

**REPUBLIKA SRPSKA
OPŠTINA DOBOJ
KABINET NAČELNIKA**

**KOMUNIKACIJSKA STRATEGIJA
2007-2010**

DECEMBAR 2006.

SADRŽAJ:

SAŽETAK	2
1.UVOD	4
2. ANALIZA KOMUNIKACIJA (REVIZIJA KOMUNIKACIJA)	7
2.1 INTERNO KOMUNICIRANJE	7
2.1-1 Sastanci osoblja	7
2.1-2 Intranet i interna elektronska komunikacija	8
2.1-3 Oglasne ploče za uposlene	9
2.1-4 Interne uredbe, odluke, nalozi, rješenja, itd	9
2.2 EKSTERNO KOMUNICIRANJE	10
2.2-1 Odnosi s medijima	10
2.2.1-A Pres konferencije	10
2.2.1-B Obavještenja za štampu	11
2.2.1-C Intervjui	12
2.2.2 Promotivne publikacije	12
2.2.3 Dizajn – vizuelni identitet,znak/logo	13
2.2.4 Fotografija	14
2.2.5 Baza podataka	14
2.2.6 Reklamiranje u promotivne svrhe	15
2.2.7 Zakonom propisano oglašavanje	15
2.2.8 Veb stranica Opštine	15
2.2.9 Javne konsultacije, zborovi građana, itd.	16
2.2.10 Oglasne ploče	17
2.2-11 Odnosi s klijentima/korisnicima usluga	17
2.2-11-A Telefon	17
2.2-11-B Šalteri i službe	18
2.3. LJUDSKI RESURSI	18
3. CILJNE GRUPE	19
3.1 Građani	20
3.2 Preduzetnici, investitori i donatori	21
3.3. Viši nivoi vlasti	21
3.4 Interne javnosti	22
4. KOMUNIKACIJSKI PLAN	23
5. PLAN EVALUACIJE	38
6. BUDŽET	39
7. HRONOLOŠKI AKCIONI PLAN	41
8. ANEKSI KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE	46

SAŽETAK

Opština Doboј u svom dosadašnjem pozicioniranju prema javnosti nije imala ni kontinuiteta ni sistematičnosti, što je proizvelo brojne posljedice sa krajnjim ishodištem – smanjenje ugleda Opštine u široj javnosti i sve manje povjerenje građana prema organima lokalne vlasti.

Ova komunikacijska strategija upravo se bavi tim pitanjima, nudeći kvalitativne promjene i rješenja za svako problemsko pitanje iz domena interne i eksterne komunikacije.

O mogućnostima komunikacijskih kapaciteta opštine Doboј istraživanja je proveo „Mediacentar“ Sarajevo. Rezultati tih istraživanja ukazuju da Opština nije razvijala vlastite komunikacijske kapacitete u skladu sa svojom ulogom i misijom u društvu. Otuda su i podaci o lošem pozicioniranju u medijima, o lošem mišljenju građana o opštinskoj upravi, o slabom nivou znanja građana o aktivnostima Opštine, o slaboj posjećenosti javnih rasprava, lošoj internoj i elektronskoj komunikaciji...

Polazeći od trenutnog presjeka stanja u ovoj oblasti i uočenih slabosti i nedostataka, ovom komunikacijskom strategijom planirana su značajna poboljšanja i ostvarenje konkretnih ciljeva, kao što su:

- na planu interne komunikacije stvoriti bolje tehničko-prostorne uslove za održavanje sastanka kolegijuma načelnika,
- uvesti sistematičniju i efikasniju organizaciju sastanaka na svim nivoima,
- uspostaviti efikasnu internu komunikaciju putem intraneta,
- unaprijediti internu komunikaciju putem oglasnih ploča,
- postići potpunu funkcionalnost interne komunikacije putem uredbi, odluka, naloga, rješenja i slično,
- na planu eksterne komunikacije postići bolju organizaciju i kontrolu pres konferencija,
- poboljšati kvalitet saopštenja za štampu u sadržajnom smislu i u tematskoj raznolikosti i aktuelnosti,
- postići veću efektivnost u informisanju javnosti putem intervjua,
- obezbijediti potpunije i kvalitetnije informisanje javnosti putem info-letka,
- ustanoviti totalni dizajn Opštine,
- sistematizovati korištenje dizajnerskog rješenja,
- sistematizovati korištenje fotografija u komunikaciji,
- formirati elektronsku bazu podataka,
- sistematizovati oglašavanje u promotivne svrhe,
- sistematizovati zakonom propisano oglašavanje,
- postaviti i urediti veb-stranicu opštine Doboј,
- utvrditi znanja, stavove i očekivanja građana vezano za rad Opštine,
- povećati procenat građana koji smatraju da je Opština uspješna u svom radu,
- uspostaviti kontinuiranu i kvalitetnu komunikaciju sa javnošću putem oglasnih ploča u gradu,
- unaprijediti kvalitet telefonskih usluga prema građanima,

- pojednostaviti proceduru izdavanja dozvola i rješenja u nadležnim odjeljenjima,
- uspostaviti efikasnu i funkcionalnu Službu za informisanje,
- uspostaviti sistem stalne i efikasne komunikacije između Službe za informisanje i svih ostalih segmenata organa lokalne uprave,
- povećati znanja o mogućnostima i beneficijama participacije,
- smanjiti procenat građana koji smatraju da je opštinska administracija korumpirana,
- povećati informisanost poslovne zajednice o poslovnim prilikama i potencijalnim mogućnostima ulaganja,
- povećati pozitivno mišljenje zaposlenih o Opštini kao svojoj radnoj sredini za 30% u odnosu na sadašnje stanje,
- postići veću i kvalitetniju saradnju sa višim nivoima vlasti.

Da bismo znali dokle smo stigli i sa kojom uspješnošću vršimo realizaciju planiranih aktivnosti iz ove komunikacijske strategije predvidjeli smo vršiti šestomjesečnu analizu poruka medija, te anketiranje građana šta misle o našim uslugama, koliko znaju o mogućnostima i obavezama opštinske administracije i o njenim pozitivnim trendovima.

Za realizaciju ove komunikacijske strategije u prvoj godini njene primjene neophodna su budžetska sredstva u iznosu od **101.045 KM** .

1. UVOD

Opština Doboj, sa svojim veoma povoljnim geostrateškim položajem, značajnim prirodnim potencijalima, razvijenom infrastrukturuom, ljudskim resursima, kao i iskazanim potrebama užeg i šireg okruženja za kapitalnim projektima u privredi i društvenoj nadgradnji, ima realne pretpostavke za novu etapu privrednog i ukupnog društvenog razvoja.

U tom smislu i organizacija lokalne uprave treba da doživi preobražaj, kako bi se odgovorilo na nove razvojne izazove. Započeti proces reforme u ovoj oblasti treba nastaviti ubrzanijim tokom, gdje će primat imati ljudski resursi, tehničko-tehnološko unapređenje procesa rada, kvalitet i ekspeditivnost u pružanju usluga, te adekvatni odnosi sa javnošću.

Budući da opština Doboj nema jasno iskazane komunikacijske mogućnosti, niti viziju njihovog unapređenja, a bez čega ne može računati na ozbiljnije razvojne procese, pokazalo se neophodnim izrada jedne ovakve komunikacijske strategije.

Na potrebu za ovakvim dokumentom ukazuju ustavne i zakonske odredbe, a prije svega Zakon o lokalnoj samoupravi Republike Srpske, Zakon o javnim nabavkama, Statut opštine Doboj i Zakon o slobodi pristupa informacijama.

„ Opština obezbjeđuje informisanje, javno obavještanje o pitanjima od značaja za život i rad građana opštine....

Načelnik opštine i predsjednik Skupštine opštine, ili od njih ovlašteni službenik, će kroz organizovanje redovnih konferencija za štampu i davanje javnih saopštenja, obezbijediti uslove za efikasno informisanje javnosti.

Kao uslov, između ostalog, smatraju se: adekvatan prostor, određivanje službenika za komunikaciju sa medijima i uspostavljanje protokola o ostvarivanju te komunikacije... (Statut opštine Doboj, član 73.)

Istraživanja o komunikacijskim mogućnostima opštine Doboj uradio je početkom 2006.godine „Mediacentar“ iz Sarajeva i ona predstavljaju objektivnu sliku stanja u ovoj oblasti. Generalna je ocjena da na ovom planu nema jasno preciziranog sistema komunikacije, interne i eksterne, te da su mogućnosti Opštine u tom pogledu minimalno iskorištene. Razumjevanja od strane načelnika, njegovih saradnika i odbornika za potrebom unapređenja komunikacijskih mogućnosti opštine Doboj postoje, ali ona nisu zvanično verifikovana, pretočena u dokumente, pa samim time nisu ni operativna.

No, zahvaljujući načelniku i njegovim saradnicima, Opština je ušla u proces izrade strateškog dokumenta za razvoj vlastitih komunikacija, što bi bez njihove podrške bilo nemoguće postići.

Dakle, imajući u vidu značaj strateškog komuniciranja i odnosa sa javnošću za cjelokupan razvoj opštine i ispunjenje njene uloge lokalne uprave, mi smo ozbiljno i sistemski pristupili zadatku izrade ove komunikacijske strategije. Ovaj dokument produkt je složenog procesa obuke, istraživanja, konsultacija i revizija svih aspekata komunikacija u opštini Doboj.

Komunikacija u funkciji razvoja opštine

Ova komunikacijska strategija u direktnoj je vezi sa Strateškim planom ekonomskog razvoja opštine Doboj 2007-2012, i u funkciji je podrške realizaciji strateških ciljeva razvoja i ukupnog napretka lokalne zajednice.

Vizijom razvoja u narednih pet godina Doboj treba da postane vodeći saobraćajni, komunikacioni i distributivni centar Republike Srpske, Bosne i Hercegovine i regiona Zapadnog Balkana, sa razvijenim pratećim uslugama i industrijama. Predviđeno je, takođe, da Doboj postane najuređeniji i turistički najatraktivniji grad na rijeci Bosni, kulturni, obrazovni i sportsko-rekreativni centar regije, sa znatno unapređenim kvalitetom života, ujednačenim u gradu i na selu. Na tom razvojnom putu stoji pet osnovnih strateških ciljeva:

- izgrađeno podsticajno poslovno okruženje i infrastruktura za razvoj malih i srednjih preduzeća,
- izvršena specijalizacija i izgrađeni kapaciteti Doboja kao saobraćajnog, komunikacijskog i distributivnog centra Republike Srpske i BiH;
- prostorno uređena i ekološki napredna sredina sa razvijenom specifičnom turističkom ponudom i uslugama;
- razvijeno seosko preduzetništvo i održiva poljoprivredna proizvodnja i
- regionalni konkurentni ljudski resursi, posebno u strateškim prioritetnim područjima.

Da bi ove strategije bile uspješne, moraju biti jasno predstavljene, kako bi naši korisnici i građani znali šta Opština pokušava da obezbijedi za njih i kako bi se naš rad mogao procijeniti u odnosu na planirane ciljeve. Imamo, takođe, namjeru da putem ove strategije upoznamo naše osoblje i partnere koja je vizija Opštine, kako bi im takvo saznanje pružilo smjernice u radu i kako bi izvršili svoje usluge, znajući na koji način doprinose širim ciljevima.

Generalni ciljevi komunikacijske strategije su:

- unapređenje ugleda i identiteta opštine,
- podizanje kvaliteta i efikasnosti komunikacije sa ciljnim grupama, a posebno sa građanima, investitorima i višim nivoima vlasti,
- podsticanje transparentnosti i javne odgovornosti opštine kroz efikasnije komuniciranje sa klijentima, i kroz obuku građana o procedurama i nadležnostima,
- unapređenje pozicioniranja opštine u medijima,
- finansijski transparentnije i racionalnije komuniciranje unutar i izvan opštine zbog bolje kontrole troškova,
- uspostavljanje efikasnijeg sistema interne komunikacije kako bi se poboljšala saradnja unutar opštine.

Elementi komunikacijske strategije

Ovaj dokument sastoji se iz nekoliko dijelova koji u cjelini predstavljaju komunikacijsku strategiju opštine Doboj.

U prvom dijelu dokumenta pažnja je posvećena sistemskoj analizi sveukupnih komunikacija opštine, kako internih tako i eksternih, na osnovu kojih su, zatim, za svaki segment komunikacije određeni konkretni ciljevi i aktivnosti usmjerene na postizanje tih ciljeva.

Nakon toga detaljno su obrađene sve ciljne grupe važne za opštinu i njene komunikacijske aktivnosti, te su na osnovu analize tih ciljnih grupa, njihovih karakteristika, navika i potreba, a u skladu sa programskim i razvojnim potrebama Opštine, određeni ciljevi koji se komunikacijskim aktivnostima žele postići.

Treću segment strategije jeste komunikacijski plan, nakon čega slijedi plan procjene efekta komunikacijskih aktivnosti i, na kraju, aneksi relevantni za komunikacijske aktivnosti Opštine.

**„I da ostanem na samo jednom dolaru,
potrošio bih ga na odnose sa javnošću“**

Bill Gates, direktor softverskog giganta Microsoft

2. ANALIZA KOMUNIKACIJA (REVIZIJA KOMUNIKACIJA)

U ovoj sekciji, koja se bavi analizom komunikacija, daćemo detaljan uvid u načine i efekte komuniciranja unutar (interna komunikacija) i izvan (eksterna komunikacija) Opštine. Osim toga, pokušaćemo ući u organizacijske, finansijske i tehničke aspekte svih vidova komunikacije Opštine.

Kao rezultat tako postavljene sistematske analize komunikacija, definisaćemo specifične, mjerljive, ostvarive i relevantne ciljeve koje želimo postići, kao i aktivnosti koje ćemo preduzeti kako bismo ostvarili planirane ciljeve.

Kod analize internih komunikacija pažnju ćemo obratiti na sastanke osoblja, intranet, telefon, oglasne ploče, info-letak.

Kod analize eksternih komunikacija bavićemo se odnosima s medijima (saopštenja za štampu, konferencije za novinare, intervjui), veb stranicom, oglasnim pločama, promotivnim publikacijama, plaćenim oglašavanjem, telefonskom komunikacijom, odnosima s klijentima, dizajnom itd. Takođe, analiziraćemo i ljudske i tehničke resurse koji nam stoje na raspolaganju za obavljanje komunikacijskih aktivnosti i funkcija u opštini Doboj.

2.1 INTERNO KOMUNICIRANJE

2.1-1 Sastanci osoblja

Kolegijum načelnika

Na nivou Opštinske administrativne službe ustaljeni su sastanci kolegijuma načelnika, koji se drže najčešće ponedjeljkom u 9 časova. Pored funkcionera opštine (načelnik, zamjenik načelnika, predsjednik i potpredsjednici Skupštine opštine), sastanku po pravilu prisustvuju načelnici resornih odjeljenja (8), sekretari kabineta načelnika i kabineta predsjednika, te savjetnici.

Prostorni uslovi za ove sastanke (sala 28) nisu na potrebnom nivou (nedovoljno osvjetljenje, nedostatak stolica, nedostatak tehničkih pomagala...), što smanjuje mogućnosti kvalitetnog funkcionisanja ovakvog skupa.

Ovi sastanci uglavnom su operativnog karaktera, gdje, nakon referisanja svakog učesnika, načelnik daje kratak rezime i konkretna zaduženja po pojedinim resorima.

Kao osnovni problem u funkcionisanju ovakvih sastanaka, pored neuslovnog prostora, svakako predstavlja i prevelik broj učesnika, preobimnost pitanja koja se kandiduju na sastanku, pa samim tim i nemogućnost njihove kvalitetne elaboracije.

Ciljevi:

- Stvoriti bolje tehničko-prostorne uslove za sastanke kolegijuma načelnika
- Uvesti sistematičniju i efikasniju organizaciju sastanka.

Aktivnosti:

- (a) Kolegijum načelnika odvojiti od sastanaka sa nižim nivoima

- odgovornosti,
- (b) uvesti posebne sastanke sa nižim nivoima rukovođenja,
 - v) u sklopu buduće rekonstrukcije zgrade Opštine obezbijediti adekvatnu salu sa svim tehničkim preduslovima za kvalitetno funkcionisanje radnih sastanaka.

Sastanci na nižem nivou rukovođenja

Na nivou resornih odjeljenja, odjseka i službi održavaju se redovni ili povremeni sastanci operativnog karaktera, sa jasno naznačenim temama i detaljnom elaboracijom pojedinih aktuelnih pitanja.

Istraživanja govore da se ovim sastancima ne pridaje isti značaj u svim odjeljenjima, službama i odsjecima, što sužava mogućnosti potpunijeg iskorištenja postojećih kadrovskih potencijala, a time i ukupnih mogućnosti lokalne uprave na ostvarenju svoje misije.

Ciljevi:

- postići kontinuitet održavanja sastanaka na nivou resornih odjeljenja.

Aktivnosti:

- Načelnici resornih odjeljenja održavaće redovne sastanke najmanje jednom sedmično, po mogućnosti narednog dana po održavanju sastanka kolegijuma načelnika,
- Voditi zapisnike sa sastanka,
- Distribuirati zapisnike svim zaposlenima na koje se odnosi ti sastanci.

2.1-2 Intranet i interna elektronska komunikacija

Interna elektronska komunikacija u opštini Donoj ne funkcioniše, kao ni komunikacija putem intraneta. Za takvo nešto nisu stvorene tehničke pretpostavke a dijelom je problem i manjak stručnih kadrova.

Cilj:

- Uspostaviti efikasnu internu komunikaciju putem intraneta.

Aktivnosti:

- Umrežiti sve računare u jedan sistem,
- Svim službenicima obezbijediti računar,
- Svim službenicima dodijeliti poslovne e-mail adrese,
- Obučiti sve uposlene za korištenje intraneta i emaila u svakodnevnoj komunikaciji,
- Izraditi protokol o korištenju intraneta i emaila u poslovnoj komunikaciji,
- Obezbijediti tehničke preduslove za uspostavu intraneta,
- Obezbijediti ljudske resurse za uspostavu i održavanje intraneta.

2.1-3 Oglasne ploče za uposlene

U zgradi opštine Doboj na prigodnom(vidnom) mjestu nalazi se jedna oglasna ploča, na koju se postavljaju značajnija obavještenja, oglasi, naredbe, odluke, rješenja i druga dokumenta od značaja za internu komunikaciju.

Oglasne ploče ne postoje u odjeljenjima koja su dislocirana iz glavne upravne zgrade (Odjeljenje za prostorno uređenje, Odjeljenje za stambeno-komunalne poslove, Odjeljenje za poslove inspekcije i komunalne policije, Odjeljenje za obnovu i razvoj i Civilna zaštita).

Ne postoji poseban protokol (pravilnik) o broju, izgledu, sadržaju i ažuriranju oglasnih ploča, niti posebno zaduženo lice za oglasne ploče.

Rezultati istraživanja govore da zaposleni vrlo rijetko koriste oglasne ploče kao vid interne komunikacije (ne postoji navika, nedostaju oglasne ploče u svim objektima gdje su smještene opštinske službe, nedovoljno estetsko-tehničko uređenje oglasnih ploča).

Cilj:

- Unaprijediti internu komunikaciju putem oglasnih ploča.

Aktivnosti:

- Postaviti i estetsko-tehnički oblikovati oglasne ploče u svim objektima gdje su smještene opštinske službe,
- Uraditi protokol(pravilnik) o broju, izgledu, sadržaju i ažuriranju oglasnih ploča,
- Zadužiti lice koje će brinuti o potpunoj funkcionalnosti oglasnih ploča.

2.1-4 Interne uredbe, odluke, nalozi, rješenja, itd.

Interna komunikacija putem uredbi, odluka,naloga, rješenja i slično primjenjuje se redovno i sa tim vidom komunikacije uglavnom su upoznati svi zaposleni.

Sadržaj ovih dokumenata po svojoj prirodi uvijek je aktuelan, ali nije uvijek stilski i jezički usklađen.

Interne uredbe, odluke, nalozi i rješenja distribuiraju se blagovremeno putem resornih odjeljenja, odsjeka i službi.

Cilj:

- Postići potpunu funkcionalnost interne komunikacije putem uredbi, odluka, naloga, rješenja i slično.

Aktivnosti:

- Sve pismene uredbe, odluke, naloge i rješenja obavezno lektorisati.
- Obezbijediti uslove da se interne uredbe, odluke, nalozi i rješenja plasiraju i putem intraneta.

2.2 EKSTERNO KOMUNICIRANJE

2.2-1 ODNOSI S MEDIJIMA

Mediji predstavljaju nezamjenljiv faktor u obavještanju šire javnosti o radu i aktivnostima lokalne uprave i time odlučujuće utiču na formiranje javnog mnjenja. To potvrđuju i istraživanja „Mediacentra“ Sarajevo obavljena na području opštine Doboj, koja jasno ukazuju da građani najveći broj informacija o radu opštinske administracije dobijaju putem lokalnih medija, štampanih i elektronskih. Ove, kao i druge relevantne činjenice, dovoljan su razlog za jednu punu, kontinuiranu, sistematičanu, korektnu i profesionalnu saradnju s medijima. Do sada se ta saradnja uglavnom ogledala organizovanjem pres konferencija, pisanjem saopštenja, pozivima na sastanke, rasprave i prijeme, davanjem intervjuja i direktnim učešćem u programima elektronskih medija.

Obavljena istraživanja na ovom planu ukazuju da je neophodno pružiti još veću pomoć lokalnim i nacionalnim (državnim) medijima, kako bi se osiguralo potpunije, istinitije i objektivnije informisanje o radu lokalne uprave, a u cilju poboljšanja ugleda opštine u široj javnosti.

Ciljevi koje želimo postići:

- Sistematizovati odnose s medijima,
- ostvariti kvalitativan pomak u redovnom, objektivnom i potpunom obavještanju medija o radu opštinske administracije.

Aktivnosti:

- Izraditi i usvojiti protokol s medijima – ovlaštenja, način komunikacije s medijima, ocjena odnosa s medijima,
- redovno pratiti i analizirati sadržaj štampanih medija koji se distribuiraju na području opštine, što podrazumijeva redovnu pretplatu na svu dnevnu i periodičnu štampu koja prati rad Opštine,
- redovno pratiti i analizirati putem „press clippinga“ informativne i druge emisije elektronskih medija u kojima se tretira opština Doboj.

2.2-1-A Konferencije za novinare

Opština Doboj organizuje redovne konferencije za novinare, najmanje jednom mjesečno, a po potrebi i češće, na koje se pozivaju predstavnici svih medija koji egzistiraju na području opštine, kao i mediji sa nivoa Republike Srpske i BiH, koji su izrazili potrebu i želju da informišu javnost o zbivanjima u opštini Doboj.

Prisustvo konferencijama je veoma dobro. Konferencije se održavaju u prostoriji neuslovnoj za ove namjene.

Konferencije, koje uglavnom priređuju načelnik Opštine i predsjednik Skupštine opštine, u prosjeku traju 25-35 minuta.

Vrlo često novinari nisu zadovoljni ponuđenim temama, niti pruženim odgovorima, te u drugom dijelu konferencije traže odgovore i na aktuelna i problemska pitanja koja nisu kandidovana od strane priređivača konferencije. To je jedan od razloga što su izvještaji u medijima vrlo često kritički intonirani.

Cilj:

- Postići bolju kontrolu nad komunikacijom putem pres konferencija i uopšte unaprijediti ovaj vid komunikacije.

Aktivnosti:

- Uraditi protokol pres konferencija, uključujući i pravila o pripremi pisanih materijala za novinare,
- sadržaj pres konferencije prilagoditi najaktuelnijim pitanjima u Opštini, uključujući i prisutne negativne tendencije i problemske sadržaje,
- ne praktikovati organizovanje generalnih konferencija, već samo za specifična pitanja,
- usmjeravati tok konferencije prema naznačenoj temi, uz striktno pridržavanje programa,
- po održanoj pres konferenciji obavezno napisati saopštenje za javnost i dostaviti ga medijima,
- anketirati novinare o njihovim mišljenjima o pres konferencijama,
- standardizovati forme pozivanja na pres konferencije,
- obezbijediti bolje prostorne i tehničke uslove,
- redovno pratiti način izvještavanja sa pres konferencija.

2.2-1-B Obavještenja za štampu

Obavještenja za štampu jedan su od redovnih vidova eksterne komunikacije. Pišu se prema iskazanim potrebama i dostavljaju svim medijima koji prate rad Opštine. Za njihovu izradu, aktuelnost, jezičku i stilsku korektnost, zadužen je službenik za informisanje.

Obavještenja su po pravilu kratka (maksimalno do 25 redova), koncizna, pisana jednostavnim stilom i sa jasnom porukom.

Lokalni mediji, štampani i elektronski, po pravilu saopštenja objavljuju u cjelosti, dok državni to čine povremeno i u skraćenom obliku. Predstavnici medija smatraju da saopštenja trebaju biti češća, sa detaljnijim obavještenjima o pojedinim važnim događajima, kao i da budu u funkciji najave značajnijih posjeta, prijema i javnih rasprava koje organizuje Opština.

Cilj:

- Poboljšati kvalitet saopštenja za štampu u sadržajnom smislu i u tematskoj raznolikosti i aktuelnosti.

Aktivnosti:

- Sve značajnije događaje, pa i one problemskog karaktera, blagovremeno, poptuno i objektivno saopštavati u formi obavještenja,
- Uvesti praksu najave značajnijih dešavanja u Opštini svim zainteresovanim medijima.
- Redovna godišnja analiza saopštenja.

2.2-1-C Intervjui

Dosadašnja praksa davanja intervjuja od strane zvaničnika opštine uglavnom je pokazala da se oni priređuju na zahtjev pojedinih medija, i to većinom elektronskih.

Intervjue daju kompetentni predstavnici Opštine, uz prethodnu manju pripremu na planu sadržaja, ali bez posebne pripreme samog medijskog nastupa.

Sadržaj takvih otvorenih razgovora uglavnom je aktuelne prirode, sa mnogo «vrućih» pitanja i neposrednih odgovora, što ih čini i zanimljivim i gledanim (slušanim). Prema rezultatima istraživanja, ovakvi intervjui značajno doprinose potpunijem informisanju javnosti i poboljšanju ugleda Opštine.

Prisutan problem kod ovakvog načina komunikacije ogleda se ponekad u nepridržavanju novinarskog kodeksa od strane voditelja (postavljanje nekorketnih i provokativnih pitanja), kao i nemogućnost intervjuisanog da u istom trenutku pruži «očekivane» odgovore.

Rjeđi su primjeri davanja intervjuja na zahtjev zvaničnika Opštine. Oni se uglavnom priređuju povodom važnijih opštinskih datuma i događaja, kao i povodom značajnijih radnih uspjeha.

Cilj:

- Postići veću efektivnost u informisanju javnosti putem intervjuja.

Aktivnosti:

- Uvesti praksu davanja intervjuja od strane svih opštinskih funkcionera i načelnika resornih odjeljenja, a shodno temi koja se želi prezentovati javnosti,
- prije intervjuja obaviti detaljne pripreme kako na planu sadržaja razgovora, tako i na planu samog medijskog nastupa,
- jednom godišnje putem ankete mjeriti učinak ovakvih medijskih razgovora.

2.2-2 PROMOTIVNE PUBLIKACIJE (brošure, leci, itd.)

Opština Doboj priprema i izdaje Info-letak, koji izlazi jednom mjesečno, po pravilu nakon zasjedanja Skupštine opštine. Letak se štampa na formatu A5 (dvolist) i sadrži sve bitne informacije, zaključke i odluke sa skupštinskog zasjedanja.

Letak je pristupačan zaposlenim u opštini, odbornicima, medijima i svim građanima. Međutim, njegova čitanost procentualno je mala, pa samim time neznatna je i njegova uloga u eksternoj komunikaciji. Istraživanja govore da je Info-letak sadržajno nezanimljiv, loše dizajniran i sa monotonim administrativnim stilom.

Cilj:

- Sistematizovati primjenu promotivnih materijala
- Obezbijediti potpunije i kvalitetnije informisanje javnosti putem Info-letka.

Aktivnosti:

- Utvrditi godišnji izdavački plan promotivnih materijala, usklađen sa godišnjim planovima rada načelnika Opštine i Skupštine opštine,
- Utvrditi mjesta za plakate i ostale promotivne materijale u centru opštine i najmanje po jedno mjesto u svakoj mjesnoj zajednici.
- Utvrditi standardne grafičke klišee (špigla) za pojedine vrste promotivnih materijala (plakat, letak, brošura, katalog, pozivnica...)
- Poboljšati sadržaj i stilističko izražavanje u Info-letku,

- Poboljšati vizuelni izgled i tehničku dotjeranost Info-letka,
- Distribuirati letak i do određenih ciljnih grupa.

2.2-3 DIZAJN – VIZUELNI IDENTITET, ZNAK / LOGO

Način na koji se Opština vizuelno predstavlja, na primjer kroz publikacije, memorandume i na vozilima, od ključnog je značaja za javnu percepciju.

Opština Doboj nema normativno uređenu oblast na planu dizajna, što ima za posljedicu neprepoznatljiv identitet Opštine, a time i smanjenje mogućnosti njene afirmacije i ugleda. Generalno gledajući standardi dizajna su loši, uz miješanje štamparskog sloga, nedosljedno reprodukovanje logotipa (amblema) i veoma šaroliku prezentaciju. Tome doprinose i službenici koji pokušavaju da sami obavljaju poslove dizajna korištenjem vlastitih računara.

Opština ima svoj grb koji simbolizuje njene prirodne odlike i kulturno-istorijsku baštinu. Grb je ugrađen na ulazu u zgradu Opštine, a nalazi se i u kabinetima opštinskih funkcionera. Pored toga grb se štampa i na svim zvaničnim publikacijama u izdanju opštine.

Opština za sada nema urađen zvaničan memorandum.

Cilj:

- Ustanoviti totalni dizajn opštine,
- Sistematizovati korištenje dizajnerskog rješenja.

Aktivnosti:

- Uraditi total-dizajn Opštine (vizit kartice, memorandumi, promo materijali, publikacije, itd.) sa knjigom standarda dizajna,
 - Donijeti protokol o korištenju dizajna i primjeni knjige standarda dizajna.

2.2-4 FOTOGRAFIJA

Opština nema profesionalnog fotografa niti posebno određeno lice za bavljenje fotografijom. Samim tim ne postoji ni uređena arhiva fotografija, što umanjuje mogućnosti kvalitetnije saradnje sa štampanim medijima i potpunijeg predstavljanja Opštine u javnosti.

Nema sumnje da se veći dio fotografskog posla zasniva na komunikacijama i da je dostupnost, kvalitet i aktuelnost fotografije veoma bitna u komunikacijskom radu Opštine. Imajući na umu prezentovane činjenice, sadašnja situacija na planu fotografije nije u skladu sa komunikacijskim ciljevima Opštine.

Cilj:

- Sistematizovati korištenje fotografija u komunikaciji.

Aktivnosti:

- Sistematizovati radno mjesto profesionalnog fotografa u Opštini, (**aletrnativa:** sistematizovati poslove fotografa pri nekom već postojećem referatu ili sklopiti ekskluzivan ugovor sa nekim lokalnim fotografom),
- sačiniti foto-bazu podataka po vremenu nastanka i po tematskim cjelinama,
- izraditi protokol o korištenju fotografija.

2.2-5 BAZA KONTAKATA

Baza kontakata ne postoji. To pričinjava znatne poteškoće u pozivanju i kontaktiranju sa ciljnim grupama (mediji, privrednici, donatori, kulturni i sportski radnici...) i u slanju poruka.

Cilj:

- Formirati elektronsku bazu kontakata

Aktivnosti:

- Obezbijediti materijalno-tehničke uslove za formiranje baze kontakata
- odrediti službenika za prikupljanje podataka, njihovo selektovanje po ciljnim grupama i njihovo unošenje u računar,
- izraditi pravilnik o održavanju i korištenju baze kontakata.

2.2-6 REKLAMIRANJE U PROMOTIVNE SVRHE

Relamiranje u promotivne svrhe Opština vrši povremeno, najčešće putem oglašavanja u štampanim medijima u formi posebnog podlistka ili zakupljene cijele strane, te u elektronskim medijima kroz različite vidove prezentovanja.

Za ovakav način reklamiranja ne postoji protokol/pravilnik, kojim bi se regulisalo ko odlučuje o reklamiranju, u kojim medijima se oglašava, koliko godišnje to košta, koji je kriterijum za izbor medija, da li je oglašavanje grafički/vizuelno konzistentno i da li se mjeri učinak oglašavanja.

Cilj:

- Sistematizovati korištenje reklamiranja kao alata za komunikaciju Opštine s javnošću.

Aktivnosti:

- Početkom svake godine utvrditi plan o vrsti i načinu reklamiranja
- odrediti godišnji budžet,
- odrediti centralnu osobu za odobravanje svih reklama,
- prikupiti cjenovnike za reklamiranje od svih relevantnih medija i reklamnih agencija,
- Izraditi protokol/pravilnik o reklamiranju,

2.2-7 ZAKONOM PROPISANO OGLAŠAVANJE (konkursi za radna mjesta, odluke vijeća, itd.)

Opština Doboj ne posjeduje poseban pravilnik/protokol kojim bi se striktno uredila oblast zakonom propisanog oglašavanja, a prije svega godišnji budžet oglašavanja, gdje se vrši oglašavanje, kako se određuju mediji, ko sve to odobrava, kako se vrši analiza efekata oglašavanja, da li je oglašavanje konzistentno vizuelno i sl.

Cilj koji želimo postići:

- Sistematizovati zakonom propisano oglašavanje u promotivne svrhe.

Aktivnosti koje ćemo preduzeti kako bismo ostvarili cilj:

- Odrediti godišnji budžet
- Odrediti centralnu osobu za odobravanje oglašavanja
- Prikupiti cjenovnike svih relevantnih medija i reklamnih agencija,
- Izraditi protokol/pravilnik o zakonom propisanom oglašavanju.

2.2-8 W EB STRANICA OPŠTINE

Opština nema uređenu veb stranicu. Njena priprema je u toku.

Cilj:

- Postaviti i urediti veb stranicu opštine Doboj.

Aktivnosti:

- Angažovati stručnog konsultanta na ubrzanju procesa izrade veb stranice,
- izraditi pravilnik o korištenju veb stranice,
- imenovati urednika veb stranice,
- angažovati veb-mastera za tehničko održavanje veb stranice,
- obezbijediti tehničke prduslove za pokretanje veb stranice.

2.2-9 JAVNE KONSULTACIJE, ZBOROVI GRAĐANA, ITD.

Osnovni vid javne konsultacije s građanima ogleda se u zborovima građana i javnim raspravama po mjesnim zajednicama. Postavlja se opravdano pitanje koliko su ovi zborovi i rasprave efikasni vidovi participacije građana? Istraživanja govore da je osnovni problem ovih skupova – slab odziv građana, čemu je jednim dijelom uzrok neobaviještenost stanovništva o održavanju zborova.

Ipak, prema istraživanju Mediacentra Sarajevo, osnovni problem slabog odziva građana krije se u činjenici što se ovdje u većini slučajeva radi o formalnim aktivnostima, da se zadovolji forma a ne da se uistinu želi saslušati i uvažiti glas građana po važnim životnim temama.

Pored javnih konsultacija sa građanima putem zborova, opština povremeno organizuje sastanke sa tzv. fokus grupama, u prvom redu preduzetnicima, na kojima se raspravlja o aktuelnim problemima u oblasti privrede i najcjelishodnijem načinu njihova rješavanja.

Cilj:

- Povećati učešće građana i nevladinog sektora u procesu donošenja životno važnih odluka od strane lokalnih organa uprave.

Aktivnosti:

- Pratiti nivo posjete javnim raspravama (evidencija posjeta),
- razviti strategije i kampanje djelovanja u smislu većeg uključivanja građana na javnim raspravama i zborovima,
- upoznati građane o njihovim pravima i obavezama, kao i mogućnostima participacije,
- obučiti službenike Opštine i predstavnike mjesnih zajednica koji su odgovorni za organizaciju javnih rasprava i zborova kako na efikasniji način komunicirati sa građanima i kako promovisati skupove,
- uvesti alternativne oblike participacije pomoću redovnih anketa o životnim pitanjima građana.

2.2-10 OGLASNE PLOČE

Opština Doboj ne koristi oglasne ploče na planu eksterne komunikacije, iako za takvim vidom komunikacije sa javnošću postoji realna potreba. Doboj je urbanistički skladno uređen grad i kao takav posjeduje veoma prometna mjesta pogodna za lokaciju oglasnih ploča.

Cilj:

- Uspostaviti kontinuiranu i kvalitetnu komunikaciju sa javnošću putem oglasnih ploča.

Aktivnosti:

- Postaviti oglasne ploče na prigodnim prometnim mjestima u gradu,
- Uraditi protokol/pravilnik o broju, sadržaju i vizuelnom izgledu oglasnih ploča,
- Odrediti lice za održavanje oglasnih ploča i ažuriranje njihovog sadržaja.

2.2-11 ODNOSI S KLIJENTIMA / KORISNICIMA USLUGA

Pod odnosima sa klijentima podrazumijevamo prije svega uslugu telefonskih informacija, kao i usluge za građane koje se nude na šalterima opštine.

2.2-11-A Telefon

Anketiranje građana opštine Doboj pokazuje da većina anketiranih preferira da kontaktira Opštinu telefonom. Takvo saznanje upućuje na zaključak da efikasno odgovaranje na telefon predstavlja ključan način da se poboljša zadovoljstvo građana radom Opštine. Istraživanja govore da kod građana koji su imali pozitivan telefonski kontakt sa Opštinom preovladava dobro mišljenje o lokalnoj upravi. Međutim, iskustva građana sa telefonskim pozivima prema opštini variraju od veoma pozitivnih do izuzetno loših (često zauzeće, dugo čekanje na odgovor, neljubaznost, nemogućnost kontaktiranja visokih funkcionera, uobičajeni odgovori „nije tu“ i sl.).

Cilj:

- Unaprijediti kvalitet telefonskih usluga prema građanima.

Aktivnosti:

- Povećati broj direktnih telefonskih linija
- Usvojiti standard javljanja na telefon,
- Na telefonska pitanja po mogućnosti odgovoriti odmah ili u dogovorenom roku.

2.2-11-B Šalteri i službe

U Opštini postoji info-desk na kojem građani mogu dobiti potrebne informacije. Na njemu se nalaze potrebni obrasci, kao i brošure o radu opštinskih službi. Osoblje zaposleno na info-desku prošlo je odgovarajuću obuku za te poslove, uniformisano je i sa identifikacionim bedžom, što je garancija pružanja kvalitetnih usluga i pozitivnog vizuelnog dojma.

Problemi u radu šaltera uglavnom se donose na izuzetno veliku frekvenciju građana na tim mjestima, dijelom i zbog velikog broja povratnika koji tek treba da regulišu svoj status, što utiče na ekspeditivnost službenika a time i na veća čekanja za rješavanje zahtjeva građana.

Prema izvršenim istraživanjima, na duža čekanja građani su prinuđeni i u Odjeljenju za urbanizam (za pojedine dozvole čeka se više mjeseci), kao i u Odjeljenju za privredu i društvene djelatnosti, gdje je ustaljena procedura za otvaranje novih preduzeća i radnji nepotrebno komplikovana i duga.

Ciljevi:

- Poboljšati ekspeditivnost i efikasnost info-pulta i šalter-sale
- Pojednostaviti proceduru izdavanja dozvola i rješenja u nadležnim resornim odjeljenjima.

Aktivnosti:

- Definirati protokol odnosa s klijentima, strankama
- u strategiju razvoja opštine uključiti uvođenje efikasnijeg rada sa klijentima,

- ustanoviti pohvale i nagrade za službenike koji se ističu znanjem, revnošću, ekspeditivnošću u ljubaznošću.

2.3 LJUDSKI RESURSI

Na planu odnosa sa javnošću opština Doboj za sada ima angažovanog samo jednog službenika, koji, pored tih poslova, obavlja i poslove protokola, poslove vezane za primjenu Zakona o slobodi pristupa informacijama, kao i poslove portparola načelnika i cijele opštine .

Službenik za odnose sa javnošću, koji radi pri kabinetu načelnika, ima visoku stručnu spremu i dugogodišnje iskustvo u državnoj upravi i novinarstvu. On je prvenstveno zadužen za operativne poslove: piše saopštenja za štampu, organizuje pres konferencije, kontaktira sa medijima, daje izjave za medije, odgovara na zahtjeve građana za slobodan pristup informacijama, sastavlja protokole i vodi brigu o njihovoj realizaciji. Svojim aktivnostima pokriva djelovanje izvršne i zakonodavne vlasti.

Službenik za informisanje nema adekvatan radni prostor (smješten sa još jednim službenikom u veoma prometnoj kancelariji), niti svu potrebnu tehničku opremu za normalno funkcionisanje (na radnom mjestu nema direktnu telefonsku liniju, internet-konekciju, tv kameru, tv i video uređaj, foto-aparat, ne prima dnevnu štampu...).

Prema uspostavljenim standardima na planu odnosa sa javnošću, u opštinama sa preko 50 000 stanovnika i preko stotinu zaposlenih u opštinskoj administraciji, neophodno je ustanoviti Službu za informisanje i jasno definisati njen položaj i ulogu u ostvarenju misije lokalne zajednice i njenog strateškog razvoja.

Posebna budžetska sredstva za obavljanje aktivnosti odnosa sa javnošću ne postoje.

Ciljevi:

- Uspostaviti efikasnu i funkcionalnu Službu za informisanje(alternativni naziv: Služba za odnose s javnošću),
- uspostaviti sistem stalne i efikasne komunikacije između Službe za informisanje i svih ostalih segmenata organa lokalne uprave.

Aktivnosti:

- Izvršiti izmjene i dopune Pravilnika o organizaciji i sistematizaciji radnih mjesta Opštinske administrativne službe Doboj u smislu uspostave Službe za informisanje pri kabinetu načelnika,
- obezbijediti i opremiti kancelarijski prostor neophodnom tehničkom opremom (računari, telefon sa direktnom vanjskom linijom, priključak na internet, skener, tv i video uređaj, tv kamera, foto-aparat, dnevna štampa),
- definisati oblast djelovanja Službe za informisanje,
- sačiniti opis radnih mjesta u Službi za informisanje,
- definisati budžet za odnose sa javnošću, sa posebnim budžetom za Službu za informisanje

- usvojiti protokol o međusobnim obavezama između Službe za informisanje i ostalih službi u pogledu obaveze redovnog dostavljanja informacija i njihovog plasiranja putem sistema interne i eksterne komunikacije,
- obučiti odgovorna lica iz svih opštinskih službi u smislu prepoznavanja i dostavljanja svih važnih informacija za javnost Službi za informisanje (u štampanoj i elektronskoj formi).

3. CILJNE GRUPE

U ovom dijelu ćemo razviti smjernice i praksu kojom se unapređuju usluge za korisnike, mogućnost pristupa i bolje informisanje građana, odnosno ciljnih grupa.

Opština Doboj će posebnu pažnju posvetiti onim ciljnim grupama koje su najčešći korisnici usluga opštinske administracije ili predstavljaju partnere koji su direktno zainteresovani za punu i obostrano korisnu saradnju sa Opštinom. Dakle, ovdje ćemo detaljnije obraditi sljedeće ciljne grupe: građani, preduzetnici, investitori i donatori, viši nivoi vlasti i interne javnosti.

3.1 GRAĐANI

Osnovna misija opštine okrenuta je građanima, njihovim pravima, potrebama, obavezama i zahtjevima. Stoga su svakoj lokalnoj zajednici prioritet njeni građani, zbog kojih i postoji opštinska administracija kao nezamjenljiv servis građana na lokalnom nivou državnog organizovanja. Dakle, prioritetni interes Opštine je da građani budu zadovoljni radom lokalne uprave i nivoom pruženih usluga.

Koliko građani znaju o opštini, da li i koliko saraduju sa lokalnom vlašću, šta misle o njoj i na koji način primaju informacije o radu opštinske administracije? Ovo su samo neka od pitanja kojima se bavio istraživački tim „Mediacentra“ iz Sarajeva snimajući komunikacijske mogućnosti opštine Doboj.

Rezultati istraživanja govore da su građani nezadovoljni uslugama koje pruža opštinska administracija, dok opštinski rukovodioci, pa i zaposleno osoblje smatra da su građani zadovoljni uslugama. Takođe, i predstavnici civilnog sektora smatraju da je komunikacija između građana i Opštine u najvećem broju slučajeva loša.

Dakle, opštinski rukovodioci i službenici vide Opštinu mnogo pozitivnije nego građani i predstavnici civilnog sektora kao korisnici njenih usluga. Ovo ukazuje na neadekvatnu ocjenu rada Opštine, nepostojanje podataka o javnom mnjenju, o potrebama i raspoloženjima građana.

Ciljevi koje želimo postići:

- Utvrditi znanja, stavove i očekivanja građana vezano za rad Opštine,
- povećati znanja o mogućnostima i beneficijama participacije,
- povećati procenat građana koji smatraju da je Opština uspješna u svom radu,
- smanjiti procenat građana koji smatraju da je opštinska administracija korumpirana.

Aktivnosti:

- Naručiti ispitivanje javnog mnjenja od specijalizovane istraživačke agencije, i to na reprezentativnom uzorku, što će poslužiti kao osnova za buduće planiranje i procjenu komunikacija,
- U strategiju razvoja opštine uključiti i uvođenje efikasnijeg rada sa klijentima u pojedinim službama
- Organizovati javne tribine, seminare, okrugle stolove i sl. u smislu informisanja građana „licem u lice“ o radu i učincima lokalne uprave,
- izvršiti obuku zaposlenog osoblja na planu odnosa s klijentima,
- uvesti u praksu redovno sedmično pojavljivanje opštinskih funkcionera, kao i drugih odgovornih lica, u programima lokalnih i državnih medija.

3.2 PREDUZETNICI, INVESTITORI I DONATORI

Po prirodi svoga poziva i opredjeljenja preduzetnici, investitori i donatori zainteresovani su za rad Opštine i mogućnostima koje ona pruža na poslovnom i razvojnom planu. Otuda je veoma bitna njihova obaviještenost o radu i djelovanju opštinskih organa vlasti, o stremljenjima i podsticajima za brži ekonomski razvoj i ukupan društveni napredak.

Prema nalazima Opštinskog tima za lokalni razvoj (vidjeti „Strateški plan ekonomskog razvoja opštine Doboj 2007-2012“) Doboj je ocijenjen kao destimulativno poslovno okruženje, sa previsokim komunalnim troškovima za privredu, kritičnim odnosom lokalnih vlasti prema lokalnim preduzetnicima i preduzetništvu uopšte, stihijski prostorni razvoj, nedostatak novih industrijskih zona sa potrebnom infrastrukturom, pasivno i nepovezano tržište rada...

Cilj koje želimo postići:

- Povećati informisanost poslovne zajednice o poslovnim prilikama i potencijalnim mogućnostima ulaganja.

Aktivnosti:

- Prirediti paket pismenih informacija o aktuelnostima na privrednom i poslovnom planu i učiniti ih dostupnim preduzetnicima, investitorima i donatorima,
- izvršiti anketiranje privrednika o mogućim i poželjnim vidovima saradnje sa Opštinom,
- uraditi poseban adresar najznačajnijih privrednika na lokalnom nivou,
- organizovati posebne promotivne kampanje za privlačenje investicij.

3.3 VIŠI NIVOI VLASTI

Uspješan razvoj opštine Doboj podrazumijeva dobru saradnju sa višim nivoima vlasti, prevashodno sa Vladom Republike Srpske, odnosno resornim ministarstvima, kao i sa Vijećem ministara BiH.

Opština Doboј, prema obavljenim istraživanjima, nije adekvatno predstavljena na višim nivoima vlasti, što povlači za sobom brojne posljedice na statusnom i razvojnom planu.

Cilj:

- Postići veću i kvalitetniju saradnju sa višim nivoima vlasti i povećati njihovu informisanost o opštim prilikama u Opštini.

Aktivnosti:

- Sačiniti i ažurno voditi adresar organa i institucija na nivou Republike Srpske i BiH s kojima se održava redovna saradnja: slanje materijala, razmjena informacija, telefonski kontakti... (vidjeti sekciju „Baza kontakata“),
- održavati redovne kontakte sa višim organima, nap. putem redovnih sastanaka, prezentacija, gostovanja i sl.
- redovno distribuirati promotivne materijale.

3.4 INTERNE JAVNOSTI

Vlastito osoblje Opštine predstavlja ključnu publiku u smislu njihovog shvatanja uloge i rada Opštine. Efikasna interna komunikacija je nužna za uspješan rad i djelovanje Opštine i direktno je vezana za planiranje usluga i kvalitetno upravljanje. Svi zaposleni treba da budu dobro informisani o ulozi i ciljevima Opštine i da imaju priliku da učestvuju u njihovoj kreaciji i realizaciji, iznošenjem ideja, komentara i prijedloga. Dobro informisano i motivisano osoblje predstavlja glavnu potencijalnu snagu u jačanju javne svijesti o uspješnom radu i domaćinskom poslovanju Opštine. Postoji jasna veza između zadovoljstva osoblja i njihove uloge zagovornika vlasti. Bolja komunikacija, na osnovu povratnih informacija od osoblja, trebala bi poboljšati ukupnu efektivnost Opštine a time i njen ugled u javnosti.

Cilj koji želimo postići:

- Povećati pozitivno mišljenje o Opštini kao svojoj radnoj sredini za 30% u odnosu na sadašnje stanje.

Aktivnosti:

- Održavati redovne timske sastanke, gdje će preovladati lična, dvosmjerna komunikacija,
- Uvesti u praksu brifinge za timove, gdje će svi da čuju aktuelnosti u isto vrijeme i na isti način,
- Organizovati posjete i razgovore viših funkcionera i službenika sa zaposlenim osobljem,
- Istražiti opravdanost štampanja biltena za zaposleno osoblje,
- Jednom godišnje anketirati zaposlene o kvalitetu interne komunikacije.

4. KOMUNIKACIJSKI PLAN

CILJ	AKTIVNOSTI	Indikator uspjeha	Mjerenje uspješno-sti	Rok	Realizuje	
2.1. INTERNO KOMUNICIRANJE						
2.1-1 Sastanci osoblja <ul style="list-style-type: none"> • Stvoriti bolje tehničko-prostorne uslove za sastanke kolegijuma načelnika. • Uvesti sistematičniju i efikasniju organizaciju sastanka. • Postići kontinuitet održavanja sastanaka na nivou resornih odjeljenja. 	Kolegijum načelnika odvojiti od sastanka sa nižim nivoima odgovornosti – uvesti posebne sastanke sa nižim nivoima rukovođenja.	Održavaju se redovni sastanci na nivou resornih odjeljenja, vode se i distribuiraju zapisnici zaposlenom osoblju.	Uvid u protokol; Odluka o usvajanju protokola	31.01.2007.	Sekretar kabineta načelnika	
	U sklopu buduće rekonstrukcije zgrade Opštine obezbijediti adekvatnu salu sa svim tehničkim preduslovima za kvalitetno funkcionisanje radnih sastanaka.		Načelnici resornih odjeljenja održavaće sastanke najmanje jednom sedmično, po mogućnosti narednog dana po održavanju sastanka kolegijuma načelnika.	Plan sastanka, zapisnici	31.01.2007.	Sekretar kabineta načelnika;
				Uvid u projekat rekonstrukcije zgrade	Maj 2007.	Načelnik odjeljenja za prostorno uređenje
				Plan sastanka, zapisnici	31.01.2007.	Načelnici resornih odjeljenja
Voditi zapisnike sa sastanka. Distribuirati zapisnike svim zaposlenim		Uvid u zapisnike	31.01.2007.	Službenik za informisanje		

2.1-2 Intranet i interna elektronska komunikacija					
<ul style="list-style-type: none"> Uspostaviti efikasnu internu komunikaciju putem intraneta 	Umrežiti sve računare u jedan sistem	Računari umreženi	Uvid u informacijski sistem	Mart 2007.	Administrator informacijskog sistema
	Svim službenicima obezbijediti računar	Računari obezbijedjeni		Mart 2007.	Načelnici odjeljenja
	Svim službenicima dodijeliti e-mail adrese	E-mail adrese dodijeljene	Uvid u e-mail adrese	Mart 2007.	Administrator infor. sistema
	Obučiti sve uposlene o korištenju intraneta i e-maila u svakodnevnoj komunikaciji	Zaposleni obučeni za korištenje intraneta	Putem ankete provjeriti nivo znanja	30.04. 2007.	Administrator inf. sistema
	Izraditi protokol o korištenju intraneta i e-maila u poslovnoj komunikaciji	Protokol urađen	Ostvariti uvid u protokol	30.04. 2007.	Administrator infor. sistema
	Obezbijediti tehničke preduslove i ljudske resurse za uspostavu i održavanje intraneta	Stručni kadrovi i tehnički preduslovi obezbijedjeni		30.04. 2007.	Sekretar kabineta načelnika i administrator inf. sistema
2.1-3 Oglasne ploče za uposlene					
<ul style="list-style-type: none"> Unaprijediti internu komunikaciju putem oglasnih ploča 	Postaviti i estetsko-tehnički oblikovati oglasne ploče u svim objektima gdje su smještene opštinske službe	Oglasne ploče postavljene	Uvid u izgled i sadržaj oglasnih ploča	Mart 2007.	Odjeljenje za prostorno uređenje
	Uradi protokol (pravilnik) o broju, izgledu, sadržaju i ažuriranju oglasnih ploča	Protokol urađen	Uvid u protokol	25.02. 2007.	Službenik/služba za informisanje
	Zadužiti lice koje će brinuti o potpunoj	Osoba	Odluka o	25.02.	Načelnik opštine

	funkcionalnosti oglsnih ploča	zadužena	zaduženju	2007.		
2.1-4 Interne uredbe, odluke, nalozi, rješenja i sl.						
<ul style="list-style-type: none"> Postići potpunu funkcionalnost interne komunikacije putem uredbi, odluka, rješenja, naloga i sl. 	Sve pismene uredbe, odluke, naloge i rješenja obavezno lektorisati	Lektorisano	Uvid u tekst	25.02. 2007.	Službenik za informisanje	
	Obezbijediti uslove da se interne uredbe, odluke, nalozi, rješenja i sl. objavljuju(dostavljaju) i putem intraneta	Uslovi obezbijedeni	Ostvariti uvid u sadržaj intraneta	30.04. 2007.	Administrator informacionog sistema	
2.2 EKSTERNO KOMUNICIRANJE						
2.2-1 Odnosi s medijima						
<ul style="list-style-type: none"> Sistematizovati odnose s medijima Ostvariti kvalitativan pomak u redovnom, objektivnom i potpunom obavještanju medija o radu opštinske administracije 	Izraditi i usvojiti protokol za odnose s medijima – ovlaštenja, načini komunikacije sa medijima, ocjena odnosa sa medijima	Protokol urađen	Uvid u protokol	31.01. 2007.	Službenik(sluzba) za informisanje	
	Redovno pratiti i analizirati sadržaj štampanih medija koji se distribuiraju na području opštine, što podrazumijeva redovnu pretplatu na svu dnevnu i periodičnu štampu koja prati rad Opštine	Sadržaj medijskog izvještavanja se redovno prati		Uvid u prikupljene izvještaje medija	Tra- jno	Službenik(sluzba) za informisanje
	Redovno pratiti i analizirati infirmativne i druge emisije elektronskih medija u kojima se tretira opština Dobož	Emisije se redovno prate i analiziraju		Uvid u pismene izvještaje	Tra- jna	Službenik(sluzba) za informisanje

	Uvesti u praksu redovno i sažeto obavještavanje (brifing) opštinskih funkcionera o načinu i sadržaju predstavljanja opštine u medijima	Brifing funkcionise	Uvid u sadržaj brifinga	Tra- jno	Službenik (služba) za informisanje
2.2-1-A Konferencije za novinare					
<ul style="list-style-type: none"> Postići bolju kontrolu nad komunikacijom putem pres konferencija i uopšte unaprijediti ovaj vid komunikacije 	Uradi protokol pres konferencija, uključujući i pravila o pripremi pisanih materijala za novinare	Protokol urađen	Uvid u protokol	31.012 007.	Službenik (služba) za informisanje
	Sadržaj pres konferencija prilagoditi najaktuelnijim pitanjima u Opštini, uključujući i eventualne negativne tendencije i problemske sadržaje	Prilagođen sadržaj	Anketirati novinare i građane o kvalitetu sadržaja	Mart 2007.	Službenik (služba) za informisanje
	Ne praktikovati organizovanje generalnih konferencija, već samo za specifična pitanja	Konferencije po specifičnim pitanjima	Uvid u sadržaj i tok konferencija	31.01. 2007.	Službenik (služba) za informisanje
	Po održanoj pres konferenciji obavezno napisati saopštenje za javnost i dostaviti ga medijima	Uvedena praksa pisanja saopštenja	Uvid u saopštenja	31.01. 2007.	Službenik (služba) za informisanje
	Anketirati novinare o njihovim mišljenjima o pres konferencijama i prijedlozima za poboljšanje ovakvog načina komunikacije	Anketiranje obavljeno	Uvid u rezultate anketiranja	30.04. 2007.	Službenik (služba) za informisanje
	Obezbijediti bolje prostorno-tehničke uslove za održavanje ko-ferencija	Prostorno-tehnički uslovi obezbijeđeni		31.06. 2007.	Odjeljenje za prostorno uređenje

	Standardizovati forme pozivanja na pres konferencije	Urađeni standardni pozivi	Uvid u sadržaj poziva	31.01.2007.	Službenik (služba) za informisanje
	Izraditi spiskove medija koji se pozivaju na pres konferenciju (vidjeti sekciju o bazi podataka)	Spiskovi medija urađeni	Uvid u spiskove	31.01.2007.	Službenik(služba) za informisanje
2.2-1-B Obavještenja za štampu					
<ul style="list-style-type: none"> • Poboľjšati kvalitet saopštenja za štampu u sadržajnom smislu i u tematskoj raznolikosti i aktuelnosti 	Sve značajnije događaje, pa i one problemskog karaktera, blagovremeno, jasno i objektivno prezentovati putem saopštenja	Popravljen sadržaj saopštenja	Uvid u sadržaj saopštenja	31.01.2007.	Službenik(služba) za informisanje
	Uvesti praksu najave značajnijih dešavanja u Opštini putem saopštenja	Vrše se najave putem saopštenja	Uvid u sadržaj	31.01.2007.	Službenik(služba) za infromisanje
	Utvrđiti formu obavještenja za štampu	Standardizovana forma saopštenja	Uvid u saopštenje	31.01.2007.	Službenik(služba) za informisanje
	Redovna godišnja analiza saopštenja	Izvršena nalaza saopštenja	Uvid u rezultate analize	31.12.2007.	Službenik(služba) za informisanje
2.2-1-C Intervjui					
<ul style="list-style-type: none"> • Postići veću efektivnost u informisanju javnosti putem intervjuja 	Uvesti u praksu davanja intervjuja od strane svih opštinskih funkcionera i načelnika resornih dojeljenja, a shodno temi koja se želi prezentovati javnosti	Uvedena sistematičnost u davanju intervjuja	Pregled ostvarenih intervjuja	31.01.2007.	Službenik(služba) za informisanje

	Prije intervjua obaviti detaljne pripreme kako na planu sadržaja razgovora, tako i na planu samog medijskog nastupa.	Pripreme obavljene	Analiza nastupa	31.01. 2007.	Službenik (služba) za informisanje
	Jednom godišnje putem ankete mjeriti učinak ovakvih medijskih razgovora	Anketa obavljena	Analiza rezultata ankete	Novembar 2007.	Službenik(služba) za informisanje
2.2-2 Promotivne publikacije (brošure, leci, itd.)					
<ul style="list-style-type: none"> • Sistematizovati primjenu promotivnih materijala • Obezbijediti potpunije i kvalitetnije informisanje javnosti putem info-letka 	Utvrđiti godišnji izdavački plan promotivnih materijala, usklađen sa godišnjim planovima rada načelnika i Skupštine opštine	Plan napravljen	Uvid u plan	Mart 2007.	Službenik (služba) za informisanje
	Utvrđiti mjesta za plakate i ostale promotivne materijale u centru opštine i najmanje po jedno mjesto u svakoj mjesnoj zajednici	Obezbijedena mjesta za promo materijale	Ostvaren uvid u lokacije	Mart 2007.	Službenik (služba) za informisanje
	Utvrđiti standardne grafičke kliše (špigla) za pojedine vrste promotivnih materijala (plakat, letak, brošura, katalog, pozivnica...)	Utvrđeni standardi	Uvid u standarde	Mart 2007.	Službenik(služba) za informisanje
	Poboljšati sadržaj i stilističko izražavanje u Info-letku	Sadržaj i stil poboljšani	Analiza Info-letka	Mart 2007.	Službenik(služba) za informisanje
	Poboljšati vizuelni izgled i tehničku dotjeranost Info-letka	Izvršeno tehničko poboljšanje	Uvid u Info-letak	Mart 2007.	Službenik (služba) za informisanje
	Distribuirati letak i do određenih ciljnih grupa	Distribuciju izvršena	Uvid u dostavnu knjigu	Mart 2007.	Odjeljenje opšte uprave
2.2-3 Dizajn – vizuelni identitet, znak/logo					

<ul style="list-style-type: none"> • Ustanoviti totalni dizajn opštine • Sistematizovati korištenje dizajnerskog rješenja 	Uraditi total-dizajn Opštine (vizit kartice, memorandumi, promo materijali, publikacije itd.) sa knjigom standarda dizajna	Urađen totalni dizajn opštine	Uvid u knjigu standarda dizajna	April 2007.	Profesionalni dizajner odabran putem konkursa
	Uraditi protokol o korištenju dizajna i primjeni knjige standarda dizajna	Protokol urađen	Uvid u protokol	April 2007.	Službenik (služba) za informisanje
2-2-4 Fotografija					
<ul style="list-style-type: none"> • Sistematizovati korištenje fotografija u komunikaciji 	Sistematizovati radno mjesto profesionalnog fotografa u Opštini, (alternativa : sistematizovati poslove fotografa pri nekom već postojećem referatu ili sklopiti ugovor sa nekim lokalnim fotografom)	Sistematizovan o radno mjesto fotografa (odnosno, postupljeno po alternativnom rješenju)	Uvid u rješenje o postavljenju (odnosno, uvid u ugovor)	Mart 2007.	Načelnik opštine
	Sačiniti foto-bazu podataka po vremenu nastanka i po tematskim cjelinama	Foto-baza sačinjena	Uvid u foto-bazu	April 2007.	Fotograf
	Uraditi protokol za izradu i korištenje fotografija	Protokol urađen	Uvid u protokol	April 2007.	Fotograf
2.2-5 Baza kontakata					
<ul style="list-style-type: none"> • Formirati elektronsku bazu kontakata 	Obezbijediti materijalno-tehničke uslove za formiranje baze kontakata	Uslovi obezbijedeni	Uvid u materijalno-tehničke uslove	31.01. 2007.	Službenik (služba) za informisanje
	Odrediti službenika za prikupljanje podataka, njihovo selektovanje po ciljnim grupama i njihovo unošenje u računar	Službenik određen	Uvid u opis poslova i radnih zadataka	31.01. 2007.	Sekretar kabineta načelnika

	Izraditi pravilnik o održavanju i korištenju centralne baze kontakata	Pravilnik urađen	Uvid u pravilnik	31.01. 2007.	Službenik (služba) za informisanje
2.2-6 Reklamiranje u promotivne svrhe					
<ul style="list-style-type: none"> Sistematizovati korištenje reklamiranja kao alata za komunikaciju Opštine sa javnošću 	Početak svake godine utvrditi plan o vrsti i načinu reklamiranja	Plan sačinjen	Uvid u plan	31.01. 2007.	Službenik (služba) za informisanje
	Odrediti godišnji budžet reklamiranja	Budžet određen	Uvid u budžet	31.12. 2006.	Odjeljenje za finansije
	Odrediti osobu za odobravanje svih reklama	Osoba određena	Uvid u rješenje	31.12. 2006.	Načelnik opštine
	Prikupiti cjenovnike za reklamiranje od svih relevantnih medija i reklamnih agencija	Cjenovnici prikupljeni	Uvid u cjenovnike	31.01. 2007.	Odjeljenje za finansije
	Izraditi protokol/pravilnik o reklamiranju Opštine	Pprotokol urađen	Uvid u protokol	31.12. 2007.	Odjeljenje za finansije
2.2-7 Zakonom propisano oglašavanje (konkursi za radna mjesta, odluke SO, itd.)					
<ul style="list-style-type: none"> Sistematizovati zakonom propisano oglašavanje u promotivne svrhe 	Odrediti godišnji budžet	Budžet određen	Uvid u budžet	31.12. 2006.	Odjeljenje za finansije
	Odrediti centralnu osobu za odobravanje oglašavanja	Osoba određena	Uvid u rješenje	31.12. 2006.	Načelnik opštine
	Prikupiti cjenovnike svih relevantnih medija i reklamnih agencija	Cjenovnici prikupljeni	Uvid u cjenovnike	31.01. 2007.	Odjeljenje za finansije
	Izraditi protokol o zakonom propisanom aoglašavanju	Protokol urađen	Uvid u protokol	31.12. 2006.	Odjeljenje za finansije
2.2-8 Veb stranica opštine					
<ul style="list-style-type: none"> Postaviti i urediti veb stranici opštine 	Angažovati stručnog konsultanta na ubrzanju procesa izrade veb stranice	Konsultant angažovan	Uvid u ugovor	31.12. 2006.	Sekretar kabineta načelnika

Doboj	Izraditi pravilnik o korištenju veb stranice	Pravilnik urađen	Uvid u pravilnik	31.01. 2007.	Administrator inf. sistema
	Imenovati urednika veb stranice	Urednik imenovan	Uvid u rješenje	31.01. 2007.	Načelnik opštine
2.2-9 Javne konsultacije, zborovi građana, itd.					
<ul style="list-style-type: none"> Povećati učešće građana i nevladinog sektora u procesu donošenja životno važnih odluka od strane lokalnih organa vlasti 	Pratiti nivo posjete javnim raspravama (evidencija posjeta)	Vodi se evidencija	Uvid u evidenciju	31.01. 2007.	Službenik(slужba) za informisanje
	Razviti strategije i kampanje djelovanja u smislu većeg uključivanja građana na javnim raspravama i zborovima	Sačinjena strategija djelovanja	Uvid u strategiju	Mart 2007.	Službenik (slужba) za informisanje
	Upoznati građane o njihovim pravima i obavezama, kao i mogućnostima participacije	Provedena anketa među građanima	Uvid u rezultate ankete	April 2007.	Službenik (slужba) za informisanje
	Obučiti službenike Opštine i predstavnike mjesnih zajednica koji su odgovorni za organizaciju javnih rasprava i zborova kako na efikasniji način komunicirati sa građanima i kako promovisati skupove	Obuka izvršena	Putem ankete ocijeniti nivo znanja	April 2007.	Službenik(slужba) za informisanje
	Uvesti alternativne oblike participacije pomoću redovnih anketa o životnim pitanjima građana	Uvedene redovne ankete o životnim pitanjima građana	Uvid u rezultate ankete	Juni 2007.	Službenik (slужba) za informisanje
	Zadužiti lice odgovorno za organizovanje javnih rasprava	Zaduženo odgovorno lice	Uvid u rješenje	31.01. 2007.	Načelnik opštine
2.2-10 Oglasne ploče					

<ul style="list-style-type: none"> • Uspostaviti trajnu i kvalitetnu komunikaciju sa javnošću putem oglasnih ploča 	Postaviti oglasne ploče na pogodnim mjestima u gradu	Oglasne ploče postavljene	Ostvariti pregled oglasnih ploča	Mart 2007.	Odjeljenje za prostorno uređenje	
	Uraditi protokol/pravilnik o broju, sadržaju i vizuelnom izgledu oglasnih ploča	Protokol urađen	Uvid u protokol	Mart 2007.	Službenik(služba) za informisanje	
	Odrediti lice za održavanje oglasnih ploča i ažuriranje njihovog sadržaja	Imenovano lice za održavanje	Uvid u rješenje	Mart 2007.	Načelnik opštine	
2.2-11 Odnosi s klijentima/korisnicima usluga						
<ul style="list-style-type: none"> • Telefon Unaprijediti kvalitet telefonskih usluga prema građanima 	Povećati broj direktnih telefonskih linija	Povećan broj linija	Provjeri-iti funkcionisanje	31.01. 2007.	Odjeljenje za opštu upravu	
	Usvojiti standard javljanja na telefon	Sačinjen standard javljanja	Uvid u standard	31.01. 2007.	Odjeljenje za opštu upravu	
	Projektovati jedinstven imidž sa svih lokacija	Jedinstven imidž projektovan	Provjera jedinstvenog imidža	31.01. 2007.	Odjeljenje za opštu upravu	
	Na telefonska pitanja po mogućnosti odgovarati odmah ili u dogovorenom roku	Anketirati građane o načinu i kvalitetu odgovora	Uvid u rezultate ankete	Juni 2007.	Službenik(služba) za informisanje	
<ul style="list-style-type: none"> • Šalteri i službe 	Poboljšati ekspeditivnost i efikasnost info-pulta i	Definisati protokol odnosa sa klijentima, strankama	Protokol definisan	Uvid u protokol	Mart 2007.	Odjeljenje za opštu upravu

šalater sale Pojednostaviti proceduru izdavanja dozvola i rješenja u nadležnim resornim odjeljenjima	U strategiju razvoja opštine uključiti uvođenje efikasnijeg rada sa klijentima	Strategija dopunjena	Uvid u strategiju	Mart 2007.	Opštinski tim za lokalni razvoj
	Ustanoviti pohvale i nagrade za službenike koji se ističu znanjem, revnošću, ekspeditivnošću i ljubaznošću	Sačinjen pravilnik za pohvale i nagrade	Uvid u pravilnik	Mart 2007.	Odjeljenje za opštu upravu
2.3 LJUDSKI RESUSRSI					
<ul style="list-style-type: none"> Uspostaviti efikasnu i funkcionalnu Službu za informisanje (alternativni naziv: Služba za odnose s javnošću) 	Izvršiti izmjene i dopune Pravilnika o unutrašnjoj organizaciji i sistematizaciji u smislu uspostave Službe za informisanje pri kabinetu načelnika	Uspostavljena služba za informisanj	Uvid u Pravilnik	31.01. 2007.	Načelnik opštine
	Obezbijediti i opremiti kancelarijski prostor neophodnom tehničkio opremom (, računari, telefon sa direktnom linijom, priključak na internet, skener, tv, radio i video uređaj, tv kameru, fotoaparat, dnevnu štampu)	Prostor obezbijeden i opremljen	Uvid u funkcionaln ost prostora	Juni 2007.	Sekretar kabineta načelnika
	Definisati oblast djelovanja Službe za informisanje	Definisano djelovanje	Ostvaren uvid u Pravilnik	31.01. 2007.	Sekretar kabineta načelnika
	Sačiniti opis radnih mjesta u Službi za informisanje	Opis radnih mjesta sačinjen	Uvid u Pravilnik	31.01. 2007.	Sekretar kabineta načelnika

<ul style="list-style-type: none"> • Uspostaviti sistem stalne i efikasne komunikacije između Službe za informisanje i svih ostalih segmenata organa lokalne uprave 	Definisati budžet za odnose sa javnošću, sa posebnim budžetom za Službu za informisanje	Budžet sačinjen	Uvid u budžet	31.12. 2006.	Odjeljenje za finansije
	Usvojiti protokol o međusobnim obavezama između Službe za informisanje i ostalih službi u pogledu obaveze redovnog dostavljanja informacija i njihovog plasiranja putemsistema interne i eksterne komunikacije	Protokol sačinjen i usvojen	Uvid u protokol	31.01. 2007.	Služba za informisanje
	Obučiti odgovorna lica iz svih opštinskih službi u smislu prepoznavanja i dostavljanja svih važnih informacija za javnost Službi za informisanje (u štampanoj i elektronskoj formi)				
3. CILJNE GRUPE					
3.1 Građani					
<ul style="list-style-type: none"> • Utvrditi znanja, stavove i očekivanja građana vezano za rad Opštine • Povećati znanja o 	Naručiti ispitivanje javnog mnjenja od specijalizovane istraživačke agencije, i to na reprezentativnom uzorku, što će poslužiti kao osnova za buduće planiranje i procjenu komunikacija	Istraživanja obavljena	Uvid u rezultate istraživanja	Maj 2007.	Specijalizovana istraživačka agencija

<p>mogućnostima i beneficijama participacije</p> <ul style="list-style-type: none"> • Povećati procenat građana koji smatraju da je Opština uspješna u svom radu • Smanjiti procenat građana koji smatraju da je opštinska administracija korumpirana 	Organizovati javne tribine, seminare, okrugle stolove i sl. u smislu informisanja građana „licem u lice“ o radu i učincima lokalne zprave	Tribine, seminari i okrugli se organizuju	Putem ankete snimiti efekte ovakvih skupova	Redovne aktivnosti tokom godine	Odgovorno lice za organizovanje skupova i javnih rasprava
	Izvršiti obuku zaposlenog osoblja na planu odnosa s klijentima	Obuka osoblja obavljena		Mart2007.	Odjeljenje za opštu upravu
	Uvesti u praksu redovno mjesečno anketiranje građana koji dođu u opštinu po raznim osnovama	Anketiranje uvedeno	Uvid u rezultate ankete	Redovna mjesečna aktivnost	Služba za informisanje
	Uvesti praksu redovno sedmično pojavljivanje opštinskih funkcionera, kao i drugih odgovornih lica, u programima lokalnih i državnih medija	Funkcioneri učestvuju u programima medija	Uvid u analizu nastupa	Redovna aktivnost	Kabinet načelnika Kabinet predsjednika SO
3.2 Preduzetnici, investitori i donatori					
<ul style="list-style-type: none"> • Povećati informisanost poslovne zajednice o poslovnim prilikama i potencijalnim mogućnostima ulaganja 	Prirediti paket pismenih informacija o aktuelnostima na privrednom i poslovnom planu i učiniti ih dostupnim preduzetnicima, investitorima i donatorima	Paket pismenih informacija pripremljen	Uvid u informacije	Kvartalno	Služna za informisanje
	Izvršiti anketiranje privrednika o mogućim i poželjnim vidovima saradnje sa Opštinom	Anketiranje izvršeno	Uvid u rezultate ankete	Februar 2007.	Odjeljenje za privredu

	Uraditi poseban adresar najznačajnijih privrednika na lokalnom nivou	Adresar urađen	Uvid u adresar	Februar 2007.	Odjeljenje za privredu
	Podržati učešće privrednika na domaćim i međunarodnim sajmovima i ostalim privrednim manifestacijama	Podrška obezbijedena		Trajna aktivnost	Kabinet načelnika
3.3. Viši nivoi vlasti					
<ul style="list-style-type: none"> Postići veću i kvalitetniju saradnju sa višim nivoima vlasti i povećati njihovu informisanost o opštim prilikama u Opštini 	Sačiniti i ažurno voditi adresar organa i institucija na nivou Republike Srpske i BiH s kojima se održava redovna saradnja: slanje materijala, razmjena informacija, telefonski kontakti... (vidjeti sekciju „Baza podataka)	Adresar sačinjen	Uvid u adresar	31.01. 2007.	Služba za informisanje
	Održavati redovne kontakte sa višim organima, nap. putem redovnih sastanaka, prezentacija, gostovanja i sl.	Kontakti se održavaju redovno		Aktivnost trajna	Kabinet načelnika
	Redovno distribuirati promotivne materijale	Promotivni materijali se redovno distribuiraju	Uvid u materijale	Redovna aktivnost	Služba za informisanje
3.4 Interne javnosti					
<ul style="list-style-type: none"> Povećati pozitivno mišljenje o Opštini kao svojoj radnoj 	Održavati redovne timske sastanke, gdje će preovladati lična, dvosmjerna komunikacija	Uvedena praksa redovnih timskih sastanaka	Uvid u zapisnike sa sastanaka	Redovna aktivnost	Načelnik opštine i načelnici resornih odjeljenja

sredini za 30% u odnosu na sadašnje stanje	Uvesti u praksu brifinge za timove, gdje će svi da čuju aktuelnosti u isto vrijeme i na isti način	Blic obavještenja se realizuju	Uvid u sadržaj obavještenja	Redovna aktivnost	Služba za informisanje
	Organizovati posjete i razgovore viših funkcionera i službenika sa zaposlenim osobljem	Posjete se realizuju	Uvid u službene zabilješke	Redovna aktivnost	Funkcioneri i druga odgovorna lica
	Istražiti opravdanost štampanja biltena za zaposlene osoblje	Istraživanja obavljena	Uvid u rezultate istraživanja	Juni 2007.	Služba za informisanje
	Jednom godišnje anketirati zaposlene o kvalitetu interne komunikacije	Anketa urađena	Uvid u rezultate ankete	Decembar 2007.	Služba za informisanje

5. PLAN EVALUACIJE

Aktivnost	Šta istražujemo	Realizator	Rok	Stavka u Kom. planu
1. Istraživanje javnog mnjenja (interne i eksterne javnosti, mediji i novinari)	Stavovi građana o lokalnim organima vlasti, znanje o aktivnostima Opštine, i procjena kvaliteta komunikacija	Služba za informisanje	Jednom godišnje (septembar 2007.)	3.1, 3.2., 2.1-2, 2.2-1-A, 2.2-1-B, 2.2-1-C, 2.2-9, 2.2-11.
2. Fokus grupe sa ciljnim javnostima (interne i eksterne javnosti, mediji i novinari). Ukupno 4 fokus grupe.	Stavovi o lokalnim organima vlasti, znanje o aktivnostima Opštine, iu procjena kvaliteta komunikacija	Služba za informisanje i Odsjek za privredu	Septembar 2007.	3.1, 3.2., 2.1-2, 2.2-1-A, 2.2-1-B, 2.2-1-C, 2.2-9, 2.2-11.
3. Analiza saopštenja za javnost, intervjua i uopšte pozicioniranja u medijima na osnovu Press clippinga	Sadržaj i poruke saopštenja i njihova zastupljenost u medijima	Služba za informisanje	Jednom godišnje (septembar 2007.)	2.2-1-B

6. BUDŽET

Stavka	Jedinica mjere	Količina	Jedinična cijena	Ukupna cijena	Napomena
2.1 INTERNO KOMUNICIRANJE					
2.1-2 Interna elektronska komunikacija	Računar	10	1.100	11.000	
Obuka osoblja za korištenje intraneta	Dan obuke	5	400	2.000	
2.1-3 Oglasne ploče	Ogl. ploča	3	60	180	
2.2 EKSTERNO KOMUNICIRANJE					
2.2-1 Odnosi s medijima					
Dnevna štampa	novine	5 (365)	1,00	1.825	„Glas Srpske“, „Dnevni avaz“ „Nezavisne novine“ „Oslobođenje“ „Fokus“
2.2.2 Promotivne publikacije					
Info-letak	primjerak	2.000			
Plakat	primjerak	500	1,00	500	Različite vrste plakata po potrebi
Katalog	primjerak	1.000	1,50	1.500	
Pozivnice	primjerak	800	0,30	240	
2.2-3 Dizajn , znak/logo	honorar	12 mjeseci	300	3.600	Angažovanje profesionalnog dizajnera po ugovoru
2.2-4 Fotografija					
Usluge fotografa	honorar	12	200	2.400	Angažovanje profesionalnog fotografa

					po ugovoru
Digitalni fotoaparati sa Optičkim zumom		1	900	900	
2.2-6 Reklamiranje u promotivne svrhe	Reklama(jedno objavljivanje)	300	30	9.000	
2.2-7 Zakonom propisano oglašavanje	oglas	36	300	10.800	
2.2-8 Veb stranica opštine				5.000	
2.2-10 Oglasne ploče	komada	5	250	1.250	
2.3 Ljudski resursi					
Služba za inf. - zaposleni	Bruto plate	3 (12)	950	34.200	
TV prijemnik	komada	1	300	300	
TV kamera (pokretna)	komada	1	1.200	1.200	
DVD uređaj	komada	1	150	150	
3.1. Građani					
Ispitivanje javnog mnjenja	godišnje	1	6.000	6.000	
3.2 Preduzetnici, investitori i donatori					
Promotivne kampanje za privlačenje investicija	kampanja	2	4.500	9.000	
UKUPNO					101.045

7. HRONOLOŠKI AKCIONI PLAN

Aktivnost	Rok	Realizuje
JANUAR 2007.		
1. Uvođenje u praksu redovnih timskih sastanaka na nivou resornih odjeljenja	15.januar	Načelnici resornih odjeljenja
2. Analitičko praćenje zastupljenosti Opštine u medijima i priprema pres brifinga za opštinske organe	Kontinuirana aktivnost	Službenik za informisanje
3. Uraditi protokol pres konferencija, uključujući i pravila o pripremi pisanih materijala za novinare	30.januar	Službenik za informisanje
4. Priprema saopštenja za javnost	Kontinuirana aktivnost	Službenik za informisanje
5. Uraditi sandardne forme pozivanja na pres konferencije	30.januar	Službenik za informisanje
6. Uvođenje u praksu planiranja redovnog davanja intervjua od strane svih opštinskih funkcionera i načelnika resornih odjeljenja, a shodno temi koja se želi prezentovati javnosti	Kontinuirana aktivnost	Opštinski funkcioneri, načelnici resornih odjeljenja i službenik za informisanje
7. Formiranje baze kontakata	31.januar	Administartor inf. sistema
8. Izrada pravilnika o održavanju i korištenju centralne baze kontakata	31.januar	Administrator info-Rmatičkog sistema
9. Sačiniti plan o vrsti i načinu reklamiranja	31.januar	Službenik za informisanje
10. Sačiniti pravilnik o korištenju veb stranice	31.januar	Urednik veb stranice
11. Zadužiti lice odgovorno za organizovanje javnih rasprava	31. januar	Načelnik opštine
12. Povećati broj direktnih telefonskih linija i usvojiti standard javljanja na telefon	31.januar	Odjeljenje za opštu upravu
13. Organizovati posjete i		

razgovre viših funkcionera i službenika sa zaposlenim osobljem	Kontinuirana aktivnost	Funkcioneri i službenik za informisanje
FEBRUAR 2007.		
1. Uraditi pravilnik o broju, izgledu, sadržaju i ažuriranju oglasnih ploča	28.februar	Službenik za informisanje
2. Izvršiti izmjene i dopune Pravilnika o unutrašnjoj organizaciji i sistematizaciji u smislu uspostave Službe (Odsjeka) za informisanje	28.februar	Načelnik opštine
3. Definirati oblast djelovanja Službe za informisanje i sačiniti opis radnih mjesta u Službi za inf.	28.februar	Sekretar kabineta načelnika
4. Sačiniti i usvojiti protokol o međusobnim obavezama Službe za informisanje i ostalih organa i službi u pogledu obaveze redovnog dostavljanja informacija i njihovog plasiranja putem sistema interne i eksterne komunikacije	28.februar	Služba za informisanje
5. Izvršiti anketiranje privrednika o mogućim i poželjnim vidovima saradnje sa Opštinom	28.februar	Odjeljenje za privredu
MART 2007.		
1. Umrežiti sve računare u jedan sistem i svim službenicima dodijeliti e-mail adrese	15.mart	Administrator informacionog sistema
2. Postaviti i estetsko-tehnički oblikovati oglasne ploče u svim objektima gdje su smještene opštinske službe, kao i na prigodnim mjestima u gradu	25. mart	Odjeljenje za prostorno uređenje
3. Obučiti sve zaposlene o korištenju intraneta i e-	25.mart	Administrator

maila u svakodnevnoj komunikaciji		informacionog sistema
4. Uraditi protokol o broju, izgledu, sadržaju i ažuriranju oglasnih ploča	25.mart	Službenik za informisanje
5. Utvrditi standardne grafičke klišee (špigla) za pojedine vrste promotivnih materijala (plakat, letak, brošura, katalog, pozivnica...)	30.mart	Profesionalni dizajner (po ugovoru)
6. Utvrditi godišnji izdavački plan promotivnih materijala, usklađen sa godišnjim planovima rada načelnika i Skupštine opštine	30.mart	Službenik za inforisanje
7. Sistematizovati poslove fotografa pri nekom već postojećem referatu ili za te poslove angažovati profesionalnog fotografa po ugovoru	30.mart	Načelnik opštine
8. Sačiniti strategiju kampanje u smislu većeg uključivanja građana na javnim raspravama	30.mart	Službenik za informisanje i službenik za mjesne zajednice
9. Definisati Pravilnik o načinu odnosa sa klijentima, strankama	30.mart	Odjeljenje za opštu upravu
10. Ustanoviti pohvale i nagrade za službenike koji se ističu znanjem, revnošću, ekspeditivnošću i ljubaznošću	30.mart	Odjeljenje za opštu upravu
APRIL 2007.		
1. Obezbijediti tehničke predušlove da se interne uredbe, odluke, nalozi, rješenja i sl. objavljuju (dostavljaju) i putem intraneta	30. april	Administrator informacionog sistema
2. Uraditi total-dizajn opštine (vizit kartice, memoradumi, promo materijali, publikacije it.) sa knjigom standarda dizajna	30. april	Profesionalni dizajner (po ugovoru)

3. Uraditi pravilnik o korištenju dizajna i primjeni knjige standarda dizajna	30.april	Profesionalni dizajner (po ugovoru)
4. Sačiniti foto-bazu podataka	30.april	Fotograf
5. Uraditi pravilnik za izradu i korištenje fotografija	30.april	Fotograf
5. Obučiti službenike Opštine i predstavnike mjesnih zajednica koji su odgovorni za organizaciju javnih rasprava i zborova kako na efikasniji način komunicirati sa građanima i kako promovisati skupove	30.april	Službenik za informisanje i šef odsjeka za društvene djelatnosti
MAJ 2007.		
1. Obezbijediti adekvatnu salu sa svim tehničkim preduslovima za kvalitetno funkcionisanje radnih sastanaka i konferencija za novinare	20.maj	Načelnik Opštine i načelnik Odjeljenja za prostorno uređenje
2. Ispitivanje javnog mnjenja na reprezentativnom uzorku, što će poslužiti kao osnova za buduće planiranje i procjenu komunikacija	30.maj	Specijalizovana istraživačka agencija
JUNI 2007.		
1. Uvesti alternativne oblike participacije pomoću redovnih anketa o životnim pitanjima građana	30.juni	Službenik za mjesne zajednice
2. Usvojiti standard javljanja na telefon i projektovati jedinstven imidž sa svih lokacija	30.juni	Odjeljenje za opštu upravu
SEPTEMBAR 2007.		
1. Organizovati javne tribine, seminare, okrugle stolove i sl. u smislu informisanja građana „licem u lice“ o radu i učincima lokalne uprave	25.septembar	Služba za informisanje i Odsjek za društvene djelatnosti
OKTOBAR 2007.		

1. Uvesti U praksu redovno mjesečno anketiranje građana koji dođu u opštinu po raznim osnovama	15. oktobar	Službenik za informisanje
NOVEMBAR 2007.		
1. Izvršiti istraživanje javnog mnjenja (fokus grupe sa ciljnim javnostima) o lokalnim organima vlasti i kvalitetu komunikacija	30.novembar	Služba za informisanje (ili specijalizovana agencija za istraživanje javnog mnjenja)
DECEMBAR 2007.		
1. Anketirati zaposlene o kvalitetu interne komunikacije	20.decembar	Služba za informisanje

ANEKSI KOMUNIKACIJSKE STRATEGIJE

PROTOKOL O ODNOSIMA S MEDIJIMA

Uvod

Ovaj protokol pojašnjava način na koji opštinski organi i službe održavaju odnose s medijima. On podržava strateške ciljeve Opštine poboljšanjem komunikacija između Opštine i različitih grupa u javnosti putem medija.

Budući da se s vremena na vrijeme javljaju i neka sporna pitanja, utvrđuje se ovaj protokol radi izbjegavanja konfuzije i nesporazuma oko uloge Službe za informisanje (Služba za odnose sa javnošću) i internih, odnosno vanjskih komunikacija.

Odnosima s medijima upravlja Služba za informisanje opštine Doboj. U nadležnost Službe spada: saradnja sa lokalnim, regionalnim i republičkim (nacionalnim) medijima radi širenja znanja o radu opštinskih organa uprave. Služba odgovara na medijske upite, izdaje saopštenja i druge tekstove za javnost i šalje pozive medijima po potrebi. Sve ove aktivnosti se vode u skladu sa važećim zakonima i aktima Opštine Doboj. Služba za informisanje se, dakle, ne bavi nikakvim poslovima stranačko-političke prirode, već djeluje jedino u korist Opštine kao cjeline.

Cilj Službe je da bude proaktivna i reaktivna u odnosima s medijima. Proaktivnošću se maksimalno pojačava medijsko izvještavanje i razumijevanje politike i aktivnosti Opštine. Reaktivnošću se stav Opštine i njenih organa prenosi medijima, a time i javnosti, kada se od tih organa traži da reaguju na određenu situaciju ili problem koji se tiče Opštine ili za koji je Opština zainteresovana.

Politika Opštine je: otvorenost i iskrenost u odnosu s medijima i odgovaranje na njihove upite na najbrži i najpotpuniji način.

Ko se treba obraćati medijima?

Medijima se obraćaju odgovorna lica, zavisno od teme, odnosno problematike koja se želi plasirati putem medija. Prvi kontakt između medija i opštinskih organa i službi ostvaruje odgovorno lice iz Službe za informisanje. Nijedan službenik se ne smije obraćati medijima ili slati materijale medijima bez prethodnog odobrenja Službe za informisanje.

Od načelnika Opštine i predsjednika Skupštine opštine obično se traži da daju odgovore na pitanja vezana za generalnu politiku ili odluke Opštine, dok se od načelnika odjeljenja, te šefova odsjeka i službi, može zatražiti da se detaljnije bave operativnim pitanjima. U slučaju da opštinski funkcioneri, odnosno odgovorni službenici nisu dostupni, šef Službe za informisanje daje dogovorenu izjavu u ime te službe, načelnika Opštine ili predsjednika Skupštine opštine. Mediji obično kao izvor navode portparola načelnika Opštine.

Svi koji mogu doći u situaciju da sarađuju s medijima treba da pohađaju obuku o odnosima s medijima i tehnikama intervjuisanja. Šef Službe za informisanje vrši koordinaciju tog posla.

Saopštenja za štampu

Glavni cilj saopštenja za štampu koje izdaje načelnik Opštine, predsjednik Skupštine opštine ili resorna odjeljenja, je sljedeći:

- bolje razumijevanje usluga koje pružaju opštinski organi uprave i funkcija koje oni vrše;
- davanje objašnjenja javnosti o razlozima za određenu politiku i prioritete;
- jačanje lokalne odgovornosti.

U skladu sa ovim ciljevima, saopštenja moraju biti:

- direktno relevantna za funkcije određenog opštinskog organa ili službe;
- zasnovana na činjenicama;
- odraz rješenja, odluka ili zaključaka koje donosi načelnik Opštine ili Skupština opštine.

Prilikom davanja objašnjenja za politiku i ciljeve određenog opštinskog organa ili službe, saopštenja treba da budu:

- objektivna,
- uravnotežena,
- informativna ,
- tačna,
- orijentisana na činjenice ili njihovo objašnjenje ili i jedno i drugo.

Saopštenja ne treba da:

- budu korištena za uticaj na javnu podršku za određenu političku stranku,
- isuviše pojednostavljuju činjenice, probleme ili obrazloženja,
- napadaju i miniraju opšteprihvaćene standarde,
- pokušaju da uvjere javnost da zauzme određeni stav po nekom pitanju koje se tiče politike.

U saopštenjima za štampu ne objavljuju se stavovi pojedinih službenika ili odbornika Skupštine opštine, ali je dopušteno citiranje službenika.

Međutim, publicitet treba dati stavovima ili aktivnostima načelnika Opštine i predsjednika SO, kao i načelnicima resornih odjeljenja. Njihovi stavovi ne treba da budu odraz ličnih stavova pojedinaca ili političkih stranaka.

Saopštenja za štampu se, prema tome, mogu izdavati povodom sljedećih pitanja:

- odluka koje donosi načelnik Opštine ili Skupština opštine,
- preporuka načelnika Opštine i SO,
- specijalnih rezolucija namijenjenih Skupštini opštine,

- odluka koje donose određene komisije, savjeti ili odbori Skupštine opštine,
- drugih važnih pitanja koja utiču na rad načelnika Opštine ili Skupštinu opštine i na koje treba reagovati,
- operativnih pitanja vezanih za resorna odjeljenja, odsjeke i službe.

Služba za informisanje izdaje sva saopštenja za štampu, osim onih koja se tiču operativnih pitanja u Službi civilne zaštite, Protivpožarnoj i spasilačkoj službi. U takvim saopštenjima se može citirati načelnik, predsjednik SO ili odgovorni službenik, koji zatim odobrava nacrt teksta.

U okolnostima kada dogovorenu odluku ne podržava ili ne predlaže vodeća politička grupacija u Opštini (ukoliko takva postoji), ipak se može izdati saopštenje za štampu, s tim što se u tom slučaju u saopštenju citira odgovorno lice grupacije. U situaciji kad niko nema potpunu političku kontrolu nad Skupštinom opštine, citira se predsjednik ili vođa političke (partije) grupacije.

Ponekad dolazi do teških ili osjetljivih situacija koje izazivaju veliki medijski interes i u kojima je važno da Služba za informisanje bude spremna i na nivou zakonom utvrđene odgovornosti. Takvi primjeri mogu biti različite optužbe protiv opštinskih funkcionera i službenika, navodni slučajevi zloupotrebe položaja, navodne finansijske neregularnosti i sl. U takvim slučajevima je važno da načelnik Opštine, predsjednik SO ili načelnici odjeljenja osiguraju pravovremeno informisanje sljedećih ljudi:

a) šefa Službe za informisanje,

b) odgovarajućih odbornika SO i šefova odgovarajućih političkih partija (grupacija), ističući sve osjetljive aspekte i potrebnu tajnost, kao i sam slučaj i kako ga tretirati.

Šef Službe za informisanje se, po pitanju odnosa s medijima, konsultuje sa svim odgovornim osobama, ukoliko je to potrebno.

Nakon postizanja dogovora o izjavi, ne preporučuje se da bilo koji drugi član iste grupacije daje posebnu ili dodatnu izjavu.

Konačnu odluku o izdavanju saopštenja za štampu, njihovom sadržaju i stilu donosi šef Službe za informisanje, zajedno sa načelnikom Opštine.

Dodatak 2

PROCEDURE ZA JAVNU POTROŠNJU

Bez obzira na to koliko svakodnevni rad određene službe bio nezavisan, ona je ipak služba Opštine Doboj koju plaćaju građani i to se mora vidjeti u marketinškim i reklamnim poslovima.

Skupština opštine se složila sa jedinstvenim upravljanjem komunikacijama Opštine, u što spadaju publikacije, promocije i marketing, putem centralizacije upravljanja nad cjelokupnom komunikacijskom potrošnjom u rukama šefa Službe za informisanje i načelnika Opštine Doboj.

Mehanizmi funkcionisanja ovog sistema su propisani zakonom i podzakonskim propisima, kao i internim aktima Opštine, kojima se zahtijeva od svih opštinskih organa i službi da vode urednu evidenciju cjelokupne potrošnje, pa i potrošnje za publicitet, i da ovu potrošnju iskazuju u godišnjim izvještajima.

Pod publicitetom se, u smislu ovog akta, podrazumijeva bilo koja komunikacija, u bilo kom obliku, kojom se obraća široj javnosti ili jednom njenom dijelu.

Iz stavke potrošnje za publicitet pokrivaju se troškovi za:

- Brošure, letke i informativne knjižice,
- izvještaje i materijale koji služe za konsultacije,
- biltene,
- izložbe,
- promotivne reklame i konkurse za radna mjesta,
- javna i zakonom propisana obavještenja,
- direktnu poštu,
- plakate i vanjske oglase,
- promotivne i reklamne predmete (npr. bedževe, naljepnice, vrećice, balone),
- video i audiovizuelne prezentacije,
- cd romove i materijale na novim medijima.

Tu ne spadaju dnevni redovi i zapisnici sa sjednica, kao ni obavještenja o formalnim sastancima.

Ne smije se vršiti nikakva javna potrošnja (osim davanja konkursa za radna mjesta i zakonom propisanih obavještenja) bez pismene dozvole šefa Službe za informisanje i načelnika Opštine. Sva takva potrošnja mora imati osnovu u dogovorenim budžetskim sredstvima i budžetskom kodu i biti prijavljena finansijskom službeniku Opštine u sklopu procesa evidentiranja i praćenja potrošnje u skladu sa zakonom. Van ove procedure se ne smije vršiti niti ugovarati nikakva javna potrošnja.

KOMUNIKACIJSKA POVELJA ZA RUKOVODIOCE

Svaki rukovodilac u opštini Doboj dužan je:

- Održavati redovne sastanke sa svojim timom, kao i pojedinačne sastanke, te davati procjene rada svakog člana tima.
- Pažljivo razmotriti poruku i informacije koje daje; da li su koncizne i jasne – i da li govori samo ono što treba. Provjerite sa svojim timom da li su ispravno shvatili informacije.
- Iskoristiti osnovni dnevni red sastanka i obezbijediti da njegov tim ima redovne prilike za razmjenu informacija i postavljanje pitanja.
- Prilikom davanja publiciteta nekom projektu ili službi, razmislite i kako će to primiti šira publika – uključujući štampu na lokalnom ili državnom nivou. Ukoliko postoje sumnji provjeriti sa Službom za informisanje i vašim prvim saradnicima.
- Uvijek na samom početku razmotriti komunikacijski aspekt projekta ili službe ili promjene u službi, i tražiti savjet. Najprije trebate konsultovati rukovodioca Službe za informisanje u vašoj opštini. Na taj način dobićete pravovremen savjet i osigurati da vaš projekat ostvari maksimalan efekat u smislu komunikacija.
- Ohrabriti svoj tim da koristi web sajtove(iz svoje oblasti) i intranet, kao izvore informacija, i da budu upoznati sa njihovim sadržajima.
- Osigurati da se osoblju koje nema redovan pristup kompjuteru saopštavaju ili prosljeđuju relevantne informacije o Opštini i njenim aktivnostima; nastojati im rezervisati redovnu priliku da na mirnom mjestu provjere intranet najmanje jednom sedmično.
- Upoznati se sa informacijama koje može pronaći na intranetu vezano za postupanje sa problematičnim korisnicima i upravljanje osjetljivim diskusijama sa osobljem.

DODATAK 4

KOMUNIKACIJSKA POVELJA ZA OSOBLJE

Kao službenik u Opštini Doboj trebate:

- Opredjeliti se za pružanje pravovremenih i tačnih informacija Službi za informisanje, a u cilju davanja kvalitetnih odgovora na upite od medija, interna pitanja ili neko drugo komunikacijsko pitanje. Takođe, trebate pružiti pravovremene informacije u vezi sa pitanjima kojima želite dati publicitet.
- Upoznati se sa priručnikom za komunikacije i drugim aktima iz te oblasti i koristiti ih kao prvu tačku konsultacija u slučaju komunikacijskih upita. Pobrinite se da poznajete protokole u vezi medija, kao i smjernice za vizuelni i pisani stil.
- Razgovarati sa šefom Službe za informisanje o vašim potrebama vezano za dizajn i publikacije, i planirati puno vremena unaprijed. Vizuelni materijal koji napravite vi ili neki dizajner izvana, mora biti usklađen sa usvojenim standardima i pravilnicima Opštine.
- Koristiti samo dobavljače sa liste koju je odobrila Služba za informisanje i tražiti savjet o tome koji dobavljač najviše odgovara vašim potrebama (samo u oblasti komunikacija).
- Ukoliko radite sa dizajnerom ili agencijom izvana, pobrinite se da oni koriste ispravan logo Opštine, palete boja i smjernice za stil.
- Pobrinite se da se pridržavate rasporeda i rokova prilikom izrade komunikacijskih materijala – uvijek planirajte period potreban za dobijanje odobrenja i potpisivanje.
- Kada izrađujete sadržaj za web; bilo za internet ili intranet, molimo vas da najprije provjerite sa urednikom web stranice da li se uklapa u strategiju Opštine za web.