

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Transparentni-kraj.cz je ojedinělý projekt politické strany TOP 09, který vznikl za účelem odhalit veřejnosti vývoj hospodaření jednotlivých krajských vedení. Návštěvník webu má možnost zjistit stav hospodaření v kterémkoliv kraji, porovnat s ostatními kraji nebo zjistit, které kraje jsou nejhorší v klíčových odvětvích. Dále si může vyzkoušet orientačně sestavení vlastního rozpočtu kraje a rovněž zjistit, kolik z jeho příjmů jde do krajského rozpočtu. Projekt transparentni-kraj.cz si klade za cíl shromáždit všechna open data o veřejných rozpočtech a srozumitelně je interpretovat. Ta, byť jsou běžně dostupná, jsou bohužel často v nečitelné podobě. Některé kraje informace dokonce nezveřejňují.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Projekt vznikl v době kampaně před krajskými volbami 2012 a jeho hlavní komunikační příležitostí byla osvěta občanů ve vztahu k rozpočtům krajů. Napříč veřejností panovala všeobecná obliba krajských vlád, přestože zadlužení za poslední dvě volební období výrazně stoupl. Podobně negativně v různých krajích vyznívaly i investice do klíčových odvětví – sociální věci, tělovýchova a sport, kultura, zdravotnictví, oprava silnic, platy úředníků a provoz veřejné dopravy. Projekt měl jasně ukázat hospodaření krajů a interpretovat jejich stav. Díky další funkci webu mohli návštěvníci zjistit, kolik z jejich platů jde do rozpočtů krajů. To mělo za cíl zosobnění celé problematiky pro návštěvníky. Důležitou částí je „naše vize“, která popisuje způsoby, jakými by se měl kraj řídit dle TOP 09. V neposlední řadě projekt návštěvníkům umožňuje sestavení vlastního rozpočtu kraje. Díky tomu si mohou uvědomit realistické možnosti sestavování veřejných rozpočtů, např. nejde dát vše na opravu silnic, protože by nezbylo na provoz nemocnic.

Informace o výzkumech provedených před samotnou realizací či v průběhu projektu:

analýza rozpočtů krajů, shromáždění open data, průběžné a detailní vyhodnocování navazujících reklamních akcí, analýza chování návštěvníků stránky, monitoring médií

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Primárním cílem bylo zveřejnění a jasná interpretace dostupných dat o hospodaření vyšších územně správních celků, tedy krajů. Data jsou interpretována pomocí osmi klíčových kategorií. K dispozici jsou samozřejmě i zdrojová data pro případ zájmu, nebo eventuálního ověření naší interpretace. Vzhledem k záměru interpretace dat jsme zvolili formu přehledné grafiky, která shrnovala informace o hospodaření všech 13 krajů v České republice. (Praha, jakožto kraj, nebyla do projektu zahrnuta, protože volby se nekonají zároveň s ostatními kraji.) Údaje jsou děleny do osmi klíčových odvětví – sociální věci, tělovýchova a sport, kultura, zdravotnictví, oprava silnic, platy, provoz veřejné dopravy a zadlužení. Hned na úvodní stránce má návštěvník na výběr ze dvou možností. Buď si vyhledá informace o konkrétním kraji, nebo se zaměří na jedno z již zmíněných klíčových odvětví. Další funkcí webu je sestavení vlastního rozpočtu kraje. Tato funkce je navržena co nejvíce realisticky, tzn. jsou dosazena skutečná čísla a stanoveny maximální odchylky. Návštěvník si může také spočítat, kolik z jeho výdělků jde do rozpočtu kraje. Stránka rovněž zahrnuje informace o ideálním hospodaření, podle politické strany TOP 09. Všechny výsledky a zjištění mohou návštěvníci webu sdílet na sociálních sítích, včetně všech grafů, které interpretují hospodaření. Součástí toho jsou předpřipravené komentáře, což napomáhá k virálnímu potenciálu celého projektu a motivuje další uživatele k zapojení se.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

V úvodní fázi byly analyzovány open data a možnosti komunikace. Shromáždila se data – výsledky hospodaření za období od vzniku krajů, algoritmus pro výpočet odvodu ze mzdy do rozpočtu kraje, struktura rozpočtů krajů, dokument „naše vize“ aj. V další fázi proběhl výběr klíčových ukazatelů a odborné výpočty, které zahrnovaly sloučení jednotlivých položek rozpočtů. Následně byl sestaven koncept webu a provedeno testování na uživateli a provedena optimalizace. Jednotlivé rozestavení prvků na stránce bylo průběžně sledováno a upravováno.

Přehled dosažených výsledků s důrazem na dopad projektu na podnikání, obchodní výsledky a reputaci zadavatele:

Během jednoho měsíce, kdy byla kampaň v hlavní fázi propagace, bylo naměřeno 40.000 použití funkcionalit webu, 16.000 návštěvníků. Medializace se projevila ve formě 16 mediálních výstupů, úspěch byl zejména zaznamenán v radiové síti. Rovněž byla zjištěna korelace mezi nejvíce navštěvovanými kraji v rámci webu a skutečným volebním ziskem pro stranu TOP 09.