



Проектот е финансиран од
„Европската Унија“



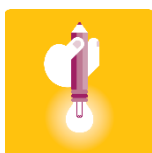
**СТАНИЦА
П.Е.Т.**
ЗДРУЖЕНИЕ ЗА
ПРАВНА ЕДУКАЦИЈА
И ТРАНСПАРЕНТНОСТ



МАКЕДОНСКИ
ЦЕНТАР ЗА
МЕЃУНАРОДНА
СОРАБОТКА

КОМУНИКАЦИСКА СТРАТЕГИЈА

Прилеп, 2020



ул. Прилепски бранители бр.24/1-мезанин
7 500 Прилеп
e-mail: stanicapet@gmail.com
Facebook: <https://www.facebook.com/stanicapet/>
Тел.бр: +389 76 278 753

„Програмата „Одржливо граѓанско општество: државно финансирање на граѓански организации“ ја спроведува Македонскиот центар за меѓународна соработка (МЦМС), Балканската мрежа за развој на граѓанското општество (БЦСДН) и Центарот за информирање, соработка и развој на граѓанските организации од Словенија (ЦНВОС)“.

Мислењата што се изразени овде им припаѓаат на авторите и не ги одразуваат ставовите на МЦМС и Европската Унија.

Содржина

1. Извршно резиме.....	4
2. Цели на комуникациската стратегија:.....	5
3. Вовед.....	6
4. Методологија за изработка на комуникациска стратегија.....	7
5. Целни групи	8
6. SWOT-анализа на СТАНИЦА П.Е.Т.	9
7. Методи и активности за остварување на комуникациските цели на Здружението	10
8. Ресурси за спроведување на комуникациската стратегија.....	13
9. Временска рамка за спроведување на комуникациската стратегија.....	14
10. Одговорност за спроведување на комуникациската стратегија	14

1. Извршно резиме

Комуникациската стратегија е креирана во рамките на проектот: „Транспарентно делување за отчетно однесување“, кој го спроведува Здружение за правна едукација и транспарентност СТАНИЦА П.Е.Т. за подобрување на видливоста и на транспарентноста во работата пред нејзините корисници и целни групи. Комуникациската стратегија на СТАНИЦА П.Е.Т. оди во насока на остварување на стратешките цели на Здружението и треба да помогне во зајакнувањето на севкупните капацитети.

Овој документ претставува рамка за планирано и ефикасно спроведување на целите на комуникациската стратегија, како и основа за подготовка на детални програми за спроведување на комуникациските активности. Подготовката на оваа стратегија вклучува метод на партиципативен и консултативен пристап со членовите на здружението, како и анализа на силните и слабите страни во согласност со потребите на здружението.

Преку оваа комуникациска стратегија се нудат серија специфични комуникациски активности за подобрување на двостраната комуникација на СТАНИЦА П.Е.Т. со целните групи и крајните корисници. Намената на оваа стратегија е воспоставување одржлив систем на комуникација со сите засегнати страни при пренесувањето на информациите.

Изработката на Комуникациската стратегија е дел од проектот „Транспарентно делување за отчетно однесување“ чијашто цел е зајакнување на организациските капацитети за јасна и отворена комуникација со засегнатите страни и подобрување на организациските практики за транспарентно известување за постигнувањата и резултатите.

2. Цели на комуникациската стратегија:

Главните цели кои се очекува да ги оствари комуникациската стратегија се:

- Препознатливост и видливост на Здружението и
- Утврдување начини на комуникација со надворешни фактори.

Други специфични цели:

- Јавна промоција на работата и на активностите на Здружението;
- Транспарентност и отчетност;
- Подобрување на внатрешната комуникација;
- Овозможување ефективен пристап до правда за маргинализираните групи.

3. Вовед

Здружението за правна едукација и транспарентност СТАНИЦА П.Е.Т. е основано во септември 2018 година, а започна со активна работа во јануари 2019 година. Самиот термин „станица“ е место каде што луѓето секогаш можат да се обратат, а зборот „ПЕТ“ е акроним и означува правна едукација и транспарентност. Ова здружение е место каде што сите граѓани можат да бидат правно едуцирани и да побараат помош, но и транспарентност и отчетност од институциите.

Визијата на СТАНИЦА П.Е.Т. е овозможување пристап до правда за секој граѓанин, а мисијата е остварување на правните потреби на граѓаните преку поттикнување отвореност и соработка на институциите.

Основните цели кон кои се насочени работата и дејствувањето на ова Здружение се:

- Овозможување едукација и асистенција на граѓаните во насока на остварување на нивните права, со фокус кон ранливите и маргинализирани групи, посебно кон Ромите, во делот на здравствени и социјални права;
- Поттикнување на институциите на системот на транспарентност и одговорност во работата, приспособена според потребите на граѓаните;
- Промовирање еднаквост на граѓаните по сите основи, преку преземање активности за превенција и заштита од дискриминација;
- Поттикнување на физичките и на правните лица за нивно вклучување во акции од хуманитарен карактер, со цел намалување на сиромаштијата;
- Овозможување услови за мултиетничка и социјална кохезија и дејствување преку вклучување лица од различни етнички, географски и социјални профили како можност да се постигне реален и ефективен придонес за позитивни општествени промени;
- Придонес кон постигнување родова рамноправност и справување со постојните нееднаквости помеѓу мажите и жените, во насока на унапредување на вклученоста на жените во општествените процеси.

4. Методологија за изработка на комуникациска стратегија

Комуникациската стратегија на СТАНИЦА П.Е.Т. има за цел утврдување на начините на комуникација со институциите, како и подобрување на внатрешната комуникација во Здружението. Оваа комуникациска стратегија треба да придонесе за препознатливост и видливост на Здружението, како и јавна промоција на работата и на активностите на Здружението. Исто така, комуникациската стратегија треба да помогне во овозможување ефективен пристап до правда за маргинализираните групи.

Во подготовката на стратегијата беа применети партиципативен и консултативен пристап и анализа на силните и слабите страни, во согласност со потребите на здружението. Комуникациската стратегија е во согласност со визијата, со мисијата и со целите на СТАНИЦА П.Е.Т.

Комуникациската стратегијата содржи:

- SWOT-анализа на СТАНИЦА П.Е.Т.;
- Идентификување на целните групи и на нивните потреби;
- Методи и активности за остварување на комуникациските цели на Здружението;
- Ресурси за спроведување на комуникациската стратегија;
- Временска рамка за спроведување на комуникациската стратегија и
- Одговорност за спроведување на комуникациската стратегија.

5. Целни групи

Пристапот и комуницирањето со целните групи е долготраен процес кој содржи голем број на активности и елементи, како што се информации, начини и канали преку кои се пренесуваат информациите. Токму оттука произлегува потребата за стратешки пристап во обраќањето кон целната публика со истовремено прибирање на повратни информации од целните групи за подобрување на работата на здружението.

Клучни целни групи:

- Припадници на маргинализирани заедници;
- Локални и национални институции;
- Медиуми;
- Граѓаните на општина Прилеп и на соседните општини;
- Неформални лидери.

6. SWOT-анализа на СТАНИЦА П.Е.Т.

SWOT-анализата претставува метод на стратешко планирање, кој се користи за проценка на предностите, слабостите, можностите и заканите на Здружението. Ваквата анализа придонесува за идентификување на внатрешните и на надворешните фактори, поволни и неповолни, кои влијаат врз постигнувањето на целите на Здружението.

Предности:

- Различни целни групи;
- Искуство во работата со правната проблематика;
- Навремено информирање на целните групи;
- Добра внатрешна комуникација во Здружението;
- Ресурси за извршување на предвидените активности за постигнување на целите;
- Обуки за подобрување на кадарот;
- Поддршка од донаторите.

Слабости:

- Недостаток на искуство во медиумско актуализирање;
- Недостаток на комуникациски техники;
- Медиумска етикета.

Можности:

- Воспоставување контакт со институциите;
- Добра соработка со локалните институции;
- Секојдневна комуникација со целните групи;
- Вмрежување со останатите организации;
- Партиска неутралност.

Закани:

- Истрајност;
- Немотивираност;
- Недостаток на локални медиуми;

- Финансиска нестабилност;
- Партиска неутралност;
- Немање објективни новинари.

7. Методи и активности за остварување на комуникациските цели на Здружението

За да се постигнат комуникациските цели на СТАНИЦА П.Е.Т., треба да се спроведат разни активности. За секоја комуникациска цел има утврдено специфични методи и активности што ќе придонесат за нејзино остварување.

Цел 1: Препознатливост и видливост на здружението

Методи:

- Користење електронски медиуми (преку спонзорирани објави);
- Реклами;
- Билборди;
- Промотивен материјал.

Активности:

- Инфо-денови;
- Теренски акции (од врата на врата);
- Онлајн-кампањи.

Цел 2: Утврдување на начините на комуникација со надворешни фактори

Методи:

- Писмени поднесоци;
- Лични контакти;
- Телефонска и електронска комуникација.

Активности:

- Средби;
- Одржување состаноци;
- Јавни настани (трибини, работилници);
- Споделување случаи.

Цел 3: Јавна промоција на работата и на активностите на Здружението**Методи:**

- Промотивен материјал;
- Креативен активизам;
- Социјални мрежи;
- Правна помош;
- Теренска работа.

Активности:

- Штандови;
- Акции од врата на врата;
- Паратправна помош;
- Креирање видео-содржини.

Цел 4: Транспарентност и отчетност**Методи:**

- Извештаи;
- Ревизија;
- Јавни собири;
- Веб-страница;
- Кризен штаб.

Активности:

- Обуки и презентации;

- Отворени денови;
- Подготовка на извештаи;
- Одржување на веб-страница;
- Состаноци;
- Собори и трибини.

Цел 5: Подобрување на внатрешната комуникација

Методи:

- Кодекс на однесување;
- Добро воспитување;
- Самосвест и бонтон;
- Неформална комуникација.

Активности:

- Дружење надвор од работното време;
- Колективни состаноци;
- Подготовка на кодекс и правилник.

Цел 6: Овозможување ефективен пристап до правда за маргинализираните групи

Методи:

- Повикај итна параправна помош;
- Параправници;
- Промотори во заедницата;
- Кризен штаб;
- Директна правна помош;
- Досие за клиент.

Активности:

- Работа на терен;
- Комуникација (еден на еден);
- Телефонска поддршка 24/7;

- Состаноци со Кризниот штаб;
- Медијација и асистенција на странки;
- Дистрибуција на промотивен материјал;
- Средби и состаноци со институции;
- Собирање податоци и оформување предмет.

8. Ресурси за спроведување на комуникациската стратегија

За спроведувањето на комуникациската стратегија и за постигнувањето на нејзините цели, како и на целите на самото Здружение, СТАНИЦА П.Е.Т. располага со голем број ресурси што ќе придонесат за постигнување на целите, а тие се:

- Човечки ресурси;
- Технички услови;
- Добровоспоставена соработка со институциите;
- Добра организација
- Успешен лидер
- Соработка со мрежата за заштита од дискриминација.

Освој гореспоменатите ресурси, за остварување на целите, потребни се и некои други ресурси, како:

- Финансиски средства;
- Документ за комуникациска стратегија;
- ПР-менаџер;
- Асистент за комуникација;
- Институционална поддршка и соработка;
- Медиумска поддршка и соработка;
- Вмрежување со институциите и организациите што се занимаваат со истата проблематика.

9. Временска рамка за спроведување на комуникациската стратегија

СТАНИЦА П.Е.Т. ќе ја спроведува комуникациската стратегија во период од 2 до 4 години, но овој период не е стриктно зададен, па ефектите ќе се постигнуваат постепено и континуирано, во зависност од потребите на здружението и на целните групи. Во текот на овој период ќе биде направено ревидирање и дополнување на комуникациската стратегија ако се појави потреба за тоа. Исто така, во текот на овој период ќе биде подготвен акционен план за спроведување на предвидените активности што се потребни за остварување на целите на комуникациската стратегија.

10. Одговорност за спроведување на комуникациската стратегија

Комуникациската стратегија на СТАНИЦА П.Е.Т е објективна, а за тоа придонесуваат контролирањето, следењето на влијанието и резултатите кои се анализираат и се евалуираат од страна на проектниот координатор и проектниот асистент во зависност од проектот кој се спроведува. Дали целта е постигната се дознава преку потрошеното време и трошоците што се направени. Воедно, финансиската балансираност е од суштинско значење за остварување на предвидените активности, а за тоа е одговорен финансискиот асистент (во проектот) или финансискиот директор (општо). Голем придонес за остварувањето на целите на комуникациската стратегија имаат параправниците и промоторите, коишто имаат директен контакт со целните групи. За уште пофункционално постигнување на зацртаните цели може да придонесат ПР-менаџер и асистент за комуникација коишто му се потребни како ресурси на Здружението. Секој вработен има посебна одговорност за спроведување на комуникациската стратегија, а меѓусебната соработка ќе придонесе за успешно постигнување на поставените цели.