

Komunikační strategie města Mikulova



Komunikační strategie aneb jak lépe komunikovat agendu města s důrazem na participativní pojetí veřejné správy.

Zpracováno v roce 2021 jako součást projektu
Chytré a přívětivé město Mikulov, CZ.03.4.74/0.0/0.0./18_092/0014605



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost

Obsah

Úvodní slovo	4
Metodika zpracování a práce se strategií	5
Použité metody.....	5
Cílové skupiny	5
Nadřazené a další strategické či jiné metodické dokumenty města.....	8
Strategický plán rozvoje města Mikulov 2013–2026.....	8
Strategie rozvoje Jihomoravského kraje 2021+	8
Manuál - Pokyny pro umístování informačních zařízení na vybraném území města.....	8
Značka Mikulov - grafický manuál	9
Komunikace s veřejností v organizační struktuře města.....	13
Analýza komunikačních nástrojů města.....	16
Webové stránky města – mikulov.cz	16
Sociální sítě	21
Facebook - facebook.com/mikulovmesto	21
Instagram - instagram.com/mestomikulov/	25
YouTube - Město Mikulov	26
Twitter	26
Zpravodaj města Mikulov	27
Elektronické nástroje a aplikace	31
Aplikace Hlášení rozhlasu.....	31
ZmapujTo	32
Další komunikační nástroje.....	33
Tiskové zprávy a oznámení	35
Regionální televize	35
Osobní setkání s veřejností	35
Osobní komunikace	36
SWOT analýza	38
Strategická vize.....	41
Cílové skupiny	42
Hodnoty a principy komunikační strategie města:.....	43
Tematické cíle.....	43
Tematický cíl č. 1: Zlepšit srozumitelnost a atraktivitu online komunikace.....	43

Tematický cíl č. 2: Nastavit principy a interní pravidla komunikace úřadu	46
Tematický cíl č. 3: Zlepšit využití participativních nástrojů	48
Implementace strategie	49
Zodpovědnost orgánů města při implementaci strategie	49
Přílohy.....	51
Návrh dotazníku pro zjišťování spokojeností veřejnosti s komunikací města	51

Úvodní slovo

Komunikační strategie analyzuje výchozí stav a představuje konkrétní návrhy, jak správně komunikovat agendu města s důrazem na participativní pojetí veřejné správy. Dokument je vodítkem pro vykonávání vybraných činností zejména z pohledu pracovníků Městského úřadu Mikulov, což vyústí ve zlepšení výkonu činností ve veřejné správě a její pozitivní vnímání občany.

Samotná příprava dokumentu vychází z tendencí identifikovaných jak v rámci Strategického rámce rozvoje veřejné správy, tak z obsahu samotného programového dokumentu Operačního programu Zaměstnanost, kde jsou konstatovány problémy nedostatečné otevřenosti a komunikace s veřejností. Připomeňme, že právě z prostředků Operačního programu Zaměstnanost bylo financováno zhotovení strategie.

Komunikační strategie obsahuje část analytickou, návrhovou i implementační. Práce na analytické části zahrnovaly sběr relevantních dat, na základě kterých byla provedena analýza současného stavu v oblasti komunikace města s veřejností.

Na zjištěné skutečnosti reaguje SWOT analýza a návrhová část formulující konkrétní vizi a opatření v oblasti komunikace do další let, a to včetně konkrétních aktivit a indikátorů k měření dosažení pokroku.

Klíčová je navazující role pracovníků městského úřadu, kteří by měli být nositeli změn popsanych strategií v její implementační fázi.

Metodika zpracování a práce se strategií

Použité metody

Zpracování strategie zajišťoval expert na dané téma za úzké spolupráce s vedením města a jeho dalšími představiteli, kteří se zabývají tématem komunikace.

Při zpracování strategie byly využity zejména následující metody a postupy:

Výstupy z dotazníkových šetření

Město realizovalo v nedávném období dotazníkové šetření, jehož předmětem bylo mj. zjišťování názorů veřejnosti na vybrané komunikační nástroje. Závěry z dotazníkových šetření byly promítnuty do relevantní části strategie.

Obsahová analýza podkladů a vyhodnocování dat

Analytická část strategie je založena na studiu a vyhodnocování dostupných podkladů (např. analýza webových a facebookových stránek, zpravodaje města apod.) i vyhodnocení a interpretace interních datových sad.

Analýza příkladů dobré praxe

Vzhledem k novosti uchopeného tématu v kontextu města Mikulov je analýza příkladů dobré praxe vhodným nástrojem s ohledem na formulaci analytické návrhové části. Takto strategie zahrnovala popis dobré praxe přístupu ke komunikaci z jiných měst v ČR.

Řízené rozhovory

Respondenty rozhovorů byli zaměstnanci Městského úřadu Mikulov, kteří se zabývají přímo komunikací s veřejností.

Mystery mailing

Podstatou mystery mailingu je hodnocení kvality emailové komunikace v podání zaměstnanců Městského úřadu Mikulov. Touto metodou byla získána data pro analýzu komunikace pracovníků města prostřednictvím jejich emailů.

Cílové skupiny

Primární cílovou skupinou strategie jsou všichni obyvatelé města jakožto hlavní adresáti různých forem sdělení od města Mikulov jakožto instituce.

Obyvatelé Mikulova

Nejvýznamnější a nejpočetnější cílovou skupinou komunikační strategie jsou obyvatelé města Mikulov, jež jsou s městem v bezprostředním kontaktu a zároveň jsou přímo ovlivňováni jeho rozhodnutími. Obyvatelé města se zároveň mohou účastnit a podílet na rozhodování města, jelikož mohou volit a být voleni do jeho hlavních orgánů podílejících se na správě města. **Město Mikulov mělo k 1. 1. 2021 celkem 7 479 obyvatel.**

Z pohledu bližší segmentace cílové skupiny je při komunikaci potřeba reflektovat také různé věkové kategorie obyvatel a jejich preference. V souladu s obecnými demografickými trendy také v Mikulově dochází ke stárnutí populace (resp. zvyšování průměrného věku) a město by navzdory moderním trendům v komunikaci jako rozvoj sociálních sítí mělo stále reflektovat také tradiční komunikační nástroje.

Specifickou cílovou skupinou jsou vzhledem k atraktivitě města jako populární destinace cestovního ruchu také turisté, ale zaměření této strategie je zejména na zlepšení komunikace s místními obyvateli, byť sekundárně z jejího zlepšení budou profitovat také návštěvníci města.

Analytická část

Nadřazené a další strategické či jiné metodické dokumenty města

Tato část popisuje relevantní dokumenty s vazbou na marketingovou komunikaci města Mikulov. Zohledněny byly, jak koncepční dokumenty Jihomoravského kraje, tak samotného města Mikulov.

Strategický plán rozvoje města Mikulov 2013–2026

Nositel strategie: město Mikulov

Charakteristika:

Strategický plán rozvoje města Mikulov 2013–2026 představuje komplexní nástroj sloužící k budoucímu rozvoji města. Spolu s územním plánem města a rozpočtem je strategický plán klíčový rozvojový dokument, který na základě průzkumů a diskusí zohledňuje konkrétní problémy obyvatel města, neziskových organizací a podnikatelských subjektů ve městě. Aktuální verze návrhové části strategie byla zpracována na podzim 2020. Strategie reaguje na již uskutečněné projekty a přichází také s novými nápady na rozvoj města.

Co se týče přímé vazby na komunikaci, tak návrhová část strategie zahrnuje také prioritu PO 3 Ekonomika města, která cílí přímo na tyto aktivity bezprostředně související s komunikací s veřejností v širším pojetí:

- **Aktivita 3.3.2 Zlepšení komunikace a prohlubování důvěry mezi orgány města a občany**
- Aktivita 3.3.3 Prohlubování odbornosti a získávání dovedností úředníků a ostatních zaměstnanců města, zlepšování pracovních podmínek

Komunikační strategie je tak v souladu a přispívá k naplnění také klíčového plánovacího dokumentu města Strategický plán rozvoje města Mikulov 2013–2026.

Strategie rozvoje Jihomoravského kraje 2021+

Nositel strategie: Jihomoravský kraj

Charakteristika:

Strategie v části „Prioritní osa 6: Veřejná správa, občanská vybavenost, kultura, cestovní ruch a bezpečnost“ popisuje také tematické opatření zaměřené přímo na podporu participace veřejnosti, což je v souladu se záměrem předkládané komunikační strategie.

Na mikroregionální úrovni nejsou z pohledu marketingové komunikace města aktuálně žádné platné dokumenty, které by zahrnovaly vazbu na tuto tematickou oblast rozvoje.

Manuál – Pokyny pro umístování informačních zařízení na vybraném území města

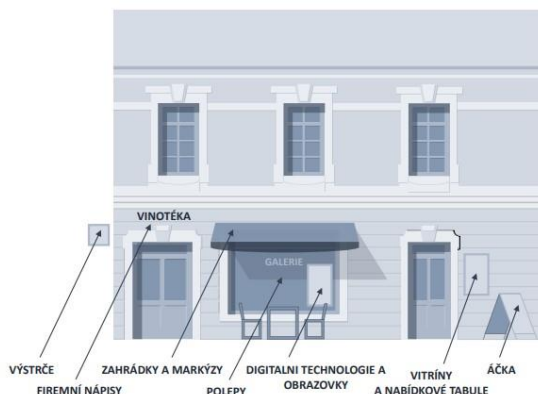
Nositel dokumentu: město Mikulov

Charakteristika:

Hlavním smyslem dokumentu vydaného v roce 2021 je regulace šíření reklamy, resp. omezení používání komunikačních medií, které zejména svou různorodostí a množstvím narušují vzhled

památkově chráněného historického jádra města a navazujících přilehlých lokalit. Na manuál s pokyny pro konkrétní situace navazuje schválené Nařízení popisující konkrétní povinnosti v oblasti umístování reklamy.

OZNAČENÍ PROVOZOVNY



5

MIKULOV - POKYNY PRO UMÍSTOVÁNÍ INFORMAČNÍCH ZAŘÍZENÍ NA VYBRANÉM ÚZEMÍ MĚSTA

Obrázek 1: Ukázka z Manuálu, zdroj: http://download.mikulov.cz/Obecne_Zavazne_Vyhlasaky_a_Narizeni/Narizeni_2-2021-P1.pdf

Město Mikulov se připojilo k aktuálnímu trendu regulace vizuálního smogu a z pohledu marketingové komunikace města v jeho fyzické podobě jde o jednoznačně příznivý krok.

Značka Mikulov – grafický manuál

Nositel dokumentu: město Mikulov

Charakteristika:

Grafický manuál nebo často také manuál vizuální identity představuje soubor základních principů ke grafickému stylu komunikace města. V případě města Mikulov jde o dokument určený výhradně pro komunikaci v rámci cestovního ruchu a kulturních akcí. Takto má město Mikulov k dispozici manuál vytvořený grafikem, který definuje klíčové grafické prvky a zároveň způsoby jejich využití, ať už se jedná o logo, barvy, písma a ostatní grafické prvky.

Dokument s názvem Značka Mikulov – grafický manuál představuje hlavní metodiku města pro komunikaci s veřejností. Zásady jako takové vhodně doplňují a navazují na image města, spoluvytváří jeho identitu a zvyšují obecné povědomí o tomto městě (tzv. branding města).

Manuál představuje soubor předpisů, příkladů a doporučení, jak postupovat při aplikaci značky. Kromě aplikací zahrnuje manuál také ukázky zakázaných variant.

Manuál má charakter vnitřního předpisu pro užívání značky, na což navazuje také fakt, že Rada města už v roce 2017 schválila závazná pravidla pro používání loga města Mikulov.

česká jazyková mutace



anglická jazyková mutace



německá jazyková mutace



polská jazyková mutace



Obrázek 2: Ukázka jedné z barevných variant loga, Značka Mikulov - grafický manuál

Analýza použití v komunikaci s veřejností:

V rámci pozvánek na kulturní akce, na kterých město přímo participuje, je logo města zpravidla využíváno v souladu s manuálem, složitější je však situace u akcí, které pořádají za finanční podpory města externí subjekty (viz ukázka níže). Často je v propagačních materiálech těchto akcí nesprávně využíván městský znak, který je určen zejména pro slavnostní pamětní tiskoviny, oficiální listiny, partnerské smlouvy, dopisy starosty a podobně, případně pokud to předepisuje zákon. Neměl by tak být využíván při běžné propagaci kulturních a jiných akcí ve městě. Řešením by bylo stanovit pořadatelům jasné podmínky pro využívání grafického manuálu města.

SOUBOJ MOZARTA S CLEMENTIM



Petra Matějová – kladívkový klavír

Wolfgang Amadeus Mozart, Muzio Clementi, Jan Václav Hugo Voříšek

4. listopadu 2021 v 18.00, Galerie Závodný

Předprodej vstupenek: Galerie Závodný

Koncert je pořádán za přispění města Mikulova
a Nadace Českého hudebního fondu.



Husova 3, 692 01 Mikulov, +420 723 362 472, zavodny@galeriezavodny.com

Obrázek 3: Ukázka nesprávného uplatnění heraldického znaku města při propagaci kulturní akce

Také oficiální **webová stránka města s logem pracuje jen minimálně** a hlavičce stránky dominuje heraldický znak. Obdobně je tomu na Facebooku a dalších sociálních sítích města. Přitom praxe z dalších měst Jihomoravského kraje oceňovaných za kvalitní komunikaci je opačná, kdy pracují i v kontextu oficiální webové stránky primárně s logem města. Následující část nabízí srovnání práce s logem, resp. městským znakem u Mikulova a Znojma s Brnem

MIKULOV
Město s vůní jihu

Česky | English | Deutsch

VYLEPŠENO SPOLEČNOSTÍ Google

Aktuálně z Mikulova

- 22/10 2021 [Oznámení o přerušení dodávky elektrické energie 10. 11. 2021](#)
- 18/10 2021 [Oznámení o přerušení dodávky elektrické energie 2. a 4. 11. 2021](#)
- 15/10 2021 [Oznámení o přerušení dodávky elektrické energie 1. 11. 2021](#)
- 14/10 2021 [Divadelní Mikulov startuje již 15. října](#)
V pátek 15. října se odehraje první divadelní představení. Vstupenky zakoupíte v Městském kině Mikulov i před samotným zahájením představení.
- 1/10 2021 [Oznámení o přerušení dodávky elektrické energie 15. 10. 2021](#)

Placené parkování v Mikulově

Slovo starosty

Vážení spoluobčané, milí návštěvníci, podzimní období má v Mikulově své kouzlo, naše město se zahaluje do pestrých barev a přichází první chladnější dny. Já osobně se na podzim vždy těším, je totiž vyvrcholením vinařské sezóny, kdy hrozny ve vinnicích dozrávají a vinaři začínají sklízet svoji úrodu. Kromě vrcholu vinařské sezóny se mohou občané a návštěvníci těšit také na Svatomartinský Mikulov, který se uskuteční již od 11. do 14. listopadu. Těším se na setkání!

Rostislav Košťál



O Znojmě

Město a úřad

Kultura a turismus



Chcete upozornit na přestupek proti veřejnému pořádku?
Tento anonymní formulář slouží k nahlášení...

[více informací zde](#)

Úvodní strana | Mapa webu

VYLEPŠENO SPOLEČNOSTÍ Google

CZ EN

Brno aktuálně | Doprava | Volná místa | Mapy | Potřebuji si vyřídit | Bezpečnost | Úřední deska | Kontakty

B | R | N | O |

[Nabídka startovacích bytů](#) *** [Nabídka majetku města](#) *** Živnostenský úřad města Brna rozšířil úřední dny i na pátek (8-12h)

Výstava
VODNÍ PRVEK NA DOMINIKÁNSKÉM NÁMĚSTÍ V BRNĚ
Výsledky architektonické výtvarné soutěže
8. 10. — 5. 11. 21

urbancentrum.brno.cz

- Portál primátorky
- Prodej majetku města
- Doprava
- Brno multimedialně
- Městské části
- Strategické projekty
- Urban centrum
- Územní plán
- Mapy
- Czech POINT

Nový územní plán

[NÁVRH ÚZEMNÍHO PLÁNU](#)

Strategické projekty

[STRATEGICKÉ PROJEKTY](#)

Občan | Turista / Volný čas | Podnikatel / Investor | Správa města | Kalendář akcí

Komunikace s veřejností v organizační struktuře města

Vnitřní prostředí města se sestává z jeho volených orgánů, což jsou Zastupitelstvo města, Rada města, starosta a místostarostové a městský úřad. V současné době se problematikou komunikace nezabývá žádný vyčleněný pracovník úřadu.

Problémy a rizika

Následující tabulka zobrazuje identifikované problémy a rizika spojená s přípravou strategie smart city:

Vnější prostředí

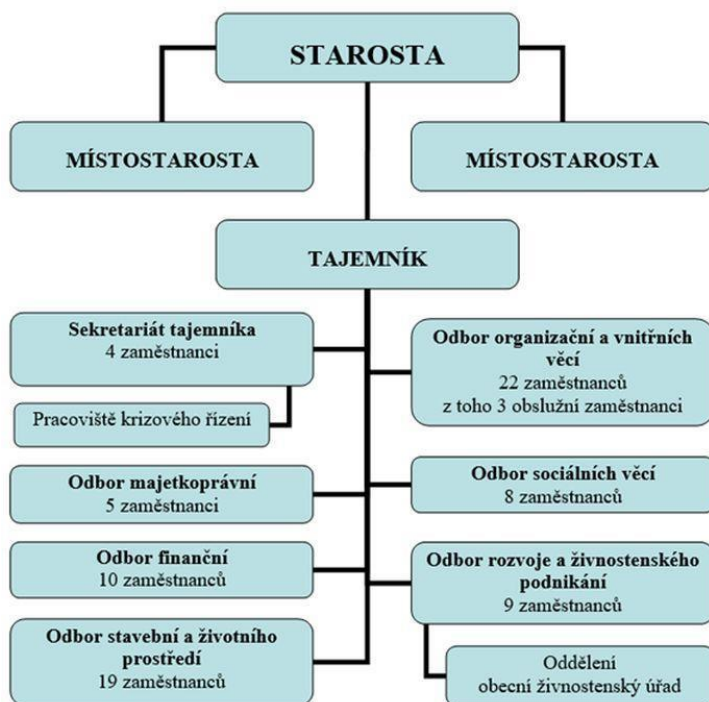
- Dynamické změny v oblasti technologií
- Dostatečnost technické infrastruktury
- Legislativní změny v oblasti ochrany osobních údajů, jejich sběru a uchování
- Nezájem o podíl na správě věcí veřejných ze strany občanů

Vnitřní prostředí

- Nedostatek lidských zdrojů
- Nedostatečná kvalifikace pracovníků
- Obtížnější zavádění nových postupů
- Technické zázemí nepřizpůsobené dynamickým změnovým trendům v oblasti technologií

Lidské zdroje

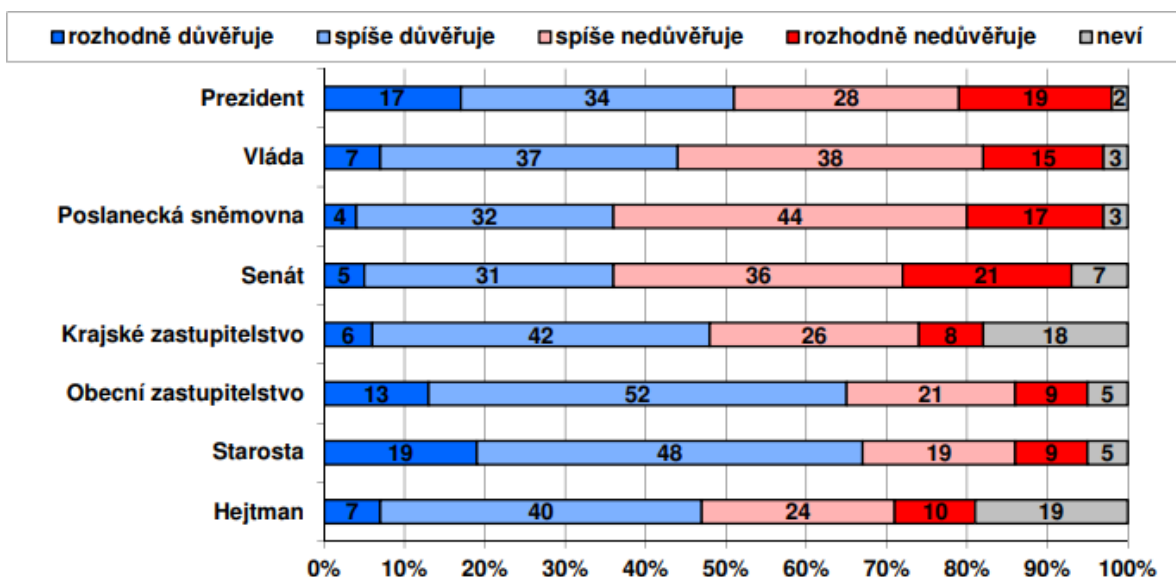
Personální situace městského úřadu je v současné době stabilizovaná. Dosud však neexistuje dedikovaná pozice pro komunikaci s veřejností, což je řešeno externě. Město má tradičně **zažitý specifický systém vedení komunikace směrem k veřejnosti. Správu webových stránek města zajišťuje městský úřad. Vydávání zpravodaje, správu facebookových stránek apod. zajišťuje městská společnost Mikulovská rozvojová.** Ta byla založena v roce 2006 jako obchodní společnost, jejímž jediným zakladatelem je město Mikulov. Součástí organizační struktury města není samostatná pracovní pozice tiskové mluvčí či obdobné pozice. Veškeré komunikační aktivity tak probíhají v koordinaci s Mikulovskou rozvojovou.



Obrázek 4: Organizační struktura Městského úřadu Mikulov k 1. 1. 2021

Částečně komunikace směrem k veřejnosti spadá do agendy Odboru organizační a vnitřních věcí, který mj. zajišťuje informování veřejnosti prostřednictvím úřední desky, vč. elektronické úřední desky. Z pohledu běžné komunikace formou emailu apod. pak pochopitelně s veřejností komunikují všichni pracovníci úřadu města. Jednotná pravidla a forma této komunikace nejsou nastavena.

Z pohledu uvěřitelnosti komunikace směrem k veřejnosti je důležitý prvek autenticity mluvčích, v případě města Mikulova to je zejména vedení města, a to včetně jeho politické reprezentace. Z posledního dostupného průzkumu důvěryhodnosti základním ústavním institucím provedeným Centrum pro výzkum veřejného mínění (CVVM) vyplývá, že postavení municipalit a jejich politických orgánů má vcelku zajímavý komunikační potenciál – kdy obecní zastupitelstva, případně zastupitelstva městských částí a starostové, jsou na tom podstatně lépe než většina ostatních institucí. Podle údajů CVVM důvěra k nim dosahuje úrovně dvou třetin, kdy konkrétně v případě obecních zastupitelstev podíl důvěry dosahoval 65 %, v tom 13 % obecním zastupitelstvům „rozhodně důvěřuje“ a 52 % jim „spíše důvěřuje“.



Obrázek 5: Důvěra/nedůvěra obyvatel ústavním institucím (%), CVVM SOÚ AV ČR, Naše společnost 30. 11. – 11. 12. 2019

Analýza komunikačních nástrojů města

Do detailnější analýzy byly zařazeny nepoužívané komunikační nástroje města jako je webová stránka, Facebook, městský zpravodaj a některé další povahou spíše doplňkové nástroje. Při hodnocení dílčích nástrojů komunikace města byl využit intuitivní systém semaforu, kdy škálu hodnocení je následující:



- Výborně
- Dílčí problémy k vylepšení
- Nedostatečné/nefunkční/zcela chybějící





Webové stránky města – mikulov.cz

The screenshot shows the homepage of the Mikulov city website. At the top, there is a header with the city logo, the name 'MIKULOV', the tagline 'Město s vůní jihu', and language options (Česky, English, Deutsch). A search bar is also present. The main content area is divided into several sections:

- Aktuálně z Mikulova:** A list of recent news items, including announcements about electricity supply interruptions and a theater performance.
- Slovo starosty:** A message from the mayor, Rostislav Košťál, welcoming visitors and discussing the autumn season.
- Navigation Menus:** Three columns of links for 'Turistika' (Tourism), 'Kultura, sport a volný čas' (Culture, sports, and free time), and 'Město Mikulov' (City Mikulov).

The 'Turistika' menu includes links for city presentations, activities, history, wine, congresses, and services. The 'Kultura, sport a volný čas' menu includes links for culture contacts, cinema, galleries, sports clubs, and sports areas. The 'Město Mikulov' menu includes links for city information, administration, council, official board, profiles, and investment opportunities.

Funkční prvek webu	Hodnocení	Význam	Slovní komentář	Kde se inspirovat?
Celkové grafické vyznění a členění		Velmi důležité	<p>Celkový design a vzhled stránky neodpovídá moderním trendům. Jednotlivé grafické prvky působí často spíše rušivě a nemoderně. Web je složitý a nepřehledný (řada různých barev a grafických formátů).</p> <p>Horní bannery s nejdůležitějšími informacemi o dění ve městě mají nevyhovující grafiku i způsob přepínání, navíc se často zdvojují se stejnými oznámeními jinde na stránce.</p> <p>Podle všeho je rozvržení webu řešeno spíše intuitivně a na základě zažitých pořádků než s využitím moderních analytických metod (upřednostnit sekce webu, o které je největší zájem). Zcela schází přehled nejdůležitějších sekcí pro obyvatele žijících přímo v Mikulově (např. sekce „Nejčastěji vyřizujete nebo „Nejčastěji hledáte“). Sekce fotogalerie přístupná z hlavní stránky není pravidelně aktualizovaná (poslední fotografie z 15. 6. 2020) a přitom je na ni odkazováno přímo z hlavní stránky.</p> <p>Také řazení do rubrik působí velmi nahodile, kdy např. odkaz na nástroj Zmapujto.cz je umístěn v rámci podstránek až po rozkliknutí, zatímco odkaz na obdobný nástroj Hlášení rozhlasu má samostatný grafický banner na hlavní stránce.</p>	Znojmo https://www.znojmocity.cz/
Použitý jazyk a komunikační styl		Velmi důležité	Většina textově delších částí je podána velmi úředním a strohým jazykem, snad s výjimkou části úvodní slov starosty.	https://www.litomerice.cz/aktuality/

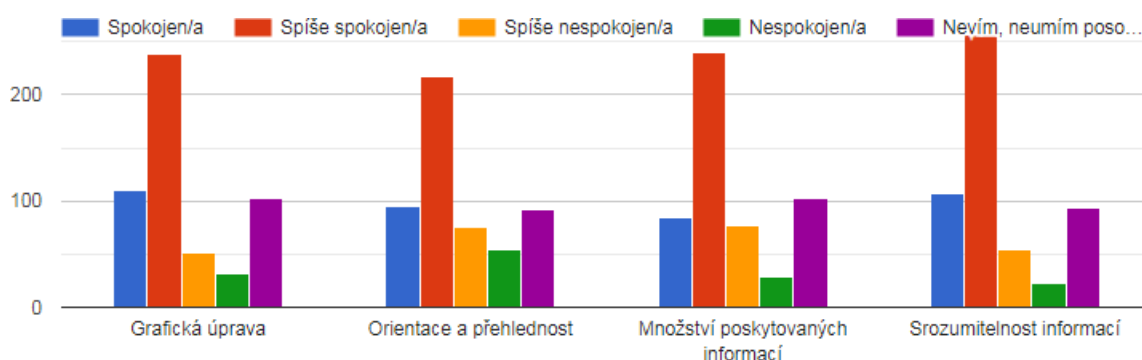
Aktuality		Důležité	<p>Aktuality prakticky neodpovídají běžnému pojetí této sekce webu u jiných subjektů veřejné správy. Jde pouze o formální a strohá oznámení různých faktických údajů typu přerušení dodávky elektřiny.</p> <p>Umístění (sloupeček vlevo nahoře) a grafické znázornění (výrazná ikona u data) zapadá do celkové nepříliš povedené koncepce webu.</p> <p>Přitom pro městský zpravodaj vzniká celá řada dobře stylisticky zpracovaných a informativních textů.</p>	https://www.hodonin.eu/
Kalendář		Méně důležité	<p>Kalendář akcí je umístěn nevhodně (téměř k přehlednutí) a samotný přehled akcí je k dispozici pouze formou prokliku na webovou stránku zřizované organizace Mikulovská rozvojová.</p>	<p>Bruntál https://www.mubruntal.cz/</p> <p>(kalendář je v dolní části)</p>
Kontakty		Důležité	<p>Bylo by uživatelsky vhodnější v patičce stránky rovnou zobrazit základní kontakt s otevírací dobou úřadu na město, aktuálně je třeba rozkliknout velmi nenápadnou část kontakty.</p>	<p>Třebíč https://www.trebic.cz/index.asp</p>
Behaviorální aspekty		Důležité	<p>Z pohledu psychologického vnímání návštěvníků webu je nevhodně zvoleno rozmístění sekcí v ploše celého webu, kdy některé zásadní informace nejsou na první pohled patrné. Grafická roztříštěnost působí velmi rušivě a snižuje uživatelský komfort z návštěvy webu.</p> <p>Rovněž volba barevného zobrazení některých sekcí je nevhodná. Např. ostře červená rámuující část kultura, přičemž červená barva má spíše agresivní konotace nebo je spojována s naprosto zásadním sdělením, které je třeba dostat do popředí (to zjevně není</p>	<p>Zbraslav https://www.mc-zbraslav.cz/</p>

			tento případ).	
Možnost pro přihlášení k zaslání novinek emailem (newsletter)		Méně důležité	Není k dispozici. Snad by stačilo lépe propagovat aplikaci Hlášení rozhlasu.	
Tmavý režim šetřící zrak		Méně důležité	Není k dispozici.	https://www.znojnocity.cz/
Přístupnost webu pro osoby se zdravotním znevýhodněním nebo seniory		Velmi důležité	Pouze základní splnění povinností podle v souladu s vyhláškou č. 64/2008 Sb., o formě uveřejňování informací souvisejících s výkonem veřejné správy prostřednictvím webových stránek pro osoby se zdravotním postižením (vyhláška o přístupnosti), a splňuje všechna pravidla uveřejněná v příloze této vyhlášky.	https://www.hornicerekev.cz/seniori/
Vyjádření souhlasu s použitím cookies (sběr data o návštěvnicích webu)		Méně důležité	Není k dispozici.	https://www.litomerice.cz/
Další jazykové verze		Méně důležité	Je možné si přepnout zjednodušenou verzi stránky do německé či anglické jazykové podoby.	

Hodnocení webové stránky – výsledky dotazníkového šetření

Na základě dotazníkového šetření, které město realizovalo, byla položena také otázka „Jak jste spokojen/a s úrovní webové stránky města v níže uvedených kritériích?“. Ve všech podotázkách občané odpovídali, že jsou spíše spokojeni a to s 239 hlasy ohledně grafické úpravy, 217 hlasy u orientace a přehlednosti, 240 hlasy v oblasti množství poskytovaných informací a 256 občanů takto odpovědělo u srozumitelnosti informací. Občané často odpovídali také „Nevím, neumím odpovědět“, kdy uváděli, že nemají počítač, tudíž téma

nemohou posoudit. Nejméně jsou občané spokojeni s orientací a přehledností webové stránky. Tady jich dohromady 130 odpovědělo, že jsou nespokojeni nebo spíše nespokojeni.



Obrázek 6 Graf s odpovědí na hodnocení webové stránky (zdroj: město Mikulov)

Statistika návštěvnosti webové stránky www.mikulov.cz

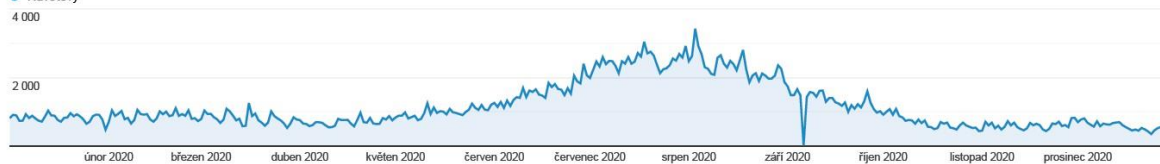
Uvedený přehled byl zpracován na základě dat z Google analytics a vyjadřuje tzv. počet návštěv, což znamená celkový počet zobrazení webu stanoveného období (jednotliví uživatelé jsou tak započítáni opakovaně po každé návštěvě). Z uvedených dat lze jednoznačně dokladovat, že zájem o web je v čase poměrně stabilní bez výraznějších výkyvů. Na druhou stranu data nabízí pouze základní kvantitativní přehled, schází údaje o stráveném času a zájmu o konkrétní části.

Rok	Počet návštěv
2015	459 161
2016	461 646
2017	446 887
2018	Nejsou data
2019	383 031
2020	422 623

Detailnější rozložení návštěvnosti v čase odpovídá letní turistické sezóně, kdy je zejména zájem ze strany návštěvníků zjevně větší zájem o webové stránky města. Tuto skutečnost ilustruje níže graf za rok 2020, ale obdobný trend byl i ve všech předchozích sledovaných letech.

Přehled

● Návštěvy



Uživatelé

244 170

Noví uživatelé

242 900

Návštěvy

422 623

Počet relací na uživatele

1,73

Zobrazení stránek

1 238 114

Počet stránek na 1 relaci

2,93

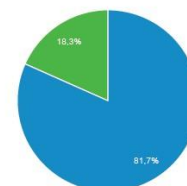
Prům. doba trvání relace

00:02:09

Míra okamžitého opuštění

55,46 %

■ New Visitor ■ Returning Visitor



Souhrnné hodnocení:

Při náhledu na webovou stránku <http://www.mikulov.cz/> převládají spíše negativní a rozpačité dojmy. **Grafickým pojetím a celkovou strukturou zaostává za současnými trendy komunikace s veřejností.** Celkový design a vzhled stránky neodpovídá požadavkům dnešní doby, kdy je kladen velký důraz na spíš minimalistické pojetí, přehlednost a maximální uživatelský komfort. Jednotlivé grafické prvky působí často spíše rušivě a nmoderně. Web je složitý a nepřehledný (řada různých barev a grafických formátů).

Podle všeho je rozvržení webu řešeno spíše intuitivně a na základě zažitých pořádků než s využitím moderních analytických metod (upřednostnit sekce webu, o které je největší zájem). Zcela schází přehled nejdůležitějších sekcí využívaných občany města, což je aktuálně naprosto běžný standard, tak jak je patrné na následující ukázce.

Chcete upozornit na přestupek proti veřejnému pořádku?
Tento anonymní formulář slouží k nahlášení...
[více informací zde](#)

Oficiální stránky města Znojma

Přepnout do tmavého režimu

Hospodaření a finance Rozpočet, veřejné zakázky, investiční mapa, příspěvkové organizace, dotace, přehled smluv ...	Bydlení a majetek města Městské byty, prodeje, pronájem pozemků (pacht), výpůjčky, zábor, věcná břemena, tržní akce ...	Osobní doklady a registr vozidel Občanské průkazy, pasy, řidičské průkazy, registr vozidel ...	Evidence obyvatel, matrika a volby Volby do PS PČR 2021, přihlášení k trvalému pobytu, užívání a změna jména a příjmení, vítání občánků, svatby ...
Doprava a uzavírky Městská autobusová doprava, uzavírky silnic, blokové čištění ...	Sociální oblast Odbor sociální, Rodinná a seniorská politika města Znojma, Komunitní plánování sociálních služeb, Centrum sociálních služeb ...	Školství Odbor školství, kultury a památkové péče, dotace, Znojmo Kolombus, základní školy, mateřské školy ...	Komunální odpad Poplatky, provoz sběrných dvorů, nádoby na bioodpad, kalendář svozu odpadů, noční svoz odpadů, mapky svozových míst ...

Sociální síť

Facebook - facebook.com/mikulovmesto

Základní údaje (k 31. 8. 2021)


Počet „to se mi líbí“: 10 089




Počet sledujících: 10 407



Počet recenzí a průměrné hodnocení: 44 recenzí a 4,3



Analýza

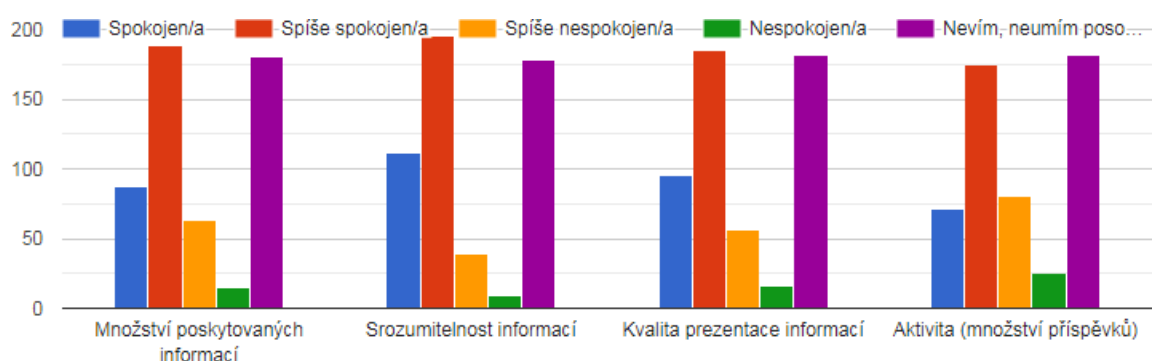
Funkční prvek facebookové stránky	Hodnocení	Význam	Slovní komentář	Kde se inspirovat?
Celkový formát příspěvků (správná kombinace textu a fotky či jiné grafiky)		Velmi důležité	<p>Příspěvky zpravidla vhodně kombinují fotografii nebo jiný vizuální prvek s textem. Také rozsah textu a jeho čtivost je podpořena dalšími grafickými prvky a u většiny příspěvků je správně použito. Oceňme také občasné snahy o pobídnutí uživatelů k větší interakci a reakci na příspěvek v komentářích.</p> <p>Na druhou stranu z dlouhodobého hlediska v příspěvcích dominují pozvánky na kulturní akce (do značné míry dáno charakterem</p>	https://www.facebook.com/mestocho mutov/

			města), bylo by na místě připravovat např. pravidelné souhrny aktuálních novinek z širšího spektra dění ve městě.
Použitý jazyk a komunikační styl příspěvků		Velmi důležité	<p>Komunikační styl je poněkud nevyvážený a nejasný, kdy kombinuje dva styly.</p> <p>Velmi neformální styl sdělení, avšak pro Facebook typický a vhodný, jako "Máme z toho radost. A vy?" nebo "Máme tu čtvrtek 8. července, a to znamená jediné – vychází další číslo Zpravodaje města Mikulov." doplněný o emoticony je střídán formálními a lehce kostrbatými příspěvky ve stylu "Vážení občané, informovalo nás ŘSD o dnešním zahájení oprav silnice I/52 u obce Bavory. Aktuálně probíhají geodetické práce."</p>
Interakce s uživateli		Velmi důležité	<p>Správce stránky se snaží pravidelně reagovat na dotazy a komentáře uživatelů.</p> <p>Velmi pozitivní je snaha reagovat také na nepříjemné dotazy, ať už přímým vysvětlením nebo doplněním odpovědi kompetentní osoby z úřadu města v dané věci.</p>
Četnost příspěvků		Velmi důležité	<p>Pravidelné zveřejňování příspěvků posiluje vztah a zájem uživatelů o facebookovou stránku.</p> <p>V případě hodnoceného profilu lze konstatovat pravidelnou aktivitu, kdy je zveřejňováno několik</p>

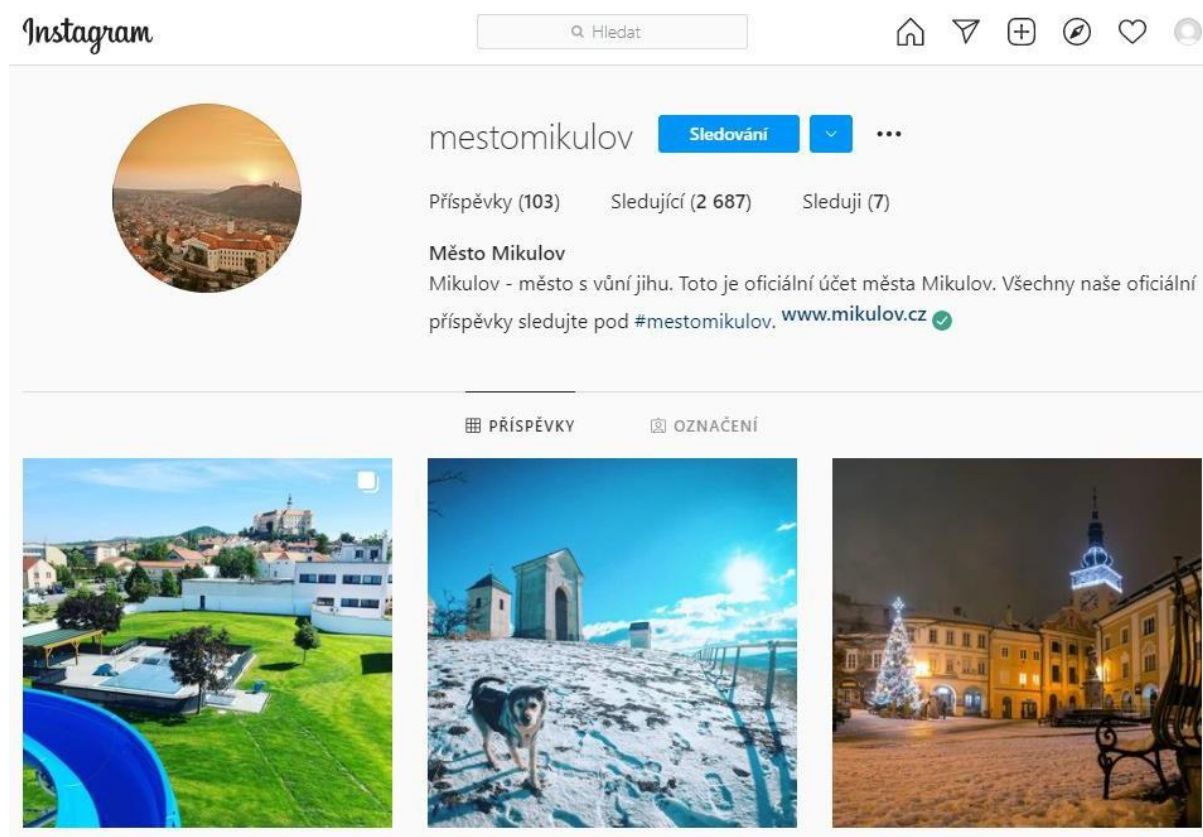
			příspěvků týdně, v případě potřeby také několik příspěvků denně.	
Základní kontaktní a další údaje		Důležité	Jsou k dispozici veškeré potřebné údaje. U dílčí části v kategorii Další však dochází k chybovému hlášení po otevření „AKCE MIKULOV“.	
Provazba na sociální sítě		Méně důležité	Jsou k dispozici pouze nenápadné ikonky (v pravém horním rohu) s odkazy na profily města na Facebooku, Instagramu a Youtube. Přitom je možné to pojmout mnohem atraktivněji s náhledy přímo na obsah těchto profilů,	

Hodnocení facebookové stránky – výsledky dotazníkového šetření

Odpověď na otázku byla zřejmě ovlivněna věkovým složením respondentů dotazníku, kdy byla často vybrána možnost „Nevím, neumím posoudit“, která naznačuje, že zřejmě pravidelně nevyžívají sociální síť Facebook. U rozsahu poskytovaných informací bylo 188 občanů spíše spokojeno, 87 spokojeno. Srozumitelnost pak hodnotilo jako spíše spokojen 195 respondentů a spokojen u 112 respondentů. Samotná kvalita prezentace informací je na tom podobně jako předchozí kategorie.



Obrázek 7 Graf k hodnocení facebookové stránky – výsledky dotazníkového šetření, zdroj: město Mikulov

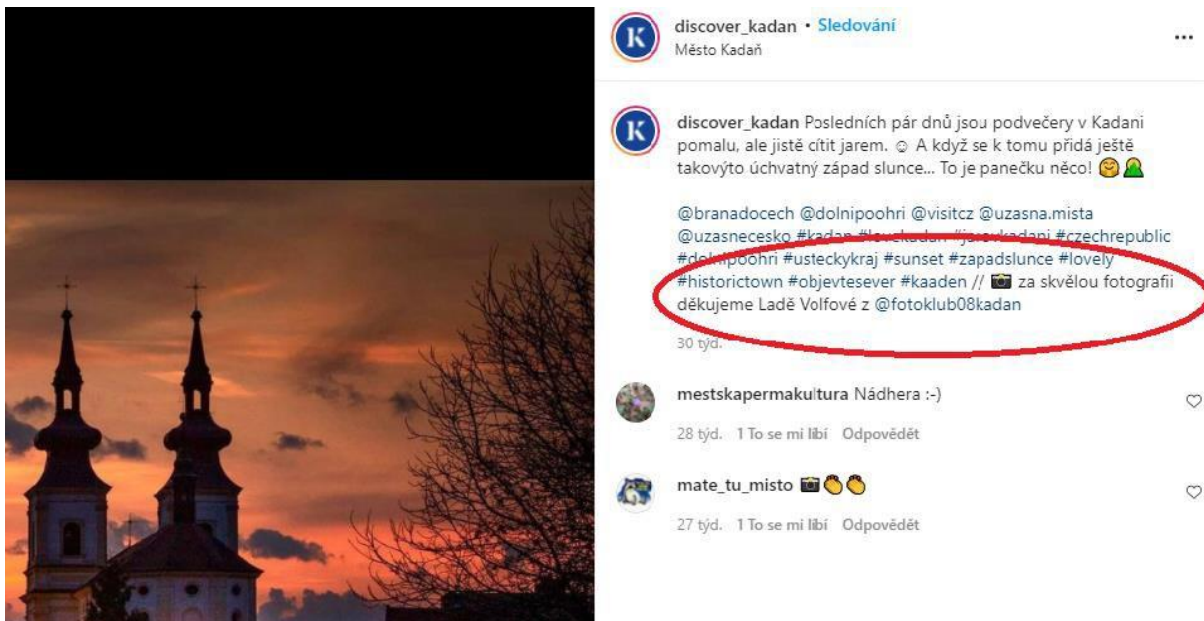


Základní údaje (k 31. 8. 2021)

Počet sledujících: 2 687

Počet příspěvků: 103

Oficiální účet města Mikulov na sociální síti Instagram není prakticky nijak využíván. Za celý rok 2021 byl přidán jediný příspěvek (propagace koupaliště před otevřením nové sezóny). Dříve zveřejněné příspěvky splňovaly očekávatelné standardy této sociální sítě, byť se soustředily zejména na propagaci nejznámějších lokalit ve městě. Zajímavější by byl přístup s upozorněním na jiná zajímavá místa nebo po vzoru města Kadaň (viz náhled níže) navázat spolupráci s místními a zveřejňovat jejich vlastní fotografie. Došlo by tak posílení vztahu města a místní komunity.



Obrázek 8: <https://www.instagram.com/p/CM7wFZGDLf9/>

YouTube – Město Mikulov

Základní údaje (k 31. 8. 2021)

Počet uživatelů: 82 odběratelů

Oficiální Youtube kanál města Mikulov funguje od roku 2014, ale prakticky **není nijak aktivně používán**. Vzhledem k tomu, že město spolupracuje s Regionální televizí Jih, tak na svých informačních nástrojích jako web nebo Facebook často sdílí reportáže této regionální televize, které mají souvislost s děním ve městě. Pro využití krátkých videí směrem ke komunitě ve městě je i vzhledem k fanouškovské základně vhodnější platformou Facebook, na Youtube má město pouhých 82 odběratelů, a i počet shlédnutí starších videí se pohybuje spíše v desítkách.

Twitter

Město Mikulov Twitter v rámci své komunikace s veřejností nevyužívá.

Twitter představuje sociální síť, která v České republice získává stále více uživatelů. Obecně platí, že ji často využívají experti pohybující se v mediální sféře, pro které je to důležitý zdroj informací přímo od pramene. Takto by mělo město možnost rozšiřovat svůj informační dosah také mimo běžné komunikační nástroje a je možné tak posílit také pozici města v lokálních i celostátních médiích.

Přitom pro řadu větších měst už se stal Twitter nezbytnou součástí jejich běžné komunikace. Z menších měst můžeme uvést například Šlapanice v okrese Brno-venkov, které mají přibližně stejně obyvatel jako Mikulov, a na Twitteru jsou velmi aktivní.



Město Šlapanice

153 Tweetů

Sledovat

📍 Šlapanice, Česká republika [🌐 slapanice.cz](https://slapanice.cz)

📅 Uživatel se připojil červenec 2016

42 Sledování 70 Sledujících

Tweety

Tweety a odpovědi

Média

Lajky



Město Šlapanice @MestoSlapanice · 4 h



V pondělí 1. listopadu 2021 zveme na Den otevřených dveří radnice. Od 16.00 do 18.00 hodin se na vás a vaše dotazy a podněty budou těšit starostka města Michaela Trněná a místostarosta Michal Klaška. 😊



Obrázek 9: <https://twitter.com/mestoslapanice>

Zpravodaj města Mikulov

Základní údaje (k 31. 8. 2021)

Vydavatel: Mikulovská rozvojová, s. r. o.

Periodicita vydávání: měsíčník

Náklad: 3 500 ks

Přibližný rozsah: 12–16 stran A4

Vydavatelem Zpravodaje města Mikulov je společnost Mikulovská rozvojová, jejímž jediným zakladatelem je právě město. Zpravodaj je standardním způsobem registrován u Ministerstva kultury ČR, vychází 1x měsíčně. Obsahovou podobu schvaluje redakční rada zpravodaje, jejíž členové získávají mandát na základě rozhodnutí Rady města. Samotnou redakční a editorskou činnost při formulaci jednotlivých článků zajišťují právě zástupci Mikulovské rozvojové. Každé číslo vychází v rozsahu přibližně 12–16 stran A4. Při mimořádných událostech a v případě odůvodněné potřeby bývá rozšířeno.



Pálavské vinobraní je za námi



• Pálavské vinobraní 2021, foto: Michal Sekanina

Letošní 74. ročník Pálavského vinobraní je mimořádností. Jako každý rok i letos přivítal řadu hudebních hvězd, krále Václava IV. s královnou Chantal Poullain a tisíce návštěvníků, kteří druhý zářijový víkend zavítali do našeho města. Přitom v pokovíně měsíce srpna ještě nebylo vůbec jisté, zda se Pálavské vinobraní uskuteční. Podobně velká vinobraní byla v jiných městech preventivně zrušena, nicméně v Mikulově jsme věřili, že dojde k vládnímu rozvolnění, a šli jsme do rizika s tím, že se akce může kdykoliv zastavit. Nestalo se tak, a proto mohl v Mi-

se vládní opatření podařilo bez větších obtíží dodržet. Program byl opravdu nabitý, pátek i sobota na amfiteátru ovládly hvězdy jako je Olympic, No Name, Jelen či Mig 21. Oproti posledním propracovanému ročníku 2019 se na nás usmálo štěstí v podobě příjemného počasí, deštníky a pláštěnky tak nebyly potřeba, naopak najít kousek stínu přišlo v době kolem poledne vždy vhod. Program v neděli vyvrcholil společným vystupem představitelů města Mikulov s Chantal Poullain na východní terasu mikulovského zámku. Příští rok se Pálavské




**SLOVO
STAROSTY**

**Vážení
a milí
občané,**

začal nám podzim,
který má u nás v Mi-
kulově své kouzlo,

krásně zbarvený Mikulov se mi líbí a každoročně
si jej nemohu vynachválit. Velice rád bych zde ve-
řejně poděkoval děťátkům, Bláznům, holkám, chlapcům,

Funkční prvek zpravodaje	Skóre	Význam	Slovní komentář	Kde se inspirovat?
Použitý jazyk a tematické zaměření článků	<div style="display: flex; align-items: center;"><div style="width: 15px; height: 15px; background-color: #ccc; margin-right: 5px;"></div><div style="width: 15px; height: 15px; background-color: #ffc107; margin-right: 5px;"></div><div style="width: 15px; height: 15px; background-color: #ccc; margin-right: 5px;"></div></div>	Velmi důležité	Texty jsou psány kvalitně a odpovídají všem standardům kladeným na podobný typ tiskoviny. Co se týče tematického zaměření, tak dominují kulturní akce, informace o aktuálních investičních projektech a	Zpravodaj města Uherské Hradiště https://www.mesto-uh.cz/zpravodaj-mesta

			činnosti organizací města. Bylo by vhodné se zaměřit také na zařazení nových pravidelných rubrik.
Grafická podoba zpravodaje		Velmi důležité	<p>Hned úvodní strana zpravodaje zaujme tím, že nejde o klasickou titulní stranu (fotografie a nadpisy a max. perexy článků), ale rovnou přechází v psaný text vč. úvodního slova starosty.</p> <p>Trendem současných městských a obecních zpravodajů je důraz na jasný grafický rámeček a také kvalitní fotografie, které dokreslují psaný text (podobou se tak blíží běžným komerčním tiskovinám). Právě v tomto je nejslabší místo aktuální podoby zpravodaje, kdy s fotkami pracuje jen v omezené míře a spíše v menším formátu. Také grafický rámeček působí poměrně stroze a nenápaditě, nejasná je také práce s typografií písma použití pro nadpisy další dílčí prvky v textu (viz srovnání v následující části textu).</p>
Dostupnost zpravodaje		Velmi důležité	<p>Zpravodaj je šířen formou bezplatného roznosu do schránek domácností ve městě. Oceňme, že je k dispozici také samostatná webová stránka https://zpravodajmikulov.cz/</p> <p>Vydání nového čísla je pravidelně promováno na facebookovém profilu města.</p>
Základní kontaktní a další údaje		Důležité	Všechny potřebné údaje jsou uvedeny v tiráži zpravodaje.

Srovnání s grafickou podobou dvou úspěšných zpravodajů, které se umístily v TOP3 v rámci soutěže o nejlepší obecní a městský zpravodaj 2020, naznačuje směr, jakým by se mohl vyvíjet také Zpravodaj města Mikulov.

Malá obec Babice nad Svitavou ve svém zpravodaji pracuje s moderní typografií písma i přehledným grafickým členěním jednotlivých příspěvků, které přispívá k pozitivnímu čtenářskému zážitku. Vše doplňují ilustrační fotografie. Obdobný přístup zvolili také v Uherském Hradišti.

STALO SE V BABICÍCH

PŘEKROČTE HRANICE OKRESU S POMOCÍ KNIHY

Jednou si budeme moci vyjet i dále než do Babic nad Svitavou a okolí, tak budete připraveni! V knihovně máme například tyto cestovatelské kousky. Objednávky knih (nejen těch cestovatelských) na telefonním čísle 777 076 448. Co nejpříjemnější chvíle s knihou nablízku přeje knihovnice Kateřina Golíková.

(kg)



DOTEK ŽIVÉ HUDBY

V sobotu 30. ledna 2021 se naše obec připojila k happeningu „Na plyšenou!“ a v obecním rozhlasu odvysílala živý přenos koncertu Police symphony orchestra – orchestru z města Police nad Metují. K tomuto zřejmě historicky prvnímu propojení

živě hrajících muzikantů, internetového přenosu a odvysílání do veřejného prostřednictvím obecních rozhlásů připojilo několik desítek měst a obcí. S přibývajícím teplem dny se s konat další koncerty, které radost otevřenými okny do našich domů.

Město Uherské Hradiště

2021 | 6

ZAČÁTEK ROKU V PASTELKÁCH **Krátce z města**



Slavnosti skončily a začaly. Děti měly radost nejen od Ježíška, ale také z nadílky. Experimentovali jsme s barvami a využili jsme je k zimmim ra. Nesměl chybět barevný sněhulák

Kulturní zařízení v Mařaticích čeká oprava, právě vzniká projekt

Projekt Hradiště chytře se v květnu dvakrát představil veřejnosti



Kulturní zařízení v Mařaticích.

Místní kulturní zařízení v Mařaticích se potýká s mnoha problémy, které chce město vyřešit. Celkový stavební stav objektu je dlouhodobě neuspokojivý, největší starostí dělá pronikání vlhkosti do konstrukcí budov

odvodu dešťové vody vyžaduje zásadní úpravy i nádvoří. Ve všech objektech by mělo dojít k rekonstrukci elektroinstalací. Město by také chtělo vytvořit reprezentativní vstup do hlavní části se sálem

Veřejné prezentace a projednání strategických dokumentů projektu Hradiště chytře se konaly v prvních čtrnácti květnových dnech. Lidé se nad tématy z oblasti kultury, sportu, cestovního ruchu, využívání informačních a komunikačních technologií a dalších setkali kvůli mimořádným opatřením u „kulatých stolů“ na internetu, to ale vůbec neubralo na zájmovosti předkládaných dokumentů či dotazů, které mohli občané pokládat přímo v průběhu akce pomocí chatu. „Zájem veřejnosti nás příjemně překvapil a potvrdil, že zpracování strategických dokumentů z dotačních prostředků rozhodně nebyl krok špatným směrem. Jednotlivé koncepce napovídají, jakým způsobem můžeme zlepšovat podmínky k životu v našem městě, a jsou důležitým vodítkem při

Obrázek 10: <https://www.babice-nad-svitavou.cz>

Obrázek 11: <https://www.mesto-uh.cz/zpravodaj-mesta>

Oproti tomu vnitřní členění obdobných rubrik v rámci Zpravodaje města Mikulov není příliš přehledné ani poutavé (převažují ostré linie, nejasná typografie – pouze část nadpisu je tučně, a stejné chladné barvy, doprovodné fotografie jsou využívány jen velmi málo).

Mušlov se může těšit na novou zastávku, chodníky nebo veřejné osvětlení

Vývoj pandemie virové choroby COVID-19 od loňského roku nepříznivě zasáhl do mnoha odvětví ekonomiky, veřejných financí i do našich vlastních životů. Městu Mikulov se i přes tuto složitou situaci daří pokračovat v přípravě a realizaci většiny plánovaných investičních akcí. V krátkosti zmiňme jen ty nejvýznamnější pro letošní rok.

Infrastruktura Mušlov – kanalizace

Společná investiční akce města Mikulova a VaK Břeclav, a.s., jejíž význam spočívá především v řešení infrastruktury místní části Mušlov. Akce je však svým způsobem ojedinělá také proto, že se na ni podařilo získat dotaci ze Státního fondu životního prostředí, která kryje 63,75 % nákladů akce. Při celkových před-

Infrastruktura Mušlov – zastávka MHD a chodník

Tato investiční akce je již ve fázi výběrového řízení na dodavatele. Cílem je vybudování točny autobusů se zastávkou a 220 metrů chodníku od této zastávky k obytné zástavbě včetně souvisejícího veřejného osvětlení. Celkové rozpočtové náklady této akce jsou ve výši 7 mil. Kč. Lze však předpokládat, že skutečně uhrazená cena této akce bude s ohledem na očekávané výsledky výběrového řízení nižší, a to včetně případných víceprací a méněprací.

Snížení energetické náročnosti veřejného osvětlení

Na projekt „Město Mikulov, snížení energetické náročnosti veřejného osvětlení 2020“ získalo město maximální možnou dotaci ze Státního fondu ži-

Mikulov se připravuje na jarní blokové čištění ulic

V souvislosti s končícím zimním obdobím je ve městě Mikulov zapotřebí provést údržbu komunikací za účelem odklizení nečistot a zbytkového materiálu po zimní údržbě, zvýšení bezpečnosti provozu na pozemních komunikacích a zlepšení sjízdnosti či schůdnosti místních komunikací. Proto město Mikulov ve spolupráci s firmou TEDOS Mikulov vypracovalo časový harmonogram blokového čištění komunikací, které bude provádět společnost TEDOS Mikulov, s.r.o., určený správce místních komunikací v Mikulově. Jedná se jak o silnice, tak o chodníky.

Vzhledem k rozsahu blokového čištění bylo nezbytné tuto jarní údržbu rozvrhnout na jednotlivé etapy a zajistit, aby na těchto komunikacích nestála žádná vozidla. Proto je nevyhnutelné, abyste si po dobu blokového čištění zabezpečili

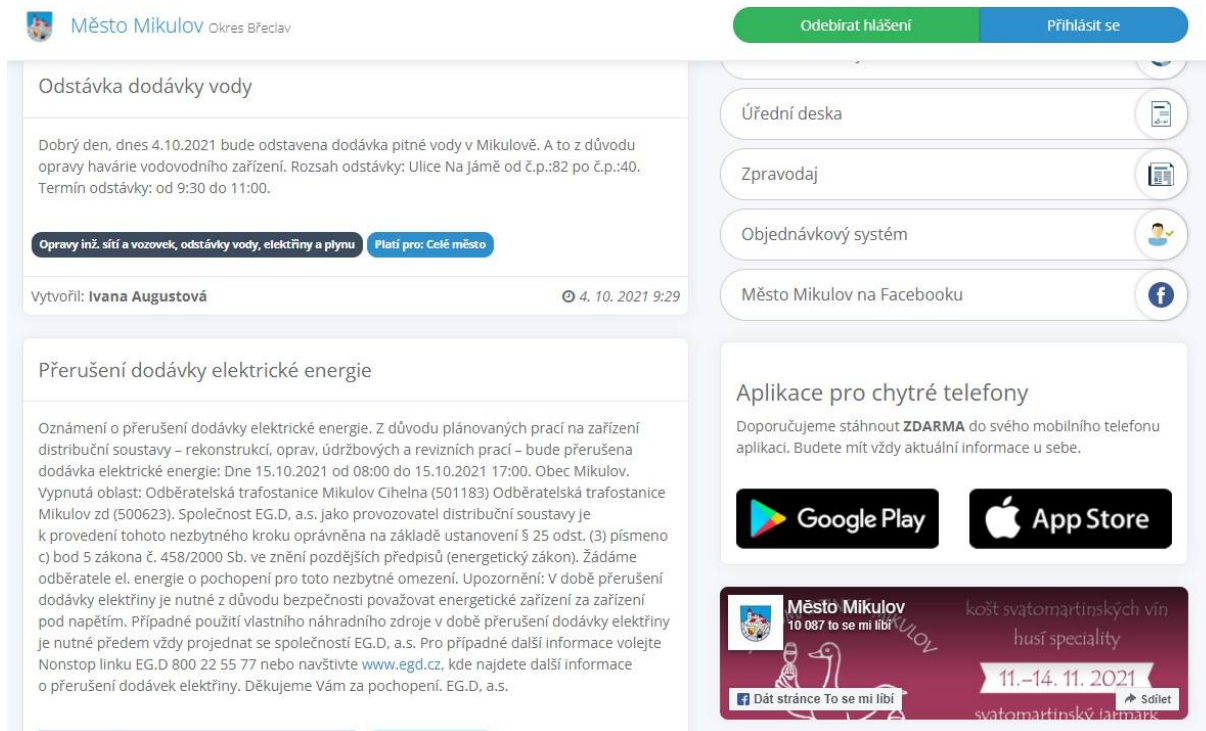
Obrázek 12: Zpravodaj města Mikulova, https://zpravodajmikulov.cz/images/4_2021/Zpravodaj_Mikulov_duben.pdf

Elektronické nástroje a aplikace

Aplikace Hlášení rozhlasu

Město Mikulov využívá k efektivnějšímu informování obyvatel také službu Hlášení rozhlasu, která má představovat alternativu k dříve tradičnímu rozhlasovému hlášení. Lidé zapojení do systému zasilání zpráv tak mají jednodušší přístup k aktuálním informacím o dění ve městě. Důležitým parametrem fungování aplikace je potřeba přihlásit se k odběru hlášení.

Informace zasílané přes Hlášení rozhlasu jsou v zásadě trojího typu, a to kulturní události, důležitá oznámení úřadu a krizové zprávy. Uživatel si sám může vybrat preferovaná témata i způsob odběru. Aplikace tak funguje přes webové rozhraní nebo klasickou mobilní aplikaci a způsob odběru hlášení je možný přes SMS, e-mail či právě mobilní aplikaci.



Podle posledních dostupných údajů se počet uživatelů nástroje Hlášení rozhlasu postupně navyšuje až na 729 obyvatel v roce 2021, což představuje téměř 10 % všech obyvatel města.

Počet uživatelů aplikace Hlášení rozhlasu bez administrátorů

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	
SMS	77	132	21	22	16	11	279
E-mail	81	184	41	31	40	26	403
Mobilní aplikace	0	0	5	12	20	10	47
Celkový počet	158	316	67	65	76	47	729

ZmapujTo

Město Mikulov využívá už od roku 2015 mobilní aplikaci ZmapujTo pro jednoduché hlášení nedostatků a nepořádku na území města. Občané města prostřednictvím aplikace mohou upozornit úředníky na nejrůznější situace, a to s využitím odeslání fotografie konkrétního problému a současně i jeho přesnější polohy a detailnějšího komentáře.

Přestože se město Mikulov do celého projektu přidalo už v roce 2015, tak podle analyzovaných údajů zatím významněji nevstoupil do podvědomí obyvatel města. Za celou existenci bylo přes aplikaci nahlášeno jen 170 podnětů. Pro ilustraci za celý rok 2020 to bylo jen 20 podnětů. Podobné trendy jsou patrné i v roce 2021 a využití aplikace má spíše klesající tendenci. Hlášení

podnětů je možné buď přes mobilní aplikaci (nově jako součást služby Mobilní Rozhlas) nebo webové rozhraní.

Na aplikaci ZmapujTo město nijak neodkazuje z hlavní webové stránky (např. formou jasné viditelného banneru) ani její používání v posledních letech nijak zvláště nepropaguje.

The screenshot shows the ZmapujTo web application. At the top, there are navigation links for 'Mapa', '+ Nové hlášení', and 'O projektu'. On the right, there are links for 'Registrace' and 'Přihlásit'. The main content area is divided into two parts: a map on the left and a statistics section on the right. The map shows the town of Mikulov with various landmarks and a red outline indicating a specific area. The statistics section contains two pie charts: 'Typy hlášení' (Types of reports) and 'Stav hlášení' (Status of reports). Below the statistics, there is a table titled 'Aktivity v tomto regionu' (Activities in this region) with columns for 'datum', 'id', 'typ', 'akce', and 'komentář'.

datum	id	typ	akce	komentář
11.10.2021	189270	nové hlášení		Kontejner je nedostatečně označený, je černý a lidé si ho pletou s komunálním odpadem ikdyž je to na tříděný odpad tetrapack
9.9.2021	187694	nové hlášení		
23.8.2021	186962	nové hlášení		Asi vyteklý motorový olej.

Obrázek 13 <http://www.mikulov.cz/mesto-mikulov/zmapujto/>

Další komunikační nástroje

Zpracování tiskovin pro oblast kultury a cestovního ruchu (pozdávky na kulturní akce, plakáty, katalogy, letáky atd.) vychází z platného Logo manuálu, který je dodržován v případě, že pořadatelem / realizátorem / vydavatelem je přímo město, popř. některá z jeho organizací.

Různé další výstupy města směrem k veřejnosti (pozdávky na zasedání zastupitelstva, pozvánky na kulturní akce, informace o aktuálních změnách...) však nemají pevně stanovená pravidla a narušují jednotný vizuální styl (branding) města. Jejich tvorba se řídí spíše zažitými zvyklostmi a schopnostmi pracovníků jednotlivých odborů, kteří za ně zodpovídají.

Jako ukázka může posloužit plakát k inzerci volného pracovního místa na Městském úřadě Mikulov. Plakát v zásadě nijak nevychází z Logo manuálu a vzhledem k tomu, že úřad nedisponuje manuálem vizuální identity, tak nereflkuje ani základní principy marketingové komunikace. Přitom v této podobě byl sdílen také na sociální síti Facebook, která má své specifické zákonitosti komunikace. Např. uvádět emailový kontakt na obrázek, z kterého nelze zkopírovat není uživatelsky příliš vstřícné.



**Město Mikulov vyhlašuje
výběrové řízení na funkci:**

**odborný/á referent/ka odboru stavebního
a životního prostředí – odpadové hospodářství
Městského úřadu Mikulov.**

Podrobnosti a podmínky pro přihlášení
do výběrového řízení najdete na stránkách
www.mikulov.cz, úřední deska, kategorie volná
pracovní místa nebo na úřední desce
Města Mikulov.

Kontaktní osoba: Mgr. Martin Sedliský,
tel. 519 444 561, e-mail: sedlisky@mikulov.cz.

Přihlášku doručte nejpozději do 13.8.2021
do 12:00 hod osobně na podatelnu nebo poštou na
adresu: Městský úřad Mikulov, Náměstí 158/1,
692 20 Mikulov.



**Město Mikulov vyhlašuje
výběrové řízení na funkci:**

**odborný/á referent/ka odboru stavebního
a životního prostředí – výkon agendy
stavebního úřadu Městského úřadu Mikulov.**

Podrobnosti a podmínky pro přihlášení
do výběrového řízení najdete na stránkách
www.mikulov.cz, úřední deska, kategorie volná
pracovní místa nebo na úřední desce
Města Mikulov.

Kontaktní osoba: Mgr. Martin Sedliský,
tel. 519 444 561, e-mail: sedlisky@mikulov.cz.

Přihlášku se všemi náležitostmi a požadovanými
doklady doručte nejpozději do 31.8.2021
do 12:00 hod osobně na podatelnu nebo poštou na
adresu: Městský úřad Mikulov, Náměstí 158/1,
692 20 Mikulov.

Jako příklad dobré praxe můžeme uvést město Znojmo, které v podobných situacích pracuje s modernější grafikou, která nabízí jen základní popis a ilustrační obrázek s proklikem na detailní informace na webu města. V takové podobě je šance, že sdělení zaujme větší počet uživatelů.



ZNOJMO @znojmocity_cz · 9. 8. ...

Město Znojmo vyhlásilo výběrové řízení na pozici právník/právníčka
Městského úřadu Znojmo. Kompletní informace o výběrovém řízení:

znojmocity.cz/assets/File.as... ✓ #znojmo



**VÝBĚROVÉ
ŘÍZENÍ**

PRÁVNÍK/PRÁVNÍČKA
městského úřadu

Nástup: dle dohody
Platové ohodnocení: platová třída 11
Pracovní poměr: na dobu neurčitou

Kvalifikační požadavky, předpoklady, nároky na uchazeče,
postup podání přihlášky a další informace najdete na webu
města: ZNOJMOCITY.CZ

PODÁNÍ PŘÍHLÁŠEK: do 31. srpna 2021 do 12:00

Obrázek 14: https://twitter.com/znojmocity_cz

Tiskové zprávy a oznámení

Formulaci veškerých tiskových zpráv a dalších mediálních výstupů pro město zajišťuje zřizovaná organizace Mikulovská rozvojová, jejíž ředitelka má dlouholeté zkušenosti s prací v médiích (např. Česká televize) a tyto výstupy jsou řešeny kvalitně.

Pro úřední oznámení je využívána jak klasická úřední deska v prostorách budovy městského úřadu, tak i nově pořízená elektronická úřední deska, která nabízí celou řadu nových funkcionalit, jak komunikovat s veřejností. Vzhledem k jejímu teprve nedávnému pořízení je předčasné zatím hodnotit její praktické využití a širší spokojenost.

Regionální televize

Město dlouhodobě spolupracuje s Regionální televizí Jih (RTVJ), která působící převážně na Břeclavsku a Hodonínsku, kde pořizuje televizní reportáže z dění v místních obcích. Kromě tradičních reportáží stojí za pozornost také pořad „Pár minut se starostou“, kde starosta města Mikulova informuje o aktuálním dění ve městě.

Videoreportáže jsou umístěné na YouTube kanále <https://www.youtube.com/user/rtvjih>, na webových stránkách www.rtvj.cz a v současnosti je možné televizi naladit také na běžných TV přijímačích v regionu. Reportáže bývají zveřejňovány rovněž na FB města Mikulova.

Osobní setkání s veřejností

Nejtradičnější a nejpřímější formou komunikace s veřejností jsou veřejné debaty a jiné podobné akce. Město Mikulov má tradici v pořádání tzv. starostovny, přímo na náměstí před budovou radnice. V předem oznámený konkrétní den a čas je starosta města k dispozici k zodpovídání otázek obyvatel přímo na hlavním náměstí ve městě.



Obrázek 15: Starostovna na náměstí v Mikulově, zdroj: <https://www.facebook.com/mikulovmesto/photos/pcb.1458841144181224/1458836670848338/?type=3&theater>

Město také pořádá nárazově ve vazbě na různé aktuální agendy veřejná setkání s občany. Takto se v posledních letech konalo např. setkání s obyvateli, kde byly debatovány výzvy v oblasti cestovního ruchu, nový systém parkování ve městě nebo podoba revitalizace náměstí. I v prezentaci účasti na těchto akcích se město potýká s nejednotným komunikačním stylem – ať u pozvánek nebo materiálů předkládaných přímo na akci. Ukázka představuje jednorázovou pozvánku, která však nereflektuje žádné šířeji uplatňované principy marketingové komunikace.



Obrázek 16: Ukázka pozvánky na veřejnou debatu k tématu cestovního ruchu, zdroj: <http://www.mikulov.cz/aktuality/detail/?contentId=182485&languageId=4>

Osobní komunikace

Mezi osobní komunikaci řadíme přímou komunikaci pracovníků města s dalšími aktéry, a to na individuální úrovni. Za tento způsob komunikace je tak zodpovědný každý zaměstnanec samostatně, a přestože není na první pohled viditelný podobně jako předchozí analyzované formy komunikace, tak z dlouhodobého hlediska vytváří právě individuální přístup pracovníků města ke komunikaci s veřejností jednolitý celek a vstupuje zásadně do hodnocení komunikačního přístupu města.

Nejčastější formou osobní komunikace v prostředí města jsou následující formy komunikace:

- osobní (nejčastěji při schůzkách a jednání s veřejností přímo na úřadu)
- telefonická
- emailová

Z pohledu většiny zaměstnanců Městského úřadu Mikulov patří email mezi nejpoužívanější komunikační prostředky s externími subjekty mimo strukturu města. V rámci analýzy současné úrovně komunikace v této oblasti byl prostřednictvím tzv. mystery emailů zjištěn

vzorek určité části emailové komunikace pracovníků města, který byl následně anonymizován a vyhodnocen pro potřeby zpracování této strategie.

Jako nejzásadnější společný problémový rys byla vyhodnocena absence jednotné podpisové politiky pod emailem. Většina pracovníků města nemá vytvořen automatický podpis, a když už jej mají, tak nedodržují zásady jednotné vizuální identity (např. použití vhodného loga) ani žádné jiné jednotící prvky, a to zejména z důvodu, že zatím nebyly definovány žádným souhrnným dokumentem typu manuál.

Výsledek je takový, že město navenek nekomunikuje jednotně, emaily mají různorodou úpravu. A to od perfektních podpisů pod emailem se všemi kontaktními údaji – např. varianta a), c) nebo d) až po velmi strohé ručně doplněné údaje s pouhým jménem – varianta b). Celkově nepůsobí úprava emailů dojmem odpovídajícím vážnosti instituce typu městský úřad. Schází tak jednotná pravidla pro podpisy emailů i jejich celkovou úpravu (font písma a jeho barva), přitom jde o podklady, které je možné ve spolupráci s IT pracovníky nastavit jednotným způsobem.

Varianty podpisu emailu:

a)

S pozdravem,

Ing. [redacted]

vedoucí [redacted]

Městský úřad Mikulov

Náměstí 1

692 20 Mikulov

tel.: [redacted]

e-mail: [redacted]@mikulov.cz

b)

S pozdravem

[redacted]

[redacted] MěÚ Mikulov

c)



S pozdravem

[redacted]

Město Mikulov

Náměstí 1, 692 01 Mikulov

Web: www.mikulov.cz

d)

Bc. [redacted]

tel. [redacted]

e-mail: [redacted]@mikulov.cz

SWOT analýza

+ Silné stránky

- Zavedené tradiční komunikační nástroje (Zpravodaj města Mikulov a spolupráce s Regionální televizí Jih)
- Od roku 2021 existuje Manuál – Pokyny pro umístování informačních zařízení na vybraném území města (21)
- Stabilní návštěvnost webu města (výkyvy odpovídají letní turistické sezóně)
- Velmi dobrý dosah Facebooku (počet sledujících: 10 407)
- Interaktivní přístup k správě Facebooku (správce stránky reaguje i na nepříjemné dotazy v komentářích)
- Nově pořízená elektronická úřední deska
- Dobře fungující aplikace Hlášení rozhlasu (využívá 729 obyvatel)
- Tradice v pořádání tzv. starostovny přímo na náměstí (možnost obyvatel osobně diskutovat přímo se starostou)

- Slabé stránky

- Značka Mikulov - grafický manuál určený pro propagaci kulturních akcí a cestovního ruchu není v praxi využíván zcela důsledně, zejména v souvislosti s externími pořadateli (akce je ale podpořena městem)
- Absence jednotné úpravy emailů (různé typy podpisů, font a barva písma apod.)
- Komunikaci směrem k veřejnosti zajišťuje městská společnost Mikulovská rozvojová (důraz na cestovní ruch a kulturu)
- Schází interní pravidla pro komunikaci zaměstnanců s veřejností
- Většina textů na webu města je podána velmi úředním a strohým jazykem
- Nemoderní a nepřehledný web, minimum aktualit
- Mobilní aplikace ZmapujTo není městem v posledních letech nijak aktivně propagována
- Absence participativního rozpočtu (příp. dalších moderních nástrojů participace)
- V rámci Facebooku je komunikační styl poněkud nevyvážený a nejasněný (kombinuje dva přístupy – úřední a neformální) viz komentář u části FB
- Oficiální účet města Mikulov na sociální síti Instagram není v zásadě nijak využíván (z celý rok 2021 byl přidán jediný příspěvek)
- Youtube kanál města Mikulov funguje od roku 2014, ale prakticky není nijak aktivně používán

↑ Příležitosti

- Reflektovat také různé věkové kategorie obyvatel a jejich preference v komunikaci
- Prostřednictvím efektivnější komunikace zlepšit společenskou atmosféru ve městě (posílit hodnoty jako hrdost na město a soudržnost)
- Modernizovat stávající komunikační nástroje a efektivněji je využívat

↓ Hrozby

- Přílišná orientace komunikačních aktivit na turisty a atraktivitu cestovního ruchu
- Nezachycení trendů nových komunikačních nástrojů a platform

Návrhová a implementační část

Základní cíle jednotlivých nástrojů komunikace

Návrhová část předkládá základní **vizi** města Mikulova v oblasti komunikace s veřejností. Tato vize popisuje žádoucí stav v oblasti komunikace a zároveň definuje základní principy a hodnoty, o které se bude město při komunikaci s veřejností opírat. Vize se rozpadá do tří tematických cílů, které mají definované konkrétní opatření.

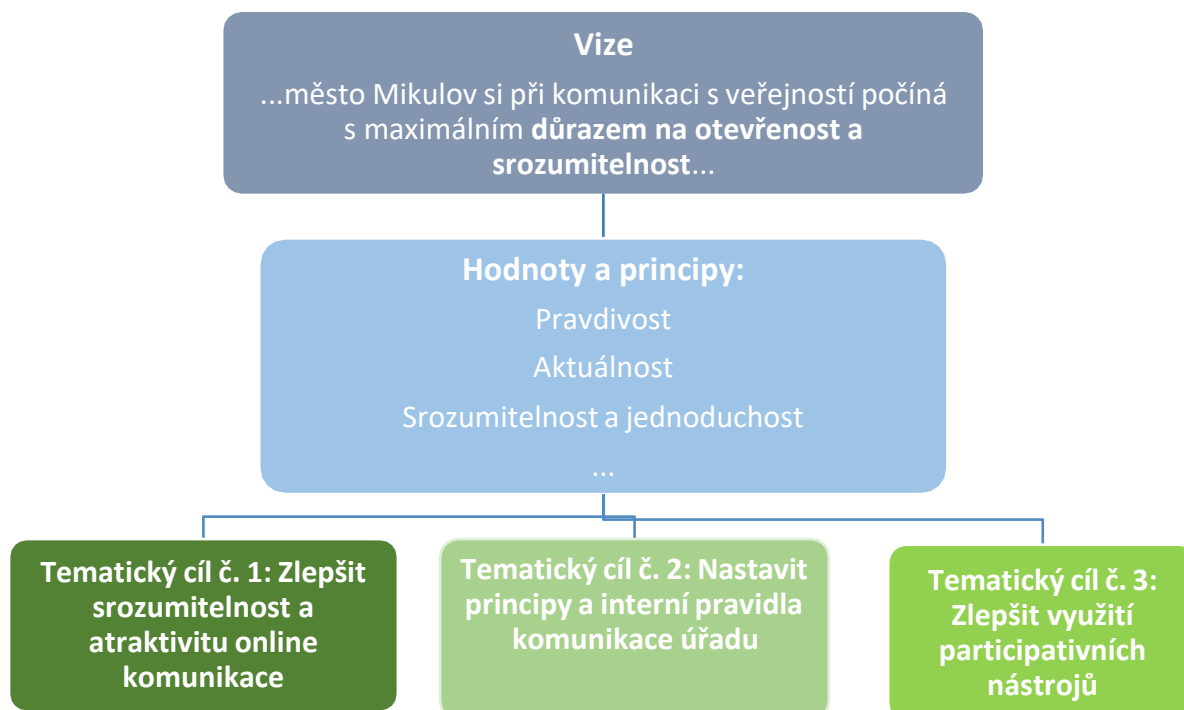
Strategická vize

Město Mikulov si při komunikaci s veřejností počíná s maximálním **důrazem na otevřenost a srozumitelnost**. Kromě tradičních komunikačních nástrojů sleduje také moderní trendy a do komunikačního mixu zařazuje průběžně nové prvky. Jednotlivé komunikační nástroje jsou uplatňovány s ohledem na specifické potřeby konkrétních cílových skupin. Mikulov se snaží pilotně ověřovat také nové způsoby **posílení participace místních obyvatel**.

Zástupci města a dalších relevantních organizací **vystupují při komunikaci s cílovými skupinami profesionálně a respektují definovaná pravidla a principy komunikace** (např. etický kodex zaměstnanců města a manuál vizuální identity).

Struktura strategické části

Návrhová část je zaměřena na specifická doporučení, která jsou seskupena do tří tematických cílů. Všechna dílčí opatření směřují ke zvýšení kvality současné úrovně komunikačních nástrojů. Součástí strategie jsou také na průřezové hodnoty a principy, které souvisí s komunikací jako širším tématem v činnosti úřadu.



Popsaná vize je v souladu se strategickou vizí hierarchicky nadřazeného dokumentu Strategický plán rozvoje města Mikulov 2013–2026.

Cílové skupiny

Hlavní cílové skupiny komunikace města a jimi preferované způsoby konzumace informačního obsahu lze popsat jako následující:

Hlavní cílové skupiny	Preferované komunikační nástroje
Senioři	Veřejná projednání, regionální televize, městský zpravodaj a další tiskoviny
Rodiny s dětmi	Veřejná projednání, regionální televize, městský zpravodaj a další tiskoviny, web města, mobilní aplikace, sociální sítě
Mládež a mladí dospělí	Video, soutěže, sociální sítě
Podnikatelé a neziskové organizace	Web města, pracovní skupiny, veřejná projednání, mobilní aplikace, strategické a koncepční dokumenty

Jako **interní cílovou skupinu** lze označit vedení města, resp. jeho klíčových organizací (Zastupitelstvo města, Rada města, starosta, místostarostové, tajemník, vedoucí odborů a vedoucí pracovníci Mikulovské rozvojové) a další pracovníky městského úřadu a Mikulovské rozvojové, kteří budou **vystupovat v roli nositelů principů Komunikační strategie směrem k** výše popsaným **cílovým skupinám**.

Hodnoty a principy komunikační strategie města:

Popsané hodnoty a principy jsou průřezovými entitami, které jsou relevantní pro každé detailněji popsané prioritní opatření. S mírnou inspirací a rozšířením dle publikace Sociální komunikace ve veřejné správě (Erneker, Jaroslav, 2007) můžeme jako hlavní principy stanovit následující:

Pravdivost

Za každých okolností pravdivá komunikace posiluje vzájemnou důvěru.

Aktuálnost

Prezentování informací v čase, kdy mají pro cílové skupiny největší hodnotu.

Srozumitelnost a jednoduchost

Komunikované informace mají mít takovou formu, která bude jednoznačná a na první pohled srozumitelná (pokud to legislativní podmínky umožňují). Široká veřejnost se neorientuje v úředním jazyce různých vyhlášek a nařízení.

Vhodný posel

Pokud určité sdělení komunikuje osoba, která má v dané oblasti silné renomé a těší se přirozené autoritě (např. starosta nebo tajemník), je pravděpodobné, že vůči tomu bude veřejnost mnohem vnímavější než v případě mluvčích s nižší autoritou.

Inovativnost

Je důležité držet prst na tepu doby a formy komunikace postupně přizpůsobovat novým nárokům i technologiím.

Sdílení dobré praxe

Neustále hledání inspirace u místních samospráv, které řeší podobné problémy a výzvy.

Tematické cíle

Návrhová část zahrnuje celkově 3 tematické cíle, které představují seskupení opatření směřující ke zlepšení stavu v konkrétní tematické oblasti, a to prostřednictvím sady konkrétních aktivit a projektů. Každý tematický cíl je definován a obsahuje také konkrétní přínosy v rámci jeho naplňování a tím i v zásadě posun k naplnění vytyčené vize.

Tematický cíl č. 1: Zlepšit srozumitelnost a atraktivitu online komunikace

Popis cíle:

Online komunikace zažívá v posledních letech nebývalý růst, a to zejména v souvislosti s rozšířením chytrých telefonů s přístupem k internetu. Podle dat ČSÚ za rok 2019 mělo již 70 % osob starších 16 let chytrý telefon, u mladých lidí ve věku 16 až 24 let dokonce 99 %.

Město Mikulov tak bude aktivně využívat online komunikaci ke srozumitelnému a maximálně aktuálnímu informování veřejnosti. Při komunikaci bude sledovat aktuální trendy a přihlížet k potřebám jednotlivým cílových skupin. Smyslem Tematického cíle č. 1 je rozvíjet a neustále inovovat stávající online komunikační nástroje města, ale zároveň výhledově zvážit také využití nových nástrojů jako je např. Twitter. Zároveň se město zaměří na postupné zavádění nových aplikací nebo funkcionalit (v rámci stávajícího webu), které budou novým způsobem podporovat obousměrnou komunikaci mezi úřadem města a veřejností.

Hlavní přínosy:

- Širší paleta online komunikačních nástrojů
- Přehledná a důsledně uživatelsky orientovaná webová stránka města
- Napříč všemi online nástroji důraz na maximálně přehledné a srozumitelné formy komunikace (srozumitelný komunikační styl doplněný o různé infografiky apod.)
- Lepší informovanost o rozvojových projektech města

Kód a název opatření: 1.1 Modernizace webové stránky

Popis:

Webová stránka města vyžaduje zásadní revitalizaci, a to prakticky po všech stránkách. Její podoba v době přípravy strategie zdaleka neodpovídala moderním trendům se zřetelem na principy tzv. user experience (UX) designu (design orientovaný na potřeby uživatelů), což je běžný standard.

V rámci opatření by tak mělo dojít k celkové přestavbě webové stránky s důrazem na změnu celkového grafického vyznění, maximální možné zjednodušení a zpřehlednění. Zvláštní pozornost by měla být věnována některým často využívaným funkcionalitám webu jako kalendář, kontakty a otevírací doba apod.

Odhadované náklady: do 150 tis. Kč (aktualizace stávajícího webu)

Priorita: **Vysoká**, k okamžitému řešení

Kód a název opatření: 1.2 Sjednotit komunikační styl na facebookové stránce města

Popis:

V rámci opatření budou provedeny dílčí úpravy komunikačního stylu na profilu města na sociální síti Facebook tak, aby forma všech příspěvků měla jednotný styl odpovídající cílovým skupinám. Bylo by vhodné zvážit také zavedení pravidelných informačních souhrnů aktuálního dění ve městě (např. každou neděli večer). Inspirací může být přístup Nového Města na Moravě a pravidelné facebookové posty #starostapise.

Odhadované náklady: vlastními silami

Priorita: **Střední**, k řešení průběžně

Kód a název opatření: 1.3 Zvážit využitelnost dalších sociálních sítí

Popis:

Město Mikulov má profily na sociálních sítích Instagram a YouTube, ale ty jsou v současnosti využívány jen minimálně. Mělo by dojít ke zvážení, zda také tyto profily nezačít aktivněji využívat a připojit je do komunikačního mixu online nástrojů města. V delším časovém horizontu je možné uvažovat také o vytvoření profilu města na sociální síti Twitter.

Odhadované náklady: vlastními silami

Priorita: Nižší, k výhledovému řešení

Kód a název opatření: 1.4 Vytvoření podstránky s přehledem investičních projektů

Popis:

V současnosti jsou informace o aktuálních investičních projektech města jen obtížně dohledatelné. Srozumitelnosti komunikace by prospělo opatření zaměřené na vznik samostatné (pod)stránky, která by o realizovaných i plánovaných projektech přehledně informovala. A to s důrazem na konkrétní přínosy i příp. dočasná omezení pro obyvatele města. Inspirací může být pravidelně aktualizovaný a velmi přehledný popis investičních projektů města Rožnov pod Radhoštěm - <http://www.strategieroznov.cz/>.

Odhadované náklady: do 100 tis. Kč

Priorita: Střední, k řešení průběžně

Kód a název opatření: 1.5 Zlepšit propagaci aplikace ZmapujTo

Popis:

Aplikace je poměrně málo akcentována na webových stránkách města i dalších komunikačních nástrojích, přitom se ukázala jako funkční nástroj k posílení participace obyvatel. V rámci opatření by měla být průběžně lépe komunikována samotná aplikace a její přínosy pro cílové skupiny. Nabízí se jasně viditelný banner na webové stránce města i průběžné informování na Facebooku (např. formou prezentace úspěšně vyřešených podnětů).

Odhadované náklady: vlastními silami

Priorita: Střední, k řešení průběžně

Kód a název opatření: 1.6 Pořízení aplikace chatovací robot

Popis:

Chatbot (někdy se používá také označení virtuální asistent nebo chatovací robot) označuje počítačový program, který je vytvořený za účelem automatizované komunikace. V případě města Mikulova by mohl zajišťovat komunikaci na Portálu občana, kde by návštěvníkům poradil s orientací uvnitř rozcestníku. Detailnější možnosti využití viz příklad dobré praxe.

Odhadované náklady: do 100 tis. Kč

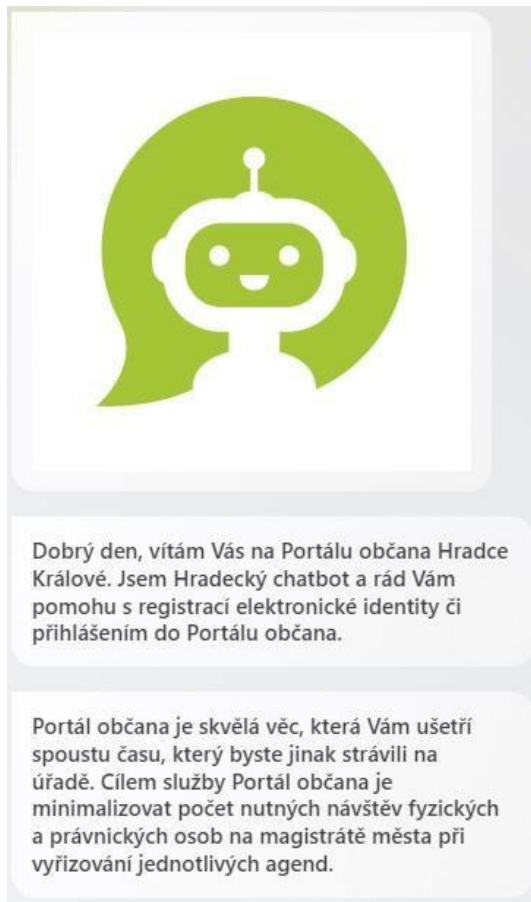
Priorita: Nižší, k výhledovému řešení

Dobrá praxe: Chatbot v Hradci Králové pro snadnější přístup občanů k portálu občana

Chatbot (někdy se používá také označení virtuální asistent nebo chatovací robot) označuje počítačový program, který je vytvořený za účelem automatizované komunikace. V případě města Hradec Králové má chatbot na starosti komunikaci na Portálu občana, kde návštěvníkům poradí s orientací uvnitř rozcestníku.

Situace kolem pandemie COVID-19 navíc zvýšila tlak na přijímání žádostí o dotace pouze elektronickou formu a město spouštělo program peněžité pomoci Antivirus. Mj. je jeho rolí také pomoci veřejnosti lépe se orientovat v problematice autentizačních služeb, interaktivně s nimi komunikovat a co nejlépe jim poradit se zřízením požadované autentizační služby a samotným přihlášením do Portálu občana

Naprogramovaný chatbot tak 24 hodin denně odpovídá lidem na otázky na základě předem nadefinovaného scénáře a ulehčuje tak městu od dalších dotazů řešených např. telefonicky nebo osobně.



Tematický cíl č. 2: Nastavit principy a interní pravidla komunikace úřadu

Popis cíle:

V současnosti je komunikace s veřejností řešena z pohledu úřadu města spíše intuitivně a na základě léty zažitých praxí. Tematický cíl č. 2 se zaměřuje na jasné nastavení principů a pravidel, které přispějí ke sjednocení a zkvalitnění komunikace úřadu, resp. jeho pracovníků směrem k veřejnosti. Komunikací se v tomto kontextu rozumí její nejširší pojetí zahrnující jak formální vystupování v podobě různých tiskovin, emailů apod. tak i komunikaci na osobní úrovni, která by také měla splňovat jisté standardy.

Město Mikulov tak prostřednictvím realizace sady úzce provázaných opatření významně posílí kulturu komunikace pracovníků města směrem k veřejnosti, a to s akcentem na naplnění celkové vize komunikační strategie, tedy postupovat s ohledem na maximální možnou otevřenost a srozumitelnost.

Hlavní přínosy:

- Uživatelsky přívětivější a lépe komunikující úřad
- Vyšší míra identifikace s městem (posílení pozitivních emocí k úřadu města)

Přehled opatření:

Kód a název opatření: 2.1 Zpracování etického kodexu zaměstnanců města
Popis: Etický kodex představuje souhrn pravidel, která mají vytvářet, udržovat a prohlubovat důvěru veřejnosti v úřad. Takto by město Mikulov mělo vytvořit etický kodex, jehož podstatnou složkou by bylo také vystupování, resp. komunikace s veřejností. Kodex by se měl opírat zejména o následující zásady: <ul style="list-style-type: none">– Zásada informační otevřenosti a srozumitelnosti– Zásada etiky práce– Zásada kvality a efektivity– Zásada odpovědnosti za dobré jméno úřadu– Zásada reprezentace a vystupování
Odhadované náklady: vlastními silami
Priorita: Nižší, k výhledovému řešení

Kód a název opatření: 2.2 Zpracování manuálu vizuální identity
Popis: Nově pojatý manuál vizuální identity by poskytl všem zaměstnancům úřadu přesný a podrobný popis jednotlivých aspektů komunikační identity a definoval by způsoby, jak je využívat v každodenní praxi. Manuál by mj. sjednotil podpisovou politiku pod emaily, nabídl jednotné šablony celé řady dokumentů, pozvánek apod. Mělo by se zvážit také vytvoření komunikačního sloganu s ohledem na potřeby obyvatel města (alternativa k stávajícímu turisticky zaměřenému "vůně jihu"), a to ideálně v podobě veřejné soutěže.
Odhadované náklady: do 150 tis. Kč
Priorita: Střední, k řešení průběžně

Kód a název opatření: 2.3 Sjednocení požadavků na propagaci města externími subjekty
Popis: Město Mikulov finančně i jiným způsobem podporuje celou řadu kulturních a společenských akcí. V současnosti dochází při propagaci k různému způsobu adresování podpory města. Měla by být přijata jasná pravidla (např. jako součást rozdělování prostředků z fondů města) pro využití loga nebo znaku města příp. nově vybraného sloganu.
Odhadované náklady: vlastními silami
Priorita: Střední, k řešení průběžně

Kód a název opatření: 2.4 Pravidelné zjišťování spokojenosti veřejnosti s komunikací
Popis: Alespoň jednou za 2 roky by město prostřednictvím dotazníkového šetření (kombinace on-line a off-line) zjišťovalo spokojenost veřejnosti s používanými nástroji a obecněji kvalitou komunikace.
Odhadované náklady: vlastními silami
Priorita: Střední, k řešení průběžně

Kód a název opatření: 2.5 Pravidelné vyhodnocování data o úspěšnosti komunikace**Popis:**

V případě stávajících online nástrojů jako je web nebo stránka města na Facebooku je možné pravidelně evaluovat kvalitu komunikace prostřednictvím celé řady snadno dostupných metrik (nejčastěji používané záložky webu, datum a čas, kdy je největší zájem o příspěvky na Facebooku apod.), které mohou být využity k následnému zkvalitnění dané komunikační aktivity.

Odhadované náklady: vlastními silami

Priorita: **Střední**, k řešení průběžně

Tematický cíl č. 3: Zlepšit využití participativních nástrojů

Popis cíle:

Participace obyvatel na řešení konkrétních problémů a výzev města je důležitý předpoklad pro zvýšení demokratizace samosprávy ve smyslu transparentnosti a pocitu odpovědnosti. Z dlouhodobého hlediska participativní prvky přispívají také k větší kvalitě života ve městě. Mikulov zařazuje participaci obyvatel do svého fungování spíše příležitostně a některé vcelku běžné aktivity zatím vůbec nevyužívá. Větší snaha o zapojení veřejnosti přináší nejen širší spektrum názorů, které by jinak zůstaly městu utajeny, ale také posílení mezilidských vztahů, soudržnost místní komunity a osvětu ve fungování místní samosprávy jako takové.

Město by prostřednictvím nejrozšířenějších participativních nástrojů mělo pilotně ověřit jejich funkčnost a zhodnotit dopady. Za vlajkovou loď zapojení veřejností je považováno participativní rozpočtování.

Hlavní přínosy:

- Osvěta zákonitostí přípravy a realizace projektů
- Zlepšení soudržnosti místní komunity
- Možnost seberealizace ve prospěch společensky přínosných aktivit
- Probuzení znalostního potenciálu místní komunity
- Posílení vztahu mezi úřadem a místní komunitou

Přehled opatření:**Kód a název opatření: 3.1 Pilotní projekt participativní rozpočet****Popis:**

Participativní rozpočet nabízí obyvatelům města možnost podávat návrhy vlastních projektů na konkrétní vylepšení, která by se měla ve městě uskutečnit. Celková alokace participativního rozpočtu je určena předem, stejně jako podmínky pro hlasování o podpořených projektech. V posledních letech se participativní rozpočty rozšiřují i do menších měst velikostně srovnatelných s Mikulovem. Jako příklad je možné zmínit Slavičín, Mnichovice nebo Zubří.

Odhadované náklady: vlastní rozpočet, externí konzultace do 50 tis. Kč

Priorita: **Nižší**, k výhledovému řešení

Kód a název opatření: 3.2 Využití metody „World Café“ pro diskusi rozvojových témat**Popis:**

Participativní metoda „World Café“ je vhodná pro komornější diskuse na konkrétní rozvojová témata (problémy školství, sociální služeb apod.). Taková diskusní setkání mají vcelku neformální průběh, místem bývá často kavárna. Všichni jsou nejprve rozděleni do skupin po cca 5 účastnících, kde následně probíhají diskuse. Důležité je zaznamenávání hlavních myšlenek na flipchart nebo papír. Každé kolo diskuse (záleží na počtu otázek či témat) má předem stanovený čas, po kterém následuje společná debata.

Odhadované náklady: vlastní rozpočet, externí konzultace do 30 tis. Kč

Priorita: Nižší, k výhledovému řešení

Implementace strategie

Pod pojmem implementace se rozumí všechny kroky směřující k zavedení navržených opatření do praxe běžného fungování města Mikulova, resp. jeho klíčových organizací. Vzhledem k charakteru navržených opatření (řada z nich má spíše povahu organizačních a procesních změn) a pozici strategie jako hierarchicky podřízeného sektorového dokumentu není potřeba každoročně formulovat podrobný akční plán. Přesto by základem úspěšné implementace měla být alespoň jednou ročně probíhající diskuse o naplnění cílů strategie.

Tato část strategie popisuje jednotlivé aspekty implementace do větších detailů s důrazem na konkrétní úkoly a zodpovědnosti.

Zodpovědnost orgánů města při implementaci strategie

Rada města Mikulov a její zodpovědnost při implementaci strategie

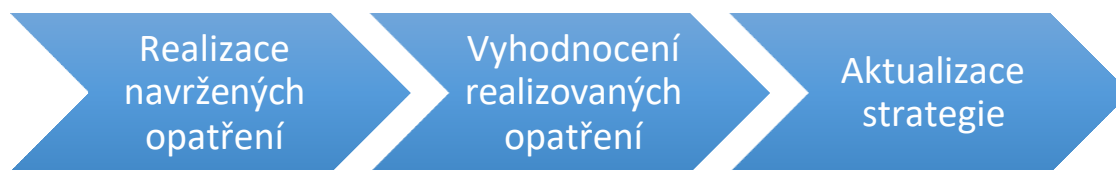
Role Rady města Mikulova je zejména kontrolní a poradní, a to před samotným zahájením realizace strategie a také průběžně při schvalování případných změn a diskutování naplňování cílů strategie.

- Schválení Komunikační strategie Mikulov
- Schválení případné aktualizace strategie
- Návrh vlastních opatření k implementaci
- Projednání průběžného hodnocení naplnění strategie

Odbor rozvoje a živnostenského podnikání Městského úřadu Mikulov

Vybraný pracovník odboru zajišťuje základní koordinaci naplnění dílčích opatření komunikační strategie. Komunikuje s dotčenými subjekty a osobami, které zajišťují naplňování dílčích opatření. Nejčastěji půjde o další pracovníky města, pracovníky městem založené společnosti Mikulovská rozvojová nebo externí dodavatele. Pověřená osoba komunikuje také s vedením města a dalšími relevantními orgány (zejména dotčené komise – Komise pro strategický rozvoj města a Komise pro kulturu, cestovní ruch a zvelebování města nebo Redakční rada Zpravodaje města Mikulov), kdy alespoň jednou ročně informuje o pokroku realizace opatření, podle potřeby pak předkládá návrh na aktualizaci komunikační strategie.

Klíčové milníky implementace strategie



Přílohy

Návrh dotazníku pro zjišťování spokojenosti veřejnosti s komunikací města

Dotazník pro obyvatele: zjišťování spokojenosti obyvatel s komunikací města

Milí občané Mikulova,

hlavním smyslem dotazníku je získat Vaše názory na celou řadu otázek týkajících se toho, jak získáváte informace o dění ve městě. S rozvojem nových technologií se neustále mění nároky, na to, jak lidé získávají kvalitní a věrohodné informace. Z pohledu města Mikulov je pro nás velmi důležité znát Váš názor na fungování konkrétních komunikačních nástrojů města jako je web, zpravodaj nebo Facebook.

Dotazník je plně anonymní a jeho vyplnění nebude trvat déle než 5 minut.

Dotazník vyplníte elektronicky, odkaz najdete na <http://www.mikulov.cz/>

Předem děkujeme za Váš čas a spolupráci.

Město Mikulov

1. Které s následujících komunikačních nástrojů města využíváte nejčastěji? (označte max. 2 možnosti)

- a) Úřední deska
- b) Webové stránky města
- c) Facebookové stránky města
- d) Městský zpravodaj
- e) Osobní jednání se zástupci města
- f) Jiné.....

2. Jaký způsob informování o „úředních věcech“ za strany města (informace o placení poplatku za odpad, apod.) nejvíce preferujete: (vyberte prosím pouze jednu z nabízených možností)

- a) Osobní jednání
- b) Elektronická komunikace (email, mobilní aplikace, Facebook, webové stránky, apod.)
- c) Telefonický hovor
- d) Písemná komunikace (klasická pošta – dopis)
- e) Nevím, nedokážu posoudit

3. Jak jste spokojen/a s úrovní facebookové stránky města v níže uvedených kritériích? Vaši preferenci označte křížkem.

	Spokojen/a	Spíše spokojen/a	Nevím	Spíše nespokojen/a	Nespokojen/a
a) Množství poskytovaných informací					

b) Srozumitelnost informací					
c) Kvalita prezentace informací					
d) Aktivita (množství příspěvků)					

4. Jak jste spokojen/a s úrovní webové stránky města v níže uvedených kritériích? Vaši preferenci označte křížkem.

	Spokojen/a	Spíše spokojen/a	Nevím	Spíše nespokojen/a	Nespokojen/a
a) Grafická úprava					
b) Orientace a přehlednost					
c) Množství poskytovaných informací					
d) Srozumitelnost informací					

5. Jak jste spokojen/a s následujícími složkami fungování Městského úřadu? Vaši preferenci označte křížkem.

	Spokojen/a	Spíše spokojen/a	Nevím	Spíše nespokojen/a	Nespokojen/a
a) Orientace a naváděcí cedule v budově MěÚ					
b) Vzhled prostor v budově MěÚ					
c) Poskytované služby					
d) Otevírací doba					
e) Čekací doba					

6. Jak jste spokojen/a s pracovníky Městského úřadu v níže uvedených oblastech? Vaši preferenci označte křížkem.

	Spokojen/a	Spíše spokojen/a	Nevím	Spíše nespokojen/a	Nespokojen/a
a) Upravenost a celkový projev					
b) Důvěryhodnost					
c) Použití srozumitelného jazyka					
d) Ochota a vstřícnost					
e) Kvalita odvedené práce					
f) Rychlost odvedené práce					

7. Máte pocit, že vedení města reaguje na Vaše potřeby, požadavky a podněty?

- a) Ano
- b) Spíše ano
- c) Nevím, neumím posoudit
- d) Spíše ne

e) Ne

8. Co by podle Vás měl Městský úřad při poskytování služeb zlepšit? (Například v oblasti přístupu k občanům, informovanosti, vstřícnosti, úředních hodin a další. Vyjádřit můžete také pochvalu a spokojenost s prací Městského úřadu či konkrétního zaměstnance).

.....
.....
.....

Pohlaví

a) žena

b) muž

Věková kategorie

a) 15 – 26

b) 27 – 38

c) 39 – 54

d) 55 a více