

---

## **PŘIHLÁŠKA do 19. ročníku soutěže**

### **Projekt:**

Název projektu:

Změna komunikace Plzeňského kraje na Facebooku

Klient:

Krajský úřad Plzeňského kraje

Agentura / Přihlašovatel:

Ewing s. r. o.

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

### **Přihlašujeme do:**

Komunikační nástroje:

III.4 Sociální sítě

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie,  
pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

### **Kontaktní osoba:**

Jméno: Tomáš Sazima

Firma/organizace: Ewing s. r. o.

**Stručné shrnutí projektu:**

„Nejsme pořádně vidět, lidé nám nerozumí, a přitom pro ně děláme tolik záslužné práce. Co s tím máme dělat?“ S touto otázkou nás neoslovila vláda ČR (v libovolném politickém složení), ale vedení Plzeňského kraje. Už jeden rok tak vedle dalších komunikačních kanálů pomáháme této veřejné instituci, aby byla ve své každodenní komunikaci na Facebooku lidem srozumitelnější. Jak se nám to daří? Posudte.

**Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**

**Zadání:** průběžně zvyšovat povědomí o činnosti Plzeňského kraje a o přínosech práce úřadu pro relevantní zájmové skupiny.

**Cíl:** naučit instituci každodenní komunikaci s veřejností na Facebooku, profesionalizovat přístup zaměstnanců úřadu.

**Cílová skupina:** obecně všichni uživatelé žijící v Plzeňském kraji nad 18 let, specificky různé cílové skupiny podle aktuálně komunikovaného tématu.

**Strategie:**

Provedli jsme audit dosavadní komunikace na Facebooku, který je hlavním každodenním komunikačním kanálem kraje směrem k veřejnosti. Provedli jsme individuální rozhovory se všemi klíčovými aktéry. Tím jsme získali obrázek o procesu, chybách i příležitostech pro zlepšení. Témata, která dlouhodobě zajímají veřejnost v Plzeňském kraji, jsme si doměřili reprezentativním kvantitativním průzkumem. Vytvořili jsme novou komunikační strategii. Po jejím schválení jsme přistoupili k realizaci. Ubrali jsme na kvantitě, přidali jsme na kvalitě. Každý příspěvek musí mít přidanou hodnotu v prvé řadě pro občana.

**Nástroje a aktivity:**

Naším partnerům na straně klienta poskytujeme neustálé poradenství a mentoring, jak psát příspěvky, jakou volit tonalitu jazyka, jak zapojovat výzvy k akcím, jak využít silného lokálpatriotismu, který v regionu funguje. Na jednotlivé akce pořádané krajem vytváříme události a zveme zájmové cílové skupiny. Dáváme prostor různým lidem z regionu, výsledkům jejich práce a dáváme jim najevo, že si jich kraj váží. Dáváme příklady podpory. Označujeme organizace, které finančně či materiálně podporujeme. Pracujeme s fotkami a grafikami. Do komunikace jsme výrazně více zapojili názorná videa.

Využíváme dosahu „storíček“. Školíme zaměstnance úřadu v tom, jak natočit, sestříhat a publikovat krátké reportážní video. Tvoříme zkrátka mnohem atraktivnější obsah. Ale především: do každého příspěvku se snažíme propsat, jakým způsobem se na výsledku podílel Plzeňský kraj. A to je to hlavní. Každý příspěvek sponzorujeme. Ani to nebylo zvykem. Učíme také zaměstnance úřadu, jak mezi sebou mluvit, získávat a předávat informace, jak „okleštit“ text od úředního jazyka.

Naším hlavním posláním není dělat ten nejlepší a nejvíce cool Facebook v republice. Naším cílem je, aby se úřad naučil i po konci našeho kontraktu dělat solidní komunikaci veřejné instituce směrem k veřejnosti. A vše nasvědčuje tomu, že se to povede. Dnes už se totiž největší část naší práce přenesla na jiné komunikační a marketingové aktivity. Ale to už je jiná pohádka...

**Výsledky:**

Dosah stránky jsme zvýšili o více než 70 %. Stránku Plzeňského kraje začalo meziročně sledovat o 276 % více uživatelů v porovnání s rokem před zahájením naší práce.