

STRATEGICKÝ PLÁN komunikace

NESEHNUTÍ

Tento strategický dokument vznikl v rámci projektu Posilování kapacit a profesionalizace NESEHNUTÍ (CZ.03.01.02/00/22_011/0000296), který je spolufinancován Evropskou unií.



Spolufinancováno
Evropskou unií

Tento dokument navazuje na Strategický plán organizace a Komunikační kuchařku NESEHNUTÍ. Vymezuje dlouhodobý směr rozvoje PR a komunikace do roku 2028. Kombinuje konkrétní roční kroky s průběžnými systémovými opatřeními a střednědobými cíli.

POSLÁNÍ PR

Budujeme důvěryhodnou, odbornou a srozumitelnou komunikaci, která posiluje vliv hnutí ve veřejném prostoru, propojuje nás s médii, partnerstvem, podporovatelstvem a mladou generací a umožňuje každému snadno pochopit, proč a jak měníme svět k lepšímu.

Komunikace je pro nás nástrojem systémové změny. Nejde pouze o šíření informací, ale o dlouhodobé budování důvěry, posilování hlasu občanské společnosti a obranu hodnot rovnosti, svobody a odpovědnosti. Do roku 2028 chceme dále posílit roli NESEHNUTÍ jako expertní a watchdog organizace zejména v oblasti genderově citlivého vzdělávání a ochrany občanského prostoru.

PRIORITY



- Posílit spolupráci s novinářstvem
- Budovat vztahy s dalšími organizacemi a síťovat se
- Vzdělání v PR (týmu i programech) - podpora v nástrojích a dovednostech, posílit datovou analýzu
- Prezentace hnutí ve veřejném prostoru - relevance u lidí pod 25, expertnost
- Posílení role NESEHNUTÍ jako expertní a watchdog organizace zejména v oblasti genderově citlivého vzdělávání a ochrany občanského prostoru.
- Rozvoj datově podložené a segmentované komunikace směrem k různým cílovým skupinám s cílem posílit důvěru, relevanci a dlouhodobý dopad komunikace do roku 2028.



1. Budování odbornosti a relevance PR navenek

Cíl 1: Posílit vnímání organizace jako expertní, nezávislé a aktuální expertstvo.

Konkrétní výstupy: pravidelné expertní výstupy do médií, tvorba balíčků pro novinářstvo, vlastní komentáře k dění. Zapojování se do spolupráce s jinými organizacemi (mediální skupiny).

Měřitelnost: počet výstupů v tradičních médiích, zapojení v debatách, zájem novinářstva.

Cíl 2: Získat a udržet důvěryhodné vztahy s novinářstvem.

Konkrétní výstupy: aktualizovaný medialist, osobní schůzky, snídane s novinářstvem.

Měřitelnost: aktualizovaný medialist, počet aktivních kontaktů, četnost výstupů.



Aktivita	Datum	Odpovědná osoba
Tvorba informačního balíčku pro novinářstvo (bude se vytvářet ve spolupráci s programy a v návaznosti na celoNESE newsletter).	1x měsíčně (první v srpnu 2025)	Kristy
Každý program vydá s pomocí PR týmu alespoň dvakrát ročně tiskovou zprávu nebo kratší oznámení o své činnosti pro vybraná média.	Pravidelně	Kristy
Přidávání se do podpůrných skupin zaměřených na PR (Zelený kruh, Konsorcium, Společná řeč...)	Pravidelně	Kristy, Adél, Eliška
Revize medialistu 2x ročně a průběžné přidávání relevantních kontaktů.	08/25	Kristy
Alespoň 1x ročně setkání s novinářstvem (formální i neformální)	12/25	Kristy



2. Posílení struktury a kapacit PR týmu

Cíl 1: Jasně vymezit kompetence v PR týmu a mezi programy.

Konkrétní výstupy: PR manuál v rozcestníku, dokument role a odpovědnosti PR týmu.



Měřitelnost: přijatý a sdílený dokument, pravidelné revize, aplikace v praxi.

Cíl 2: Vzdělávat PR tým a týmy v dovednostech (nástroje, obsah, analýza).

Konkrétní výstupy: školení (Canva, analýza dat, SoMe, vizuální identita).



Měřitelnost: počet realizovaných školení, využití v praxi, aplikace vizuální identity na výstupech NESEHNUTÍ.

Aktivita	Datum	Odpovědná osoba
Bude vypracovaný PR manuál v rozcestníku pro využití jak PR týmu, tak pro zaměstnanectvo organizace.	07/2025	Kristy, Adél
Budou aktualizovaná pravidla pro PR .	08/2025	Kristy, Adél
Alespoň 1x ročně proběhne školení v Canvě v rámci vzdělávací skupiny.	12/2025	Kristy, Adél
PR tým podstoupí školení v rámci datové analytiky.	12/2025	Kristy, Adél
Alespoň 1x ročně osoby v PR týmu podstoupí školení v rámci PR vzdělávání v závislosti na vzdělávacím příspěvku organizace.	12/2025	Kristy, Adél



3. Systémové propojení PR s programy a organizací

Cíl 1: Zajistit rovnoměrnou a funkční podporu PR napříč programy.

Konkrétní výstupy: styčné osoby, harmonogram podpory, společné plánování

Měřitelnost: počet zapojených programů, zpětná vazba na spolupráci, pravidelnost kontaktu.



Cíl 2: Zajistit udržitelnou koordinaci výstupů a komunikace.

Konkrétní výstupy: sdílený kalendář, přehled vytížení, harmonogram kampaní, individuální platformy na SoMe u každého programu.

Měřitelnost: počet plánovaných vs. reaktivních výstupů, hladkost průběhu kampaní, nižší zatíženost PR týmu.

Aktivita	Datum	Odpovědná osoba
PR+IF tým má pravidelné zpětnovazební schůze s týmy.	Pravidelně	Kristy, Adél, Eliška
PR tým vymyslí nástroj pro udržitelnou komunikaci a harmonogram PR týmu a akcí.	12/2025	Kristy, Adél
Nastavení individuálních SoME platforem pro každý tým? Diskuze na ideové a hlasování na provozní.	12/2025	Adél



4. Strategická práce s obsahem a vizuální identitou

Cíl 1: Zajistit jednotný a srozumitelný vizuální jazyk napříč výstupy.



Konkrétní výstupy: aplikace nové identity v Canvě, vzdělávání, kontrola výstupů.

Měřitelnost: podíl výstupů s novou identitou.

Cíl 2: Zlepšit kvalitu a atraktivitu obsahu na SoMe a v newsletterech.



Konkrétní výstupy: živá a používaná komunikační kuchařka, call to action, storytelling.

Měřitelnost: engagement, růst sledujících, konverze (kliknutí, registrace).

Aktivita	Datum	Odpovědná osoba
PR+IF tým pravidelně kontroluje výstupy týmů, aby souhlasily s novou vizuální identitou.	Pravidelně	Kristy, Adél, Eliška
Bude vypracovaný PR manuál v rozcestníku s přehledy, jak používat nové vizuální prvky.	08/2025	Kristy, Adél
Vizuální identita bude aplikovaná na webových stránkách NESEHNUTÍ.	09/2025	Kristy
PR tým zorganizuje školení v Canvě Jak využívat novou vizuální identitu v praxi.	08/2025	Kristy, Adél
PR+IF tým nastaví na pravidelných schůzích PR s týmy brainstormingové okénko.	Pravidelně	Kristy, Adél, Eliška



5. Relevance a dopad u cílových skupin



Cíl 1: Posílit přítomnost a důvěryhodnost u lidí pod 25 let.

Konkrétní výstupy: výběr správných platforem, influencerstvo, přímá oslovení.

Měřitelnost: dosah a aktivita mladších uživatelů, sledování demografie.

Cíl 2: Budovat komunity okolo témat (např. dárcovská, dobrovolnická, pedagogická).



Konkrétní výstupy: cílené rozesílky, přizpůsobení obsahu.

Měřitelnost: růst dárcovské báze, účast na aktivitách, odezva na výzvy.

Aktivita	Datum	Odpovědná osoba
Dotazníkové šetření odběratelstva s cílem zjistit, jak je NESEHNUTÍ jimi vnímáno.	12/25	Kristy, Adél, Eliška
Účast a support na závěrečné konferenci Greendock	9. října 20...	Kristy, Adél, Eliška

