

Zápis ze 17. 5. 2011

Přítomni: PJ, AG, RB, PH, hoste: Johana Doubravová a Jakub Koutek (PR specialisti)

NÁVRH NA USTANOVENÍ PRACOVNÍ SKUPINY PRO PROPAGACI ARCHITEKTURY

Cíl

Zlepšit mediální obraz vnímání pozice architekta ve společnosti a tím výrazně posílit společenské postavení ČKA pro úspěšnější jednání:

- a) se státní správou
- b) se samosprávou
- c) s obecnou veřejností
- d) a odbornou veřejností nejen v oborovém okruhu (stavebnictví, kultura, atd.)

Soudobé neúspěchy při prosazování zájmů naší profesní organizace jsou dány mj. nedostatky na poli mediální komunikace. Dobrý PR management a strategie jsou základem při obhajobě pracovních podmínek pro povolání architekta. Je nezbytné věnovat se této problematice ve spolupráci s profesionály PR oblasti.

Zaměření

Pro fungující komunikaci je třeba jasně odlišit a definovat směry:

- a) komunikace ven – externí, se všemi cílovými skupinami dle seznamu výše
- b) komunikace dovnitř – interní, s členy ČKA (případně děleno podle typu členství)

Strategie pro komunikaci oběma směry musí odpovídat potřebám a zvyklostem cílových skupin.

Program

1. návrh celkové komunikační strategie ČKA
2. návrh konkrétní kampaně pro architektonické soutěže + propagaci architektury – např. formou pořádání prohlídek úspěšně realizovaných staveb podle soutěží pro významné činitele státní správy, samospráv a důležité novináře
3. výběr a formulace „nosných témat“ pro veřejnost a média.
Důraz na sdělitelnost, naléhavost, stručnost, jasnost, výstižnost
4. revize stávajících výstupů ČKA přesnější zacílení druhů a jejich úspěšnosti, revize webových stránek + doporučení na úpravy, jejich optimalizace, SEO, atd. Rozdělení struktury na intranet pro členy a zaměstnance ČKA a web pro veřejnost.
5. posílení role tiskového mluvčího ČKA, vymezení jeho mandátu pro aktivní politiku ČKA. Tiskový mluvčí by měl mít možnost se aktivně a průběžně vyjadřovat k aktuálním kauzám. Jinak nebude ČKA dostatečně vidět a slyšet. Tiskový mluvčí by měla být prioritní pozice na plný úvazek s eventuálním asistentem pro rozpracování témat v reálném čase dosahu informací pro média.
6. aktivní péče o novináře, navázání osobních vztahů, spolupráce. Průnik do mediálního prostoru.
7. připomínkování zpráv ČTK. V současné době je pozice architektury ve zprávách ČTK špatná. Navrhujeme domluvu s ČTK a možnost významné zprávy doplňovat o údaje o autorech staveb a prosazení slova „architektura“
8. podpora spolupráce mezi architekty a médii pro zprostředkování témat, článků apod.
9. sestavení seznamu osob mimo obor, které mají pozitivní zkušenost s prací architektů (zástupce státní správy, organizace, jednotlivci). Vytipovat příležitosti, kde by mohli takovou zkušenost prezentovat.

10. navázání kontaktů s profesionálními partnery v PR oblasti a obstarání nabídek a podmínek možné spolupráce.
11. aktivity dovnitř členské základny ČKA vedoucí k její informovanosti a vzájemné soudržnosti (blog, setkávání architektů, redefinice členství, atd.)
12. témata vyplývající s přesahem zaměření pracovní skupiny do oblastí a agend orgánů ČKA se vztahem k PR problematice (problematika ceny za architekturu, atd.)

Definitivní program v konkrétních bodech a termínech plnění bude dodefinován v návaznosti na tento dokument po schválení zaměření programu pracovní skupiny představenstvem.

Provedení

V ideálním případě by PR management měl provádět schopný odborník, který rozumí své profesi, bude mít na práci čas a bude se jí skutečně plně věnovat. Dlouhodobě není vhodné, aby tuto činnost amatérsky vykonávali sami architekti formou „domácích úkolů“. Navrhujeme na dobu jednoho roku (přesněji do příští VH 2012, tzn. 50 týdnů) intenzivnější činnost skupiny pro stanovení základních priorit zadání a možností spolupráce s profesionálními partnery. Následně může být činnost skupiny ukončena, redefinována obsahově, personálně, případně bude provádět pouze kontrolu a koordinaci.

Personální složení

a) interní členové skupiny:

Petr Janda, předseda, člen představenstva ČKA (schválen do funkce představenstvem 26.4.2011)

Markéta Pražanová, tajemnice, zaměstnanec ČKA

Roman Brychta

Adam Gebrian

Pavel Hnilička

Pověření jednotlivých členů PS suboblastmi PR problematiky bude dodefinováno v závislosti na schválení konkrétní programové náplně pracovní skupiny. Členové pracovní skupiny by měli být oprávněni rozhodovat, která témata a stavby budou sloužit k popularizaci architektury a ČKA (stanoví se mechanismus, umožňující zrychlení komunikačního procesu s cílovými recipienty oproti měsíčnímu intervalu jednání představenstva)

b) odborní poradci:

bude postupně dodefinováno v závislosti na konkrétních zpracovávaných úkolech řešených v daném časovém úseku - s přesahem do odbornosti jednotlivých oblastí (PR, IT, eventová, TV a reklamní produkce, branding, ekonomika atd.)

Finanční plán

interně:

50 týdnů, 4 lidé, 2 h týdně, 300,- Kč/h

50 x 4 x 2 x 300,- = 120.000,-

externě:

podle nabídek a možností spolupráce profesionálů

Získávání financí

V dlouhodobém horizontu by financování aktivit spojených s PR mělo dosáhnout hladiny běžné v organizacích podobného rozsahu (tzn. cca 10% rozpočtu). Během konkrétní práce na PR strategii budou sledovány možnosti navýšení příjmů ČKA formou sponzoringu, fundraisingu, reklamního a mediálního partnerství. Je ovšem nutné chápat potřebu saturace základního rozpočtu PR aktivit komory z vlastních zdrojů ČKA, veškeré proměnné aktivity vedoucí k získání extra financí z výše

uvedených zdrojů je třeba vnímat jako bonus nad tento rámec. Na vyhledání finančních prostředků v aktuálním rozpočtu pracujeme a budeme průběžně spolupracovat s kanceláří ČKA.

Příloha:

- předběžný návrh přípravy komunikační strategie vzešlý z konzultace s PR agenturou

Petr Janda (za navrhované členy skupiny), Praha, 23. 05. 2011