



MINISTERSTVO VNITRA  
ČESKÉ REPUBLIKY

# Strategická komunikace: Přínosy a přístupy

**Mgr. Filip Zavřel**

odbor strategického rozvoje  
a koordinace veřejné správy  
Ministerstvo vnitra ČR



MINISTERSTVO VNITRA  
ČESKÉ REPUBLIKY

# CÍLE STRATEGICKÉ KOMUNIKACE



## Změna přemýšlení

Posun komunikace mezi hlavní agendy organizace (vysvětlování kroků, dialog s veřejností, posilování důvěryhodnosti organizace a institucí).



## Strategické řízení

Strategické řízení komunikace (plány komunikace, profesionalizace, ucelenost, kontinuita, identita, připravenost a odpovědnost).



## Zefektivnění komunikace

Profesionálové, dostatečné financování, využívání dostupných nástrojů komunikace, evidence-based rozhodování, analytika.



## Boj s dezinformací

Podpora kvalitních a nezávislých informací, vyvracení dezinformací, ovládnutí narativu.



- ✓ **Analytická část** (zhodnocení současného stavu komunikace)
- ✓ Stanovení **globálního cíle** (jak se chce organizace prezentovat – branding, čeho chce dosáhnout)
- ✓ Stanovení **cílů komunikace** (realistické, termínované a měřitelné cíle)
- ✓ Stanovení **cílových skupin a metod jejich oslovování** (kdo jsou cíloví adresáti?)
- ✓ Stanovení **hlavních sdělení** (co chcete komunikovat a komu?)
- ✓ **Komunikační kanály/nástroje**
- ✓ **Vizuální komunikace** – zpracování grafického manuálu (případně jednotného vizuálního stylu)
- ✓ Stanovení **časového harmonogramu plnění**
- ✓ Stanovení **potřebných a dostupných zdrojů** (lidských i finančních)
- ✓ Stanovení **odpovědných osob/útvárů a jejich úkolů**
- ✓ Stanovení **období evaluace** (vyhodnocení plnění cílů, efektivity komunikace)
- ✓ Zpracování **komunikačních plánů**



## Ukázka analýzy současného stavu

Nástroj/kanál	Aktuální stav	Návrh řešení
<b>Tiskové zprávy</b>	Tvorba ad hoc, slabá míra přijetí u médií.	Posílit media relations (navázat vztahy s redakcemi), provedení revize způsobu tvorby tiskových zpráv, vypracování segmentovaných media listů, na které budeme tiskové zprávy zasílat dle zaměření.
<b>Tiskové konference</b>	Neprobíhají.	Vytipovat sdělení vhodná pro tiskové konference. Zmapovat zájem médií. Zorganizovat pilotní tiskovou konferenci.
<b>Časopis/zpravodaj</b>	Vydáváme měsíčně. Distribuujeme do každé domácnosti v obci. Nemáme komplexní zpětnou vazbu.	Zorganizujeme/připravíme anketu/dotazník (online i fyzicky) o spokojenosti obyvatel s časopisem/zpravodajem.
<b>Webové stránky</b>	Zastaralé (poslední redesign před více než deseti lety). Nepřehledné. Není speciální verze pro mobilní zařízení.	Vypíšeme veřejnou zakázku na redesign v duchu jednotného vizuálního stylu organizace. Analýzou návštěvnosti sestavíme novou intuitivní strukturu. Součástí redesignu bude také responzivní verze pro mobilní telefony.
<b>Sociální síť</b>	Máme Facebook, ale přispíváme jen ojediněle, když je příležitost a čas. Zapojení veřejnosti je minimální.	Provedeme analýzu profilu a určíme možnosti zlepšení. Zkusíme připravit publikační plán. Zanalyzujeme, jestli se vyplatí experimentovat i s jinými sociálními sítěmi (Instagram, LinkedIn).



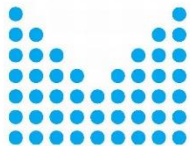
## Tradiční nástroje:

- Media relations (budování vztahů s konkrétními novináři či redakcemi)
- Tiskové zprávy (poutavé, výstižné, srozumitelné)
- Tiskové konference (také snídane s novináři, press tripy apod.)
- Kulaté stoly
- Inzerce
- Tiskoviny – zpravodaj, letáky, brožury
- Setkávání s občany (resp. s cílovými skupinami)
- Samostatné kampaně
- TV

## Online nástroje:

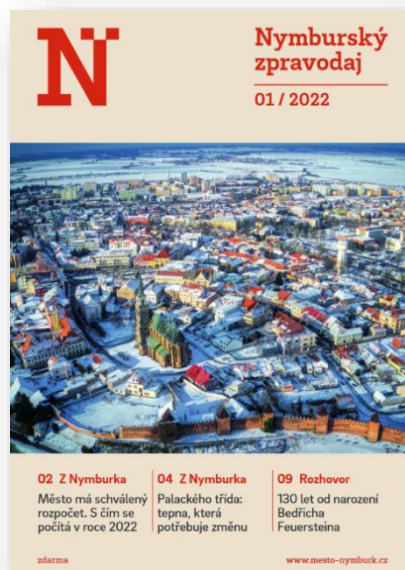
- Webové stránky
- Sociální sítě (Facebook, Instagram, YouTube, Twitter, LinkedIn, TikTok...)
- Newsletter
- Online marketing
- Podcasty
- Mobilní rozhlas a obdobné aplikace
- Webináře
- Wikipedie (správa vlastního hesla ve webové encyklopedii)





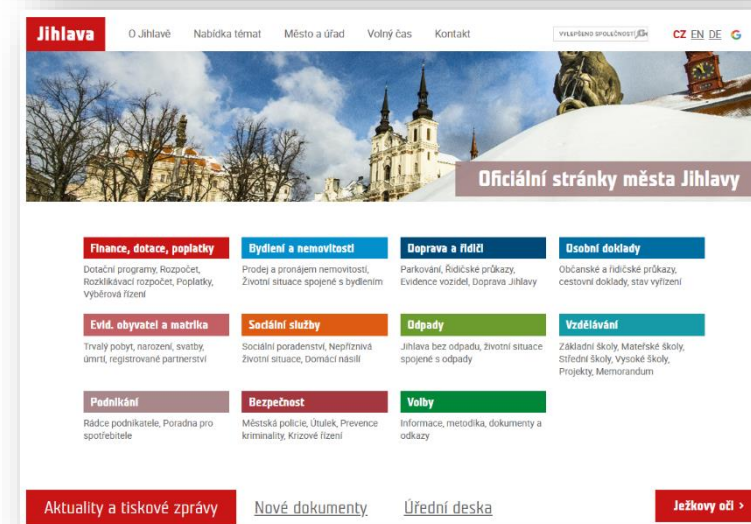
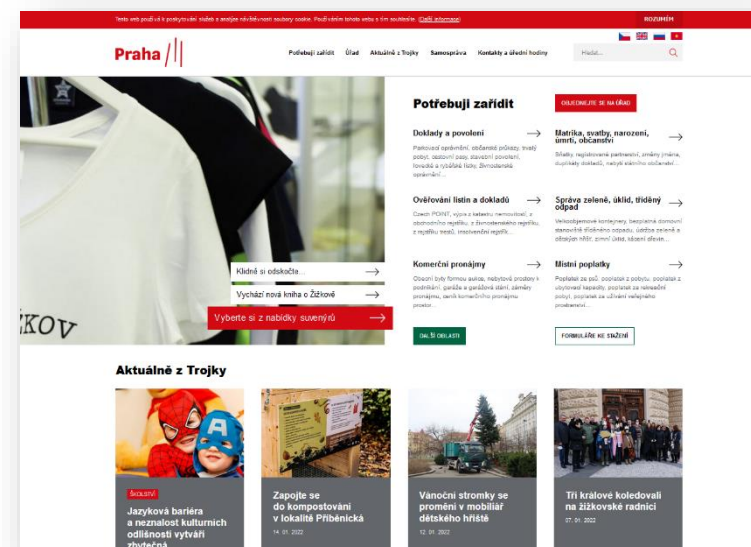
MINISTERSTVO VNITRA  
ČESKÉ REPUBLIKY

## Zpravodaje



## Ukázka dobré praxe

### Webové stránky





## Jak komunikovat na sociálních sítích?

- **Bud'te relevantní a autentičtí**
- **Bud'te struční**
- **Vsad'te na vizuální stránku**
- **Studujte své fanoušky**
- **Zapojte komunitu**
- **Bud'te aktivní**
- **Bud'te pozitivní**
- **Analyzujte**
- **Nastavte vnitřní procesy**
- **Zajistěte bezpečnost komunikace (viz doporučení NUKIB)**

### Znalost – užívání vybraných sociálních sítí v ČR (2021):

YouTube – 91 %

Facebook – 89 %

Instagram – 54 %

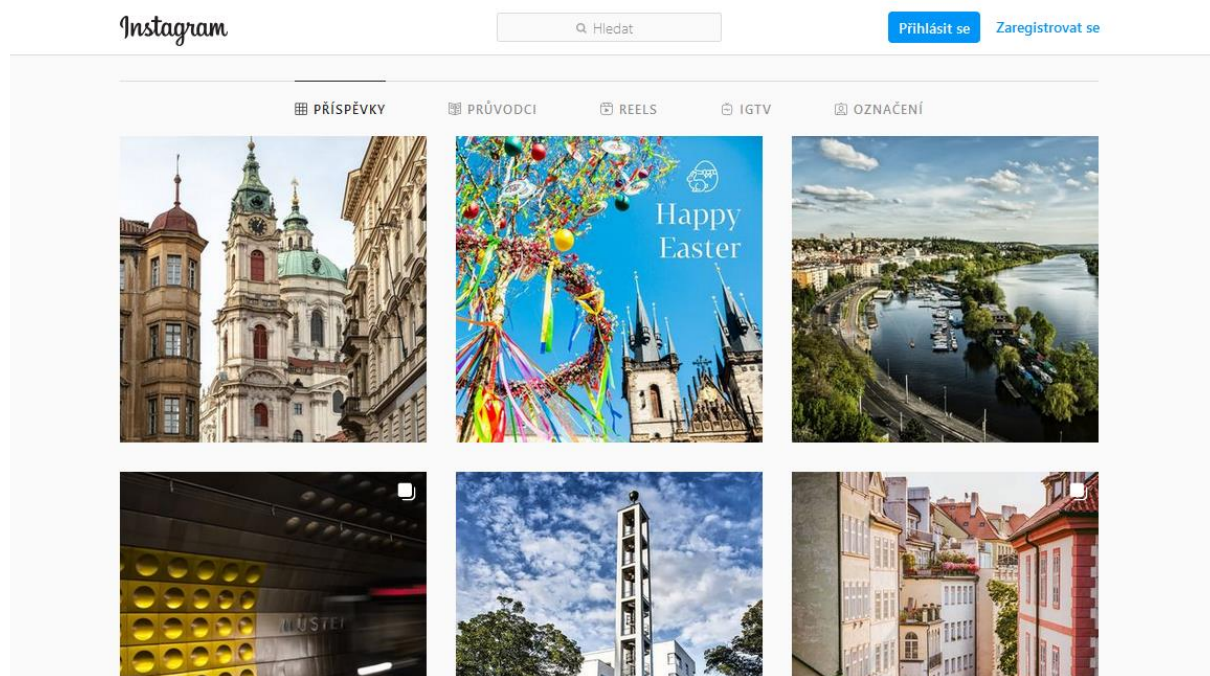
TikTok – 21 %

Snapchat – 17 %

*Zdroj: AMI Digital Index 2021*



MINISTERSTVO VNITRA  
ČESKÉ REPUBLIKY



Ukázka z instagramového profilu Prahy. (Zdroj:  
[www.instagram.com/cityofprague](https://www.instagram.com/cityofprague))

## Ukázka dobré praxe



Ukázka úspěšných příspěvků Městské policie  
Přerov na FB (Zdroj:  
[www.facebook.com/mpprerov/](https://www.facebook.com/mpprerov/))





## Rady pro správný postup:

- Připravte **veřejnou soutěž**.
- Dostatečně **propagujte konání soutěže** (zejména mezi profesionálními studií a agenturami).
- Vyčleňte **dostatečný obnos pro účastníky** (skicovné) a **vítěze soutěže** (vytvoření vizuální identity se může zdát nákladné, ale v dlouhodobém horizontu dojde díky sjednocení a vytvoření šablon k finanční úspoře).
- Sestavte **porotu** nejen ze zástupců obce, ale **také z odborníku** v oboru grafického designu.
- **Specifikujte zadání soutěže** (vytvoření funkční vizuální identity, nejen loga).
- Aktivně **komunikujte průběh i výsledek soutěže s veřejností** (vysvětlete, co vše vizuální identita zahrnuje a jaké má přínosy).
- **Implementujte vizuální identitu** do veškeré komunikace a marketingu a dodržujte grafický manuál.

Zdroj:  
Czechdesign.cz



Zdroj:  
Markéta  
Steinert



Zdroj:  
Toman  
Design

Zdroj: Svěráz





HM Government

Government  
identity system



UK Government

## Departments



Cabinet Office



HM Treasury



Home Office



Ministry  
of Defence



Foreign, Commonwealth  
& Development Office



Wales Office



Ministry  
of Justice



Department  
of Health &  
Social Care



Department  
for Education



Department  
for Transport



Scotland Office



Department for  
International Trade



Department  
for Environment  
Food & Rural Affairs



Northern  
Ireland  
Office



Department for  
Business, Energy  
& Industrial Strategy



Ministry of Housing,  
Communities &  
Local Government



Attorney  
General's  
Office



Department  
for Work &  
Pensions



Department for  
Digital, Culture,  
Media & Sport

## Agencies



Driver & Vehicle  
Standards  
Agency



National Maritime  
Information Centre



Maritime &  
Coastguard  
Agency



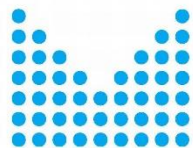
Driving  
Standards  
Agency



HM Coastguard



Highways  
Agency



MINISTERSTVO VNITRA  
ČESKÉ REPUBLIKY



Úřad vlády České republiky



POSLEANEKÁ SNĚMOVNA  
PARLAMENTU ČESKÉ REPUBLIKY



## Jednotný vizuální styl – stát?



Ministerstvo dopravy



MINISTERSTVO PRÁCE  
A SOCIÁLNÍCH VĚCÍ



MINISTERSTVO VNITRA  
ČESKÉ REPUBLIKY



Ministerstvo financí  
České republiky



MINISTERSTVO  
PRŮMYSLU A OBCHODU



Ministerstvo zahraničních věcí  
České republiky



MINISTERSTVO  
KULTURY



MINISTERSTVO ZDRAVOTNICTVÍ  
ČESKÉ REPUBLIKY



MINISTERSTVO  
PRO MÍSTNÍ  
ROZVOJ ČR



MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ

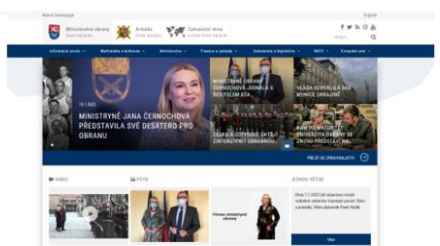
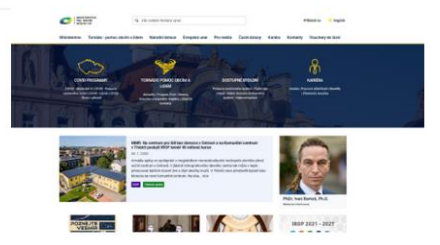


Ministerstvo obrany  
České republiky




Ministerstvo životního prostředí  
České republiky









PORTÁL

VEŘEJNÉ

SPRÁVY


# Nástroj pro anonymizaci dokumentů

Prostřednictvím tohoto rozhraní se můžete přihlásit do anonymizačního nástroje.

Nástroj využijí zaměstnanci orgánů veřejné moci, kterým je určen a bezplatně poskytován.

Díky nástroji jednoduše a rychle provedete anonymizaci Valich směr a můžete je tak získat do Registru směr.


Pro přihlášení zvolte jeden z následujících způsobů:



Přihlášení pomocí

přihlašovacích údajů

do datové schránky



Přihlášení pomocí JIP

(Jednotný identifikační

prostor Czech POINT)

Datová schránka

JIP

K přihlášení použijte přihlašovací údaje vašeho zaměstnavatele. Pozn. přihlášením do této aplikace nevstupujete přímo do datové schránky.

Nahrajte soubor (třeba i v obrázkovém formátu) a po úpravě jej aplikací sama převede do strojově čitelného formátu.


Provedte začernění osobních údajů a případně i obchodního tajemství.

Soubor se uloží ve formátu pdf s testovou vlnou.

K přihlášení použijte přihlašovací údaje do JIP – musíte mít v JIP zřízený účet (pokud nemáte, obraťte se na administrátora vaší organizace). Pozn. : proces zřízení účtu v JIP je popsán v dokumentaci Czech POINT.

Nahrajte soubor (třeba i v obrázkovém formátu) a po úpravě jej aplikací sama převede do strojově čitelného formátu.

K přihlášení použijte přihlašovací údaje do JIP – musíte mít v JIP zřízený účet (pokud nemáte, obraťte se na administrátora vaší organizace). Pozn. : proces zřízení účtu v JIP je popsán v dokumentaci Czech POINT.



COVID

PORTÁL

DOMŮ

ZIVOTNÍ SITUACE


AKTUALNÍ OPATŘENÍ

EN

Napište, co hledáte

HLEDAT


Očkování



Přihlásit k očkování

Registrovat se do Centrálního rezervačního systému


CHCI SE ZAREGISTROVAT



Jak se zaregistrovat

Jak registraci a rezervaci vyplnit? Kdo mi s tím pomůže?

VÍCE




Informace o vakcině


Jak očkování funguje? Kdo by se neměl nechat očkovat?

VÍCE


Cestování




Slovensko




Rakousko




Egypt




Itálie




Německo




Polsko



Španělsko




Francie



Spojené arabské emiráty

VŠECHNY ZEMĚ



gov.cz

Hledat

Q

PŘIHLÁSIT SE DO PORTÁLU OBČANA

CZ

ÚVOD

SLUŽBY VEŘEJNÉ SPRÁVY

ZIVOTNÍ UDÁLOSTI

O ŽIVOTĚ V ČR

ČÁSTĚ DOTAZY

KAM DÁL


S datovkou už na úřad nemusíte

Komunikujte se státem elektronicky

- Datovka funguje nonstop, úřední hodiny si určujete vy.
- Za používání datovky v komunikaci s úřady se nic neplatí.
- Úřední záležitosti vyřídíte odkudkoli. Na úřad nemusíte.

VÍCE ZDE


Životní události



Cestování


Aktuálně

Jedete do zahraničí? Ověřte si aktuální podmínky pro cesty do vybraných zemí.




Covid Portál

Aktuální vládní opatření zpracována srozumitelně do běžných životních situací.




Narození dítěte

Podívejte se, co musíte a můžete řešit, když čekáte dítě.




Změna trvalého pobytu

Změna trvalého pobytu přináší řadu povinností. Podívejte se jaké.




Uzavření manželství

Přečtěte si, co vše je potřeba řešit se státem před a po svatbě.



Pořízení silničního vozidla

Podívejte se na přehled věcí, které musíte nebo můžete zařídit, když si pořizujete silniční vozidlo.



ÚŘAD PRŮMYSLŮVÉHO VLASTNICTVÍ

O ÚŘADU

PRŮMYSLŮVÁ PRÁVA

SLUŽBY

INFORMAČNÍ ZDROJE

VZDĚLÁVÁNÍ

E-PORTÁL

ENGLISH


Q

Zajímá mě ...


HLEDAT

Varování


Před aktivitami některých subjektů (nevyžádané nabídky na uzavření smlouvy)




VYNÁLEZY / PATENTY




UŽITNÉ VZORY



OCHRANNÉ ZNAMKY



PRŮMYSLOVÉ VZORY



OZNAČENÍ PŮVODU A ZEMĚPISNÁ OZNAČENÍ

Vynálezy / Patenty

Obecné informace

On-line databáze

Poplatky

Národní přihláška (Přihlašování v ČR)

Přihlašování do zahraničí

Dodatková ochranná osvědčení pro léčiva a pro přípravky na ochranu rostlin – SPC



MINISTERSTVO VNITRA  
ČESKÉ REPUBLIKY

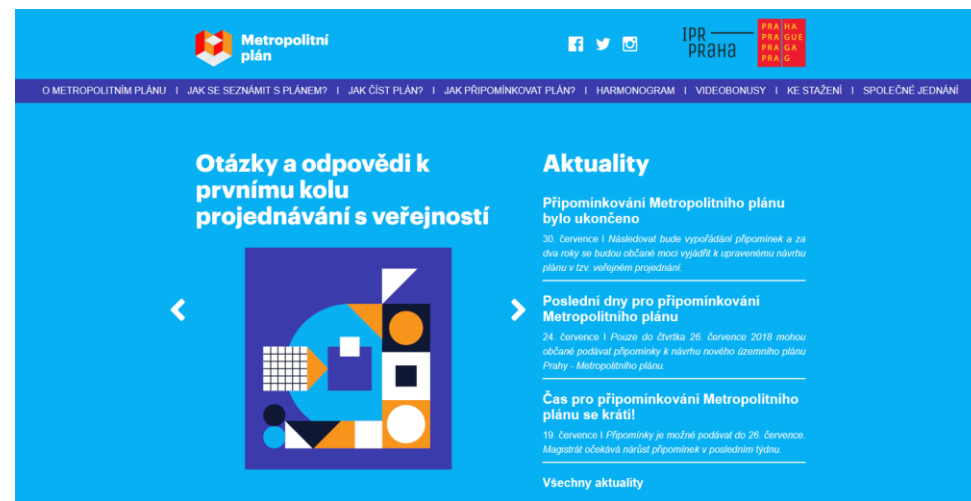
## Přínosy:

- Konstruktivní dialog s veřejností
- Posilování demokracie
- Posilování důvěryhodnosti institucí
- Zapojení občanů do správy a rozhodování
- Otevřená komunikace s veřejností

## Nástroje:

- Setkávání s občany (zapojování před, během i po)
- Participativní rozpočet
- Komunikace
- Získávání zpětné vazby
- Zapojení mládeže

# Zapojování veřejnosti





## Jak bojovat s dezinformacemi:

- **Vytipovat témata vaší organizace náchylná na dezinformace**
- **Analyzovat postoje, adresáty a původce dezinformací** k výše vytipovaným tématům. Připravit krizové scénáře.
- **Analyzovat šíření dezinformací** (přítomnost falešných účtů, náhlý nárůst aktivity, odkazy na nedůvěryhodné zdroje, opakování zpráv napříč různými účty, jazyk příspěvků působící jako automatický překlad, posílání příspěvků v nestandardních časech).
- **Analýzou zjistit, jestli existuje propojení mezi šířiteli dezinformací.** Z toho lze vyvodit, které zájmové skupiny za manipulacemi stojí a proč.
- Analýzou lze také zjistit, jestli ve vašem publiku existuje **potenciální odbytiště pro dezinformace.**
- Zpracovat rozbor získaných dat a **připravit strategický plán „Co s tím?“** (jde zde využít i metodu posouzení rizik a dopadů).



## Rady pro komunikaci při střetu s dezinformacemi:

- **Dlouhodobě jednotná a přesvědčivá komunikace založená na faktech** (boj proti záměru, ne proti jednotlivým sdělením).
- **Komunikace organizace je vždy pravdivá, otevřená, spravedlivá a přesná** (budování důvěry).
- **Nabídněte alternativní vysvětlení** – nenechávejte pro čtenáře mezery v informacích.
- V boji proti dezinformacím je **klíčová rychlost a obratnost reakce** (připravit takový proces, který umožní rychlé jednání).
- Používat **přístupný jazyk a poutavý projev** (sestavit vlastní narativ, který v informačním prostoru zaujme).
- **Používejte kvalitní multimédia a grafiku.**
- **Spolupráce se spřátelenými vlivnými subjekty** (potvrzení vašeho narativu).

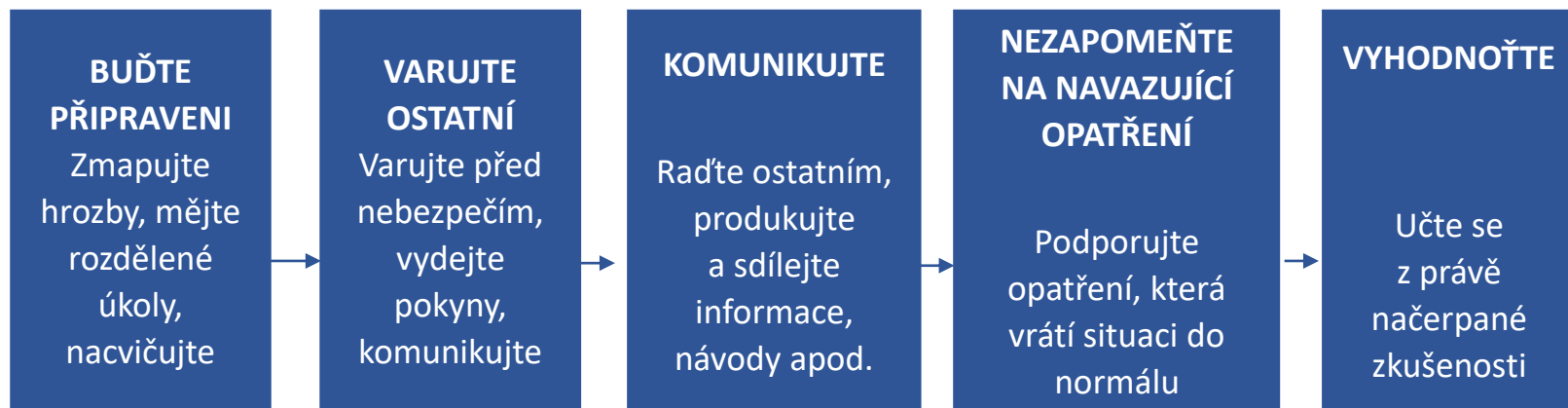
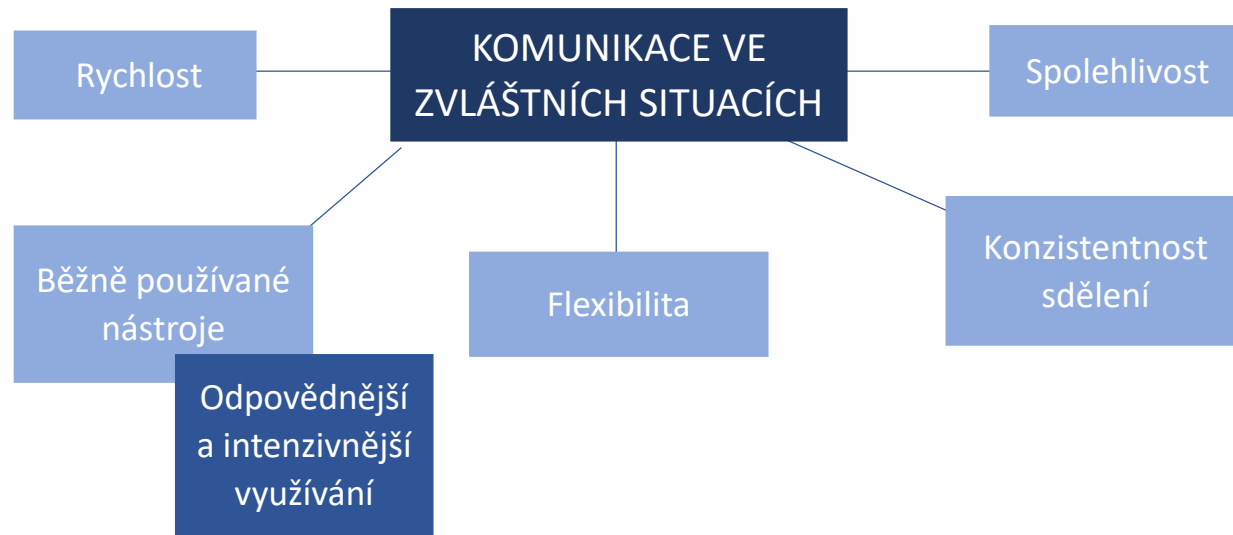




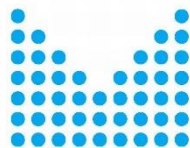
# Komunikace během krizí

## Kroky pro zvládnutí počátku krize:

- **Neztrácejte čas** (krizové plány)
- **Identifikujte fakta**
- **Informujte vedení organizace**
- **Bud'te transparentní a otevření**
- **Bud'te flexibilní** (vývoj situace)
- **Bud'te připraveni vyvracet nepravdy**







MINISTERSTVO VNITRA  
ČESKÉ REPUBLIKY

# DĚKUJI ZA POZORNOST!

**Mgr. Filip Zavřel**

odbor strategického rozvoje  
a koordinace veřejné správy

Ministerstvo vnitra ČR

[filip.zavrel@mvcr.cz](mailto:filip.zavrel@mvcr.cz)

[www.mvcr.cz/verejna-sprava](http://www.mvcr.cz/verejna-sprava)

[www.kvalitavs.cz](http://www.kvalitavs.cz)