

## Mediální koncepce města

Cíl: Sjednotit, zefektivnit a posílit mediální výstupy města a jednotlivých organizací

- zvyšování povědomí o Novém Městě na Moravě
- vytvoření pozitivního mediálního obrazu o městě
- koordinovat mediální výstupy jednotlivých příspěvkových organizací a městských firem
- zjednodušit a zpružnit komunikaci uvnitř organizace

Cílová skupina:

1. externí příchozí - turisté, podnikatelé, mladí lidé hledající bydlení nebo práci
2. externí místní - občané města, zájmové organizace, podnikatelé
3. interní – zaměstnanci města, organizace města

Prostředky:

externí:

- web města včetně příspěvkových organizací (kalendář akcí)
- zpravodaj Novoměstsko
- místní rozhlas
- inzerce ve sdělovacích prostředcích (tisk, rozhlas, televize, sociální sítě)
- tiskové konference
- plakáty
- Koruna Vysočiny
- kampaně
- rádia a televize

interní:

- intranet
- vnitřní komunikační kanály města (uzavřené fb skupiny, WhatsApp)
- teambuildingové aktivity

Využití komunikačních prostředků z hlediska cílových skupin

### 1. Cílová skupina externí příchozí:

#### 1.A. Přijďte na návštěvu (turisté)

**Témata: sport, kultura, zdravé město**

**NMNM - klidná dovolená pro všechny generace**

**Nové Město na Moravě je centrem vrcholového sportu. Zároveň si v něm ale můžete odpočinout od shonu a chaosu dnešní doby. Ráj pro pěší, cyklisty i horolezce. Mírně zvlněný terén s množstvím atraktivních kulturních i přírodních cílů je ideální jak pro aktivní jedince, tak rodiny s dětmi či seniory.**

**Prostředky:**

## **Koruna Vysočiny, Turistická informační centra (TIC), Web, Facebook (FB), Instagram, YouTube, print inzerce, outdoor, veletrhy, eventy, tiskové konference (TK)**

### **Koruna Vysočiny (KV)**

Sdružuje aktéry cestovního ruchu na území Žďárska, Novoměstska a Bystřicka. Měla by zajistit synergii při snaze o zvyšování potenciálu turistického ruchu těchto oblastí. Důležitá je aktivní a pravidelná spolupráce TIC a mediálního koordinátora.

### **TIC**

Turistické informační centrum zajišťuje základní informovanost turistů o nabídce služeb, trasách, a podobně. Zajišťuje propagační a informační materiály a spravuje turistický portál.

### **Web**

Propojenost informací mezi turistickým portálem, portály poskytovatelů služeb, městským webem a weby a portály nadřazených a servisních organizací (Koruna Vysočiny, Vysočina Tourism,...)

### **Sociální sítě**

Nejrychlejší a nejpružnější přenos informací probíhá na sociálních sítích. Strategie sociálních sítí je definována samostatně.

### **Print inzerce**

V případě návštěvníků kulturních, společenských a sportovních akcí z blízkých měst využíváme Žďárského průvodce a Novinky. Zde je nastavená pravidelná měsíční spolupráce. Nárazově (před sezónou) je možné doplňkově využít Deník nebo Mladou frontu. Všechny inzerce za celé hospodářství města, tedy včetně příspěvkových organizací a společností města, řeší mediální koordinátor. Další PR články publikace v rámci svojí činnosti Koruna Vysočiny

### **Outdoor**

Je možné pokračovat ve spolupráci s Vysočina Tourism a Korunou Vysočiny (velkoplošná inzerce - Praha, Brno).

### **Veletrhy**

Veletrhů se účastníme pouze jako součást Koruny Vysočina či Vysočina tourism, a to dodáváním tiskovin. Případná personální účast je koordinovaná v rámci Koruny Vysočina.

### **Eventy**

V minulosti se osvědčily roadshow na podporu singltreků nebo velkých závodů. Na tuto dobrou zkušenost v případě vhodného tématu navážeme.

Propagace velké akce, či nového projektu, nové zajímavosti roadshow po vybraných městech nebo jako součást sportovních nebo kulturních akcí v daných městech či lokalitách.

### **Tiskové konference**

V rámci subjektů Koruny Vysočiny, Kraje Vysočina a při příležitosti velkých sportovních událostí.

Rádia a televize

Pravidelné kampaně nejsou výhodné. Výjimku může tvořit spot na podporu velkých akcí ( např. na podporu živnostníků - Novoměstská losovačka). Pravidelná spolupráce je nastavena s TV Vysočina, skladba reportáží obsahuje pozvánky na akce apod.

## **1.B. Přijďte k nám bydlet (noví Novoměšťáci)**

**Témata: sport, kultura, zdravé město**

**NMNM - město bez bariér, město, kde chce žít každý**

**Nové Město na Moravě je městem aktivních lidí, pro které je zde dost sportovního a kulturního vyžití. Mladé rodiny zde najdou kvalitní zázemí v mateřských, základních i středních školách. Pro mladou generaci je zde bohaté vyžití v zájmových organizacích. Ve městě jsou místními podnikateli vytvářena chytrá pracovní místa. Dbáme o dobrou dopravní dostupnost do sousedních měst i vzdálenějších center. V našem městě strávíte skvělý život v čistém a kvalitním prostředí. Senioři se pak nemusí obávat, že budou opomenuti. Budujeme mohutnou síť sociálních služeb. Od terénních, přes pobytové, až po služby pro lidi, kteří jsou na tom zdravotně nejhůře.**

**Prostředky:**

**Web, FB, Instagram, YouTube, Print inzerce, outdoor, eventy, TK**

Web

Posílení informací o životním prostředí (kvalita vzduchu, apod.), využití funkcionalit Smart city, sekce - volné byty, volné parcely, volná pracovní místa. Sekce připravujeme - bydlení, podnikání, rozvoj města. Jednoduché informace o tom, jak se orientovat, když se přestěhujete...

Sociální síť

Aktivní pronikání například do prostředí absolventů škol, mladých rodin, čerstvých seniorů, uchazečů o zaměstnání. Je třeba zajistit analýzu cílových skupin.

Print inzerce

Před investicí v této oblasti je potřeba zajistit průzkum dosahu a efektivity. Inzerce v celostátních médiích je nesrovnatelně dražší, než v lokálních. Proto je třeba být obezřetný. Nárazově je možné využít Deníky Bohemia, ale spíše v menším rozsahu (např. 1-2 ročně)

Outdoor

Před investicí v této oblasti je potřeba zajistit průzkum dosahu a efektivity.

Eventy

Společně se Svazem měst a obcí je možné proniknout k zajímavým cílovým skupinám v různých částech republiky. V minulosti byly diskutovány možnosti "Dnů Nového Města" v Praze a v Brně, o tuto akci byl poměrně velký zájem.

TK

Zde je vhodné využít možností Svazu měst a obcí, Kraje Vysočina, případně dalších organizací (Otevřená města, Sdružení historických sídel, Zdravá města)

## **2. Cílová skupina externí místní**

### **2.A. Zapojte se v každém věku (občané města)**

**Témata: projekty města, činnost samosprávy a úřadu, veřejný prostor**

#### **NMNM - otevřené město a aktivní lidé**

**V Novém Městě na Moravě žijí všechny generace v souladu a snaží se, aby si vzájemně pomáhali. Lidé se zajímají o své město a jeho budoucnost. Radnice jim k tomu poskytuje potřebné informace a zajímá se o jejich názor. Do veřejného života se zapojují spolky a zájmové organizace, kterým se k tomu snažíme vytvářet potřebný prostor.**

#### **Prostředky:**

**Web, FB, Instagram, YouTube, Aplikace, Zpravodaj Novoměstsko, místní rozhlas, outdoor, eventy**

#### **Web**

Je nezbytné zpřehlednit a zjednodušit webovou prezentaci města a jeho příspěvkových organizací. Jednoznačná struktura musí být doprovázena systematickou redakční prací. Využívání kalendáře akcí a propojení s dalšími weby a komunikačními kanály funguje.

#### **Sociální sítě**

Jednotlivé sociální sítě města budou nadále plnit funkci informační, paměťovou a zábavnou. Měly by ale poskytovat uživatelům i rychlou zpětnou vazbu ze strany samosprávy, MÚ i dalších organizací. Strategie sociálních sítí samostatně.

#### **Aplikace**

Hlášení závad je webová mapová aplikace, která má za cíl zapojit občany do dění ve městě a pomoci se správou majetku města. Tato aplikace byla spuštěna v lednu 2020 a za rok 2021 občané města přidali 149 námětů.

#### **Zpravodaj Novoměstsko**

Novoměstsko by mělo i nadále plnit více rolí zpravodaje informujícího o celkovém dění ve městě, a to z pohledu kulturního, sportovního, společenského i národopisného a historického. Informace o činnosti radnice musí být otevřené a vyvážené, jejich rozsah by však neměl být zvýšen na úkor ostatních funkcí. Zpravodaj se bude více zaměřovat na informace o budoucích událostech a rozhodnutích. Cílem je maximální zapojování občanů

do života města - do organizace akcí i do rozhodování. Pravidla pro vydávání zpravodaje jsou zveřejněny na webu <https://noviny.nmnm.cz/pravidla-pro-vydavani/>

#### Místní rozhlas

Stručné informace o aktuálním dění, poruchách a závadách, připravovaných akcích, nezařazovat reklamní sdělení. Pravidelné hlášení Po, St, Pá.

#### Tv Vysočina

Informace o dění ve městě prostřednictvím regionální televize Vysočina. Spolufinancování zpravodajství společně s ostatními městy ( Žďár nad Sázavou, Bystřice nad Pernštejnem). Slouží podobně jako inzerce k propagaci městských akcí a zájmů v širším regionu.

#### Outdoor

Obnova plakátovacích ploch proběhne v průběhu roku 2022. Město v roce 2021 zrušilo provoz tzv. "horizontů" na sloupech veřejného osvětlení jako reakci na řešení vizuálního smogu. Výlep a pravidla výlepu spadají do kompetencí Novoměstských kulturních zařízení.

#### Eventy

Nadále je dobré podporovat spolupráci neziskových organizací a jejich prezentaci na akcích města (Spolubál, Nova Civitas, Galavečer města, Masopust). Město a jeho příspěvkové organizace by měly pořádat akce k neformálnímu zapojování veřejnosti do jejich rozhodování. Každoročně by měl být předkládám přehled plánovaných celoměstských akcí.

## **2.B. Společně pro budoucnost (spolky, organizace, oddíly)**

**Témata: kultura, sport, volný čas, spolky, veřejný prostor**

### **NMNM - město, které žije**

**Spolky, společenské organizace, sportovní a volnočasové oddíly. Ti všichni si zaslouží podporu a je třeba usilovat o jejich spolupráci. Neziskové organizace jsou základem občanské společnosti. V Novém Městě na Moravě zajišťují pro obyvatele a návštěvníky mnoho užitečných projektů pro zábavu, poznání i odpočinek.**

**Prostředky: web, FB, Instagram, YouTube, Zpravodaj Novoměstsko, eventy**

#### Web

Koordinace aktivit zájmových sdružení, spolků a organizací. Podpora informovanosti o jejich činnosti. Důsledné využívání kalendáře akcí a jeho propojení na komunikační kanály města a spolupracujících organizací. Koncepční redakční práci vykonává mediální koordinátor

#### Sociální sítě

Provázanost na akce, obrazový materiál k akcím už před jejich konáním, lepší práce s "amatérskými dokumentaristy", přehled o profilech jednotlivých organizací, sdílení jejich

aktivit, nezbytná koncepční redakční práce. Možnost sdílet akce na facebook Kultura NMNM.

Zpravodaj Novoměstsko

Pravidelné informace ze života spolků, aktivní oslovení dle skutečné (nejen mediální) aktivity, vyvážený přístup (sport, mládež, senioři, volný čas, společenská témata, sociální problematika)

Eventy

Podpora akcí organizovaných spolky a organizacemi, zvyšování zapojení spolků do akcí města, podpora akcí pořádaných společně více organizacemi, workshopy a kulaté stoly (alespoň jednou ročně)

## **2.C. Rozvíjet sebe, pomáhat druhým (podnikatelé, živnostníci, firmy)**

**Témata: Pracovní příležitosti, podnikání, školství, doprava, veřejný prostor**

**NMNM - město chytrých a aktivních lidí**

**V Novém Městě na Moravě je spousta chytrých, schopných a úspěšných lidí. Naše firmy jsou známé svými kvalitními výrobky a službami. Zaměstnávají kvalitní lidi, kteří se nebojí práce. Město se jim snaží pomáhat a usiluje o to, aby měli co nejlepší podmínky ke svému rozvoji.**

**Prostředky: web, FB, Zpravodaj Novoměstsko, eventy**

Web

Možný vznik speciálního online inzerčního katalogu jako reakce na snížení reklamy ve městě v rámci vizuálního smogu - NMNM město bez reklamy. V podstatě by se jednalo o redesign stránky <http://info.nmnm.cz/>, která by se stala součástí městského webu.

Sociální sítě

Tematická propagace firem v souvislosti s městskými kampaněmi - například Tour de zahrádka - propagace podniků, vánoční prodej stromků - seznam prodejců apod. Vznik výběru na instagramovém účtu s pracovními pozicemi a provázanost s nabídkou volných míst s Korunou Vysočiny. Medailonky jednotlivých firem.

Zpravodaj Novoměstsko

Ryze komerční aktivity jsou řešeny v rámci inzerce externě, je možné a účelné zajistit spíše informace o dlouhodobém působení firem na Novoměstsku a o vlivu jejich působení na život regionu.

Eventy

Setkání podnikatelů, workshopy, zapojení do městských akcí, prezentace výrobků a služeb.

## **3. Cílová skupina interní**

**(zaměstnanci města, příspěvkových organizací a obchodních společností)**

**Témata: zkvalitňování práce, vyšší efektivita, spolupráce, inovace**

**NMNM: Jsme tu pro lidi, společně jsme prospěšnější**

**Naším cílem je kvalitně poskytovat veřejné služby, zajistit spokojenost klientů a naplňovat zájmy města s ohledem na účelné hospodaření. Naší snahou je být otevřený úřad včetně organizací a společností s aktivním zájmem o názory veřejnosti, transparentní a s dobrou pověstí zaměstnanců, kteří si mezi sebou i napříč organizacemi pomáhají, jsou vstřícní a poskytují služby klientům profesionálně a efektivně.**

**Prostředky: web, aplikace, FB, Instagram, WhatsApp, chat, intranet, eventy**

Web

Do informačních portálů města a jeho organizací více zapojit příběhy zaměstnanců. Informace pro veřejnost i kolegy o tom, co kdo dělá, co umí, jaké k tomu má podmínky. Zajištění zpětných vazeb. Ideální zajistit profesionální fotografie zaměstnanců na webu města.

Intranet

Dlouhodobě funkční a hojně využívaný, ale jen uvnitř úřadu. Podporu přátelské atmosféry mezi zaměstnanci by mohla přinést interaktivní stránka na Intranetu, nebo pravidelný newsletter. Ve firmách probíhá běžně v rámci interních časopisů pro zaměstnance. Využívání uzavřených facebookových skupin a podobné není vhodné zavádět vzhledem k nízkému počtu zaměstnanců, kteří jsou na sociálních sítích aktivní.

Chat

Nastavená rychlá komunikace v rámci organizace funguje na WhatsAppu.

Eventy

Setkávání, teambuildingové aktivity napříč organizacemi. V rámci Svazu měst a obcí získávat informace o práci institucí ve srovnatelných městech - výměna zkušeností, příklady dobré praxe, návštěvy srovnatelných měst. Modelové řešení situací, workshopy. Pravidelné předplatné městských lázní případně pravidelné zájezdy do divadla (Praha, Brno)

**Tematické rámování aktivit**

Sport

NMNM - město velkých sportovních akcí (lyžování, biatlon, horská kola), sportovců a vynikajících příležitostí pro každého, kdo si chce užít aktivního pohybu.

Kultura

NMNM - město bohatých kulturních tradic, rodiště skvělých sochařů, malířů a literátů. Srdce nádherné horácké národopisné oblasti.

#### Životní prostředí

NMNM - čistý vzduch a poklidná krajina. Vzrušující zákoutí a tiché procházky po nejčistším kraji v republice. Ve městě moderně a účinně třídíme odpad, rozšiřujeme zeleň a inteligentně reagujeme na změny klimatu.

#### Moderní život

NMNM - chytré a otevřené město. Využívání moderních technologií, budujeme infrastrukturu pro všestranný rozvoj, podporujeme nemocnici a moderní formy dopravy. Jsme hrdí na firmy zaměřené na moderní výrobu a služby.

#### Harmonické vztahy

NMNM - město pro všechny generace. Budujeme mezigenerační sounáležitost. Od dětských hřišť, mateřských školek a dětských skupin, až po domovy pro seniory, terénní sociální péči a služby pro lidi s handicapem.

### **Celoroční kampaně**

#### **Tematicky zaměřené roky**

Rok 2022 - Rok lyžařů

Rok 2023 - Rok výtvarného Novoměstska

Celoroční zaměření aktivit všech subjektů daným směrem. Pomáhá zdůraznit význam tématu pro region a výjimečnost regionu a města v dané oblasti. Zapojit do tématu v daném roce co nejvíce novoměstské organizace, spolky a neziskovky.

Tematické kampaně budou vždy zpracovány v samostatném materiálu. Plán je zpracován na delší časové období a předkládá jej mediální koordinátor.

## **Redesign webu a strategie pro sociální sítě**

### **Web**

Oficiální web města má celou řadu silných stránek, nicméně přirozeným rozvojem vznikly některé problémy, které znesnadňují jeho funkčnost.

Vzhledem k aktuální nepřehlednosti webu dojde v roce 2022 k jeho redesignu z hlediska struktury navigace i vzhledu.

V rámci redesignu webu je vhodné nastavit pravidelnou analytiku webu a pravidelný monitoring médií.

### **Sociální sítě**

**Jaké sociální sítě město využívá?** (údaje z 01/2022)

Facebook

- <https://www.facebook.com/Nove.Mesto.na.Morave/>



- průměrný dosah sledujících 13,91K/měsíc
- počet sledujících 3529 ( 58,9% ženy, 41,1% muži)
- účet města pracuje týdenním plánem příspěvků, které jsou stanoveny na základě strategie sociálních sítí. Součástí jsou pravidelné posty například #starostapise, #sejdemesepodkastany, #kulturniokynko apod. Všechny posty města jsou označeny #nmnm, #novemestonamorave. Využívání specifických hashtagů na facebooku doplňuje celkový tón příspěvku.
- placené kampaně a sponzorované příspěvky jsou nutné konzultovat s mediálním koordinátorem

Účty organizací města a společností města

- organizace, které si založily facebookový nebo instagramový profil musí označovat všechny příspěvky uživatelským jménem @nove.mesto.na.morave
  - všechny profily musí mít vytvořené uživatelské jméno @
  - zajistit pravidelné zveřejňování postů, alespoň jednou týdně
  - nezveřejňovat posty pouze s textem
  - v případě tvorby grafiky k postu doplnit logo organizace
  - v příspěvcích používat více označování dalších profilů
  - větší využívání stories
  - snažit se získat více sledujících a více komentářů a sdílení
- 
- NKZ - <https://www.facebook.com/pankulturak> - Profil pana Kulturáka vznikl za účelem propagace akcí NKZ a nezahlcováním městského profilu. Do budoucna lépe rozdělit, které akce propaguje NKZ a které město - například Rozsvícení adventu patří především na městský profil. Dosah 6,6K/měsíc. Založen i instagramový účet.
  - ZUŠ  
<https://www.facebook.com/zusjanastursy> - 301 sledujících
  - DDM  
<https://www.facebook.com/D%C5%AFm-d%C4%9Bt%C3%AD-a-ml%C3%A1de%C5%BEE-Nov%C3%A9-M%C4%9Bsto-na-Morav%C4%9B-129855380365951> - 427 sledujících
  - Centrum Zdislava  
<https://www.facebook.com/Centrum-Zdislava-392706320884532> - 229 sledujících
  - Městské lázně  
<https://www.facebook.com/Mestske.lazne.NMNM> - 1793 sledujících - zvážit vznik samostatného profilu pro halu. Založený i IG profil
  - KClub  
<https://www.facebook.com/kclubnmnm> - 751 sledujících  
založený i IG profil

- součástí facebookového světa jsou také skupiny. Město a organizace mohou využít prostoru a publikovat příspěvky do vhodných tematických skupin, aktuálně využíváme NMNM sobě, Nové Město na Moravě inzerce, Žďár nad Sázavou (Žďárský průvodce)

#### Instagram

- <https://www.instagram.com/novemestonamorave/>
- průměrný dosah sledujících 1000/měsíc
- počet sledujících 765
- lifestyleový profil města ve kterém není vhodné používat fotografie doplněné rozsáhlým textem, nejlépe fungují fotografie reálných lidí ať už občanů města, zaměstnanců apod. můžeme si zde dovolit více umělecký nádech fotografie. Nutné dodržování jednoho filtru a celkově ladit feed. četnost příspěvků jeden až dva týdně.
- stories - příspěvek, který má životnost 24 hodin. Vhodné používat na ankety, odpočty, informace o akcích
- výběr - soubor stories jednotného tématu. Životnost neomezená. aktuálně jsou zde uloženy výběry Podcasty, #kulturniokynko, Práce!, Zapoj se!

#### Twitter

- <https://twitter.com/novemestonamor/>
- počet sledujících 216
- nízký engagement
- účet se plní zprávami z webu města

#### YouTube

- <https://www.youtube.com/c/M%C4%9BstoNov%C3%A9M%C4%9BstonaMorav%C4%9B/playlists>
- Počet odběratelů - 352
- Slouží především jako knihovna videí a pro streamování zasedání zastupitelstva.
- Video jsou rozdělena do jednotlivých playlistů

#### Anchor, Spotify

- účty byly založeny ke zveřejňování Podcastů ze stopy.
- tvorba podcastu by měla pokračovat i po ukončení Roku lyžařů, při volbě zajímavého konceptu a tématu je pro město vhodným médiem

#### **Jaké sítě chceme přidat nebo naopak nejsou vhodné?**

Do budoucna by bylo vhodné využívat sociální síť LinkedIn, která v současném trendu slouží jako profesní síť k hiringu a profily této sítě nahrazují klasické životopisy.

S redesignem webu nastavit pravidelný městský newsletter. Newsletter nabízí možnost komunikovat s lidmi, kteří nejsou na sociálních sítích, ale jsou běžnými a pravidelnými uživateli e-mailu a internetu.

Nedoporučujeme sítě jako Snapchat, TikTok

### **Jaké jsou cíle?**

Naším dlouhodobým cílem je zvýšení engagementu na síti Facebook a Instagram.

Maximální zapojení fanoušků do dění na sítích a podpora fungující komunity.

Potřebujeme, aby sledující věděli, co se u nás aktuálně děje a aby sdíleli pozitivní obraz o městě.

Pro správu sociálních sítí a udržování kontinuální práce na nich je nutná orientace v aktuálních trendech.

### **Krizová komunikace**

- aktuálně město nemá zpracovaný postup pro případ krizové komunikace

Základní pravidla komunikace v krizové situaci, která se často projevuje negativní mediální publicitou doporučují:

- vedení komunikace z jednoho zdroje
- projevení lítosti vůči dotčeným cílovým skupinám
- zajištění nápravných opatření k eliminaci podobné krizové situace

### **Krizový tým a jeho postup**

- krizový tým tvoří vedení města, tajemník úřadu, mediální koordinátor a příslušný vedoucí odboru, případně dalšího člena bezpečnostní rady
- schůzku svolává starosta města
- mediální koordinátor zajistí monitoring médií k tématu
- krizový tým sestaví základní a výstižné prohlášení pro média
- prohlášení rozeslat v co nejkratším možném časovém horizontu
- v následujících hodinách doplnit prohlášení o další fakta a informace
- zveřejnění na webu města, facebookovém profilu města, e-mail novinářům na press listu (press list sestavuje mediální koordinátor)
- následnou komunikaci přímo s médii zajistí po dohodě na schůzce krizového týmu vedení města