена информираност на граѓаните за човековите права;

Потреба:

- Правилно и навремено информирање на граѓаните околу нивните права.
- Учество и проактивност во донесувањето на одлуки од јавен интерес.
- Решавање на проблеми поврзани со политичката, економската и социјалната сфера во општеството.

Активности:

- Промоција на пристапот заоснован на човековите права, идентификување на ранливите групи и нивно директно вклучување во процесите на донесување на одлуки.
- Редовно споделување на информации поврзани со човековите права од достапните анализи на АДИ и меѓународни документи.
- Ажурирање на веб порталот со анализи, како и соопштенија кои содржат информации за човекови права.



Канали:

- Веб портал;
- Социјални мрежи (facebook, twitter);
- Брошури;
- Јавни настани.

Стратешка цел 2: Промоција на демократски политики, меѓуетничка и меѓукултурна толеранција, партиципативност и транспарентни процеси.

Комуникациска цел 2: Почитувањето на етничките, културните и верските различности во заедницата;

Потреби:

- Обезбедување заштита и учество на етничките групи во општествените токови преку олеснување на инклузивниот процес на управување.
- Недоволна информираност на населението за концептот на еднаквост и постоењето на Законот за спречување и заштита од дискриминација.

Активности:

- Промоција на политиките и праксите кои поддржуваат мултикултурна демократија.
- Поддршка на активности кои промовираат принцип на добро владеење, транспарентност и инклузивност.
- Споделување на информации кои поддржуваат меѓуетнички соживот, толеранција и соработка.

Канали:

- Јавни дебати;
- Социјални мрежи (facebook, twitter);
- Организирани директни средби;
- Локални медиуми.

Стратешка цел 3: Поддршка на граѓаните преку граѓанско учество, вмрежување, застапување и едукативни активности.

Комуникациска цел 3: Промоција на концептот за граѓанско учество, вмрежување и едукација.



Потреби:

- Креирање на подинамично граѓанско општество преку можност за активен ангажман за транспарентност и отчетност.
- Иницијатива за делување на граѓаните како генератори на демократски промени во општеството.

Активности:

- Воспоставување на механизми за слушање на „гласот на народот“.
- Одржување на успешни и едукативни програми за промовирање на мултиетничките вредности и позитивна клима за соживот.
- Вмрежување на организации и граѓани со поддршка од локалните институции за подигање на активизмот за креирање на подобро демократско општество.

Ресурси:

- Социјални мрежи (facebook, twitter);
- Брошури;
- Прирачници;
- Обуки и работилници;
- Јавни дебати.

Стратешка цел 4: Зголемување на информираноста на јавноста за активностите на АДИ.

Комуникациска цел 4: Подобрен ПР на АДИ.

Потреби:

- Зголемување на поддршката од страна на граѓаните.
- Поттикнување на вклученост на граѓаните во активностите на АДИ.
- Зајакнување на капацитетите на граѓанското здружение АДИ како организација која работи за и во мултикултурно општество.



Активности:

- Месечни средби на ПР менаџерот со уредници на локални медиуми.
- Организирање настани на отворено, промоции, соопштенија за јавноста, трибини, кампањи, делење на промотивен и информативен материјал.
- Воспоставување на механизам за редовно следење на медиумите и работата на новинарите кои се занимаваат со граѓански сектор и конкретната проблематика на која работи граѓанското здружение.
- Поврзување на потребите и интересите на АДИ со интересите на различни публики со кои треба да се комуницира преку односите со јавноста.

Ресурси:

- Директни средби;
- Соопштенија за јавноста;
- Промотивни и информативни материјали;
- Социјални мрежи (facebook, twitter);
- Локални медиуми.

8. Временска рамка

Граѓанското здружение АДИ знае дека ефектите се постигнуваат постепено, свеста се зголемува малку по малку, интересот расте во фази, а однесувањето се модифицира во чекори. Активностите за реализирање на стратешките комуникациски цели ќе се одвиваат континуирано. Воедно, истите ќе ги следат активностите за стратешките приоритети предвидени со стратешкиот план на граѓанското здружение АДИ.



9. Одговорност за спроведување на стратегијата, набљудување и оценување

Комуникациската стратегија на АДИ е објективна и балансирана, а за тоа придонесува контролирањето, следењето на ефектите, влијанието и резултатите кои се анализираат и евалуираат. Процесот во исполнувањето на активностите на комуникациска стратегија има вид на квалитативно и квантитативно ниво на мерење, а со тоа всушност се дознава дали целта е постигната со вклучување на времето и трошокот кој е направен. Воедно, финансиската и буџетната балансираност се од суштинско значење за односите со јавноста и стратешката комуникација воопшто.

Спроведувањето на комуникациската контрола на АДИ е направена на едноставен начин. Граѓанското здружение користи отворени прашања со внатрешната и надворешната публика за да дознае што треба да прилагоди, промени или подобри.

Набљудувањето и оценувањето е еден клучен фактор во одредувањето на успехот на активностите кои се дел од комуникациската стратегија.

Механизми употребени од граѓанското здружение АДИ:

- Формирање на фокус групи сè со цел добивање на повратни информации за успешноста на веќе реализираните проекти;
- Прибирање на повратни информации од страна на корисниците на услугите, како и од страна на останатите целни групи доловени во комуникациската стратегија;
- Редовен мониторинг и ажурирање на медиумите за известување во врска со работата на АДИ;
- Прашалници за учесниците во активностите.