



Komunikační strategie

Ing. Jaroslav Martinek



1. SUMP a Komunikační strategie

2. Každý má jiný úhel pohledu

3. Město Nymburk a

Město s dobrou adresou

4. Závěrem

P.S. Omluva: budu se věnovat jen 4 základním komunikačním nástrojům, o kterých se moc nemluví, ale přitom jsou klíčové.

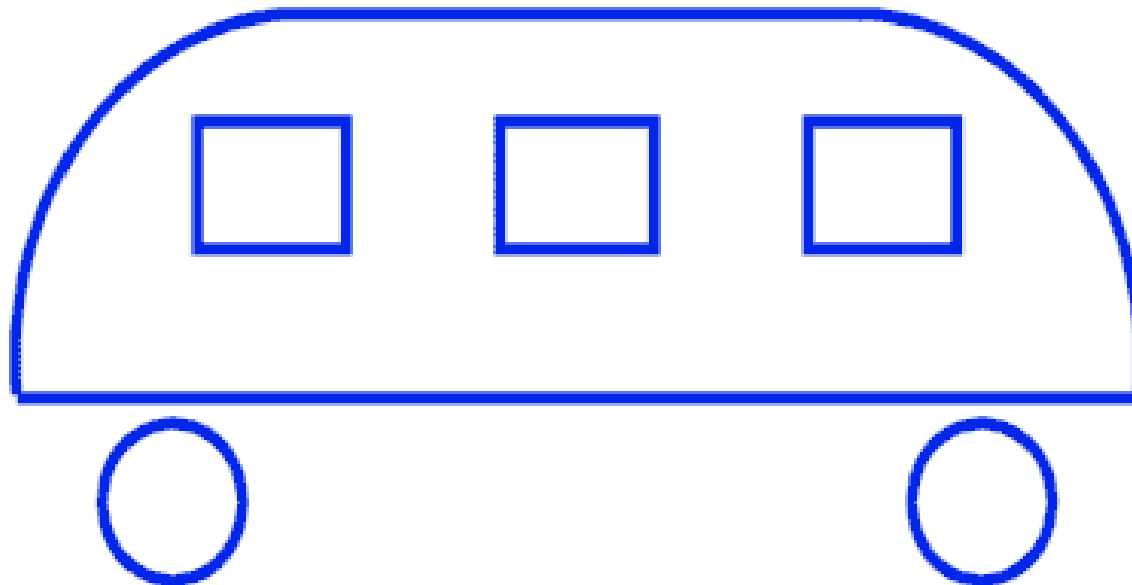
Detaily komunikačních nástrojů si ponechám na jinou prezentaci (podobný seminář proběhl např. 23.7.2015)

Prezentace vznikla na základě konzultací s městy

- 2.11. Břeclav a Znojmo (místo: Břeclav)
- 9.11. Ostrava
- 11.11. Poděbrady
- 25.11. Krnov
- 26.11. Otrokovice
- 27.11. Zlín a Přerov (místo: Zlín)
- 2.12. Jihlava
- 3.12. Praha7, Říčany, Roudnice nad Labem (místo: Praha 7)
- 10.12. Písek, Tábor a Vodňany (místo: Písek od 9:00)
- 10.12. České Budějovice (od 15:00)
- 11.12. Přerov
- 14.12. Nymburk (od 10:00)
- 14.12. Pardubice (13:00)

Komunikační strategie – to je otázka úhlu pohledu

Kam pojedete bus? Doprava, doleva a proč?



Komunikační strategie je vždy zaměřena na výrobek, událost, či myšlenku. Může to být auto, ale také
„omezení používání auta ve městě s jasně vymezenými místy pro parkování“



Naše Komunikační strategie: Udržíme oteplování pod 2°C, dohodl se celý svět v Paříži dne 11.12.2015



Mobilita jako součást životní stylu (Dopravní prostředek je jen nástroj. zbytečná pohodlnost má negativní důsledky)

Jak se dítě dostane na atletický, či fotbalový trénink, na vodu?



I toto je schopno uštvat zajíce!

Při pohledu na sebe či na 40 % Američanů, kteří zásadně nesportují a kterým nic neříká fyzický pohyb, je téměř k neuvěření, že lidé patří mezi nejlepší vytrvalostní lovce a jsou schopni uštvat i zajíce či antilopu.

Proto dnes lékaři doporučují minimálně půl hodiny chůze denně jako výbornou prevenci nejrůznějších onemocnění.



Postoj dopravních odborníků k novým principům městské mobility

CPH NEXT NOVÁ MĚSTSKÁ MOBILITA



Peníze až na prvním místě



ZASTÁVKA	DATUM	ČAS
Fibichova	19.02.	12:01
LINKA	CÍLOVÁ STANICE	ODJEZD
1	Nová Ulice	12:03
2	Neředín, krem.	12:05

mouckamhd.ic.cz

* AKTUALIZOVANÝ ČAS ODJEZDU

**Jaká bude Vaše Komunikační strategie?
Jako v díle „Spletitá událost“ ze seriálu
„Jistě pane premiére“?**



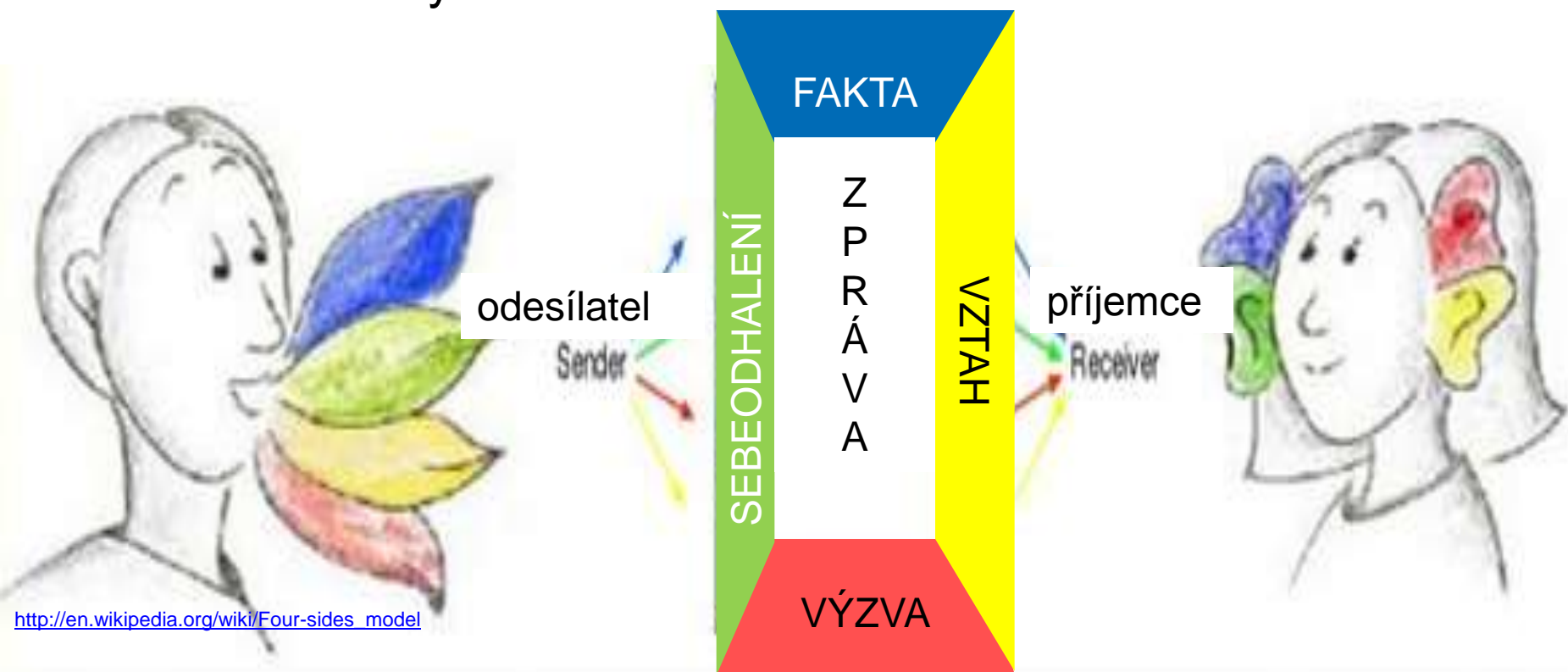
Co když to ale vše může být jinak a město se postaví problému čelem?



Stane se Nymburk se brzy vzorovým městem?

Základy komunikační strategie pro Nymburk: uvědomit si, jak fungují principy komunikace

Model čtyř stran - autor Friedemann Schulz von Thun



Analytická část sice definuje identifikaci klíčových partnerů, ale už se zapomíná na umění komunikace



<http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/0/07/Thinking.jpg>

Komunikační nástroj pro Nymburk a možná i pro vás

Brand – marketingová značka



město
s dobrou
adresou

4 pilíře marketingové značky

1. Život ve městě, aneb Jak žijeme a co preferujeme?
2. O nás, kdo stojí, nebo může stát za značkou
3. Příklady z praxe
4. Zapoj se

1. Život ve městě

Argumentace je zaměřená na celkovou kvalitu života ve městě, lepší ovzduší a veřejný prostor pro všechny, kteří řeší styl života.



1. Život ve městě

The image displays the Air Bank website interface. At the top left is the logo "air/bank" with the tagline "ČLEN SKUPINY PPF". On the top right, there is a contact number "840 30 515 202" and a "Přih" (Login) button. The main navigation bar features four options: "Běžný účet" (Current account), "Spořicí účet" (Savings account), "Půjčka" (Loan), and "Převod hypotéky" (Mortgage transfer). A man in a white shirt and tie is standing next to a green vertical bar with a house icon, which is highlighted. Below the navigation bar, a date and time stamp "9. 7. 2015 09:01" is visible. The main content area is titled "Svou hypotéku si k nám už můžete převést i online" (You can now transfer your mortgage to us online). The interface shows a sidebar with navigation links like "Osobní", "Zabezpečení", "Žádosti a smlouvy", and "Nastavení". The main content area is titled "Převod hypotéky" and contains a form titled "Chci převést" (I want to transfer). The form includes fields for "Typ úvěru" (Loan type) set to "Hypoteční úvěr", "Úvěr mám od" (I have the loan from) set to "Člá banka, a.s.", "Převést k datu" (Transfer by date) set to "31.07.2015", and "Kolik peněz zbývá v řádu dlužní doplatit" (How much money remains to be paid) set to "1 000 000 CZK".

Co se můžeme naučit od Air bank?

2. O nás, o partnerech



Asociace
cykloměst



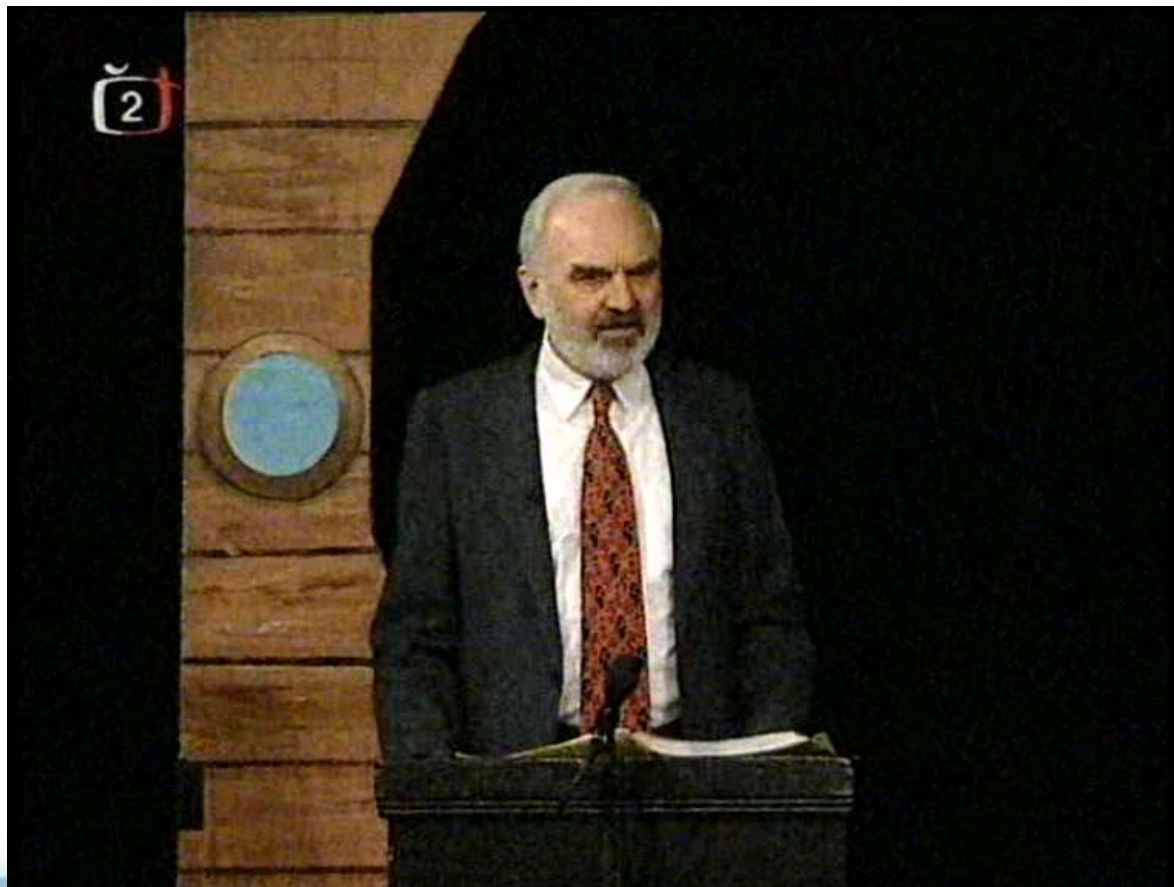
SVAZ CESTUJÍCÍCH
VE VEŘEJNÉ DOPRAVĚ

Chodci sobě



MĚSTO S DOBROU ADRESOU

2. O nás - potřebujeme ale získat osobnosti, aby byla důvěryhodná



Dal nám práva na písničku „Holky z Polabí“

2. O nás - máme na své straně skupinu Tatabojs



Stačí říci, i když trochu zaplatíme

2. O nás, můžeme mít na své straně studenty



Olomouc, 29.4.2015, vzkaz studentů na konferenci

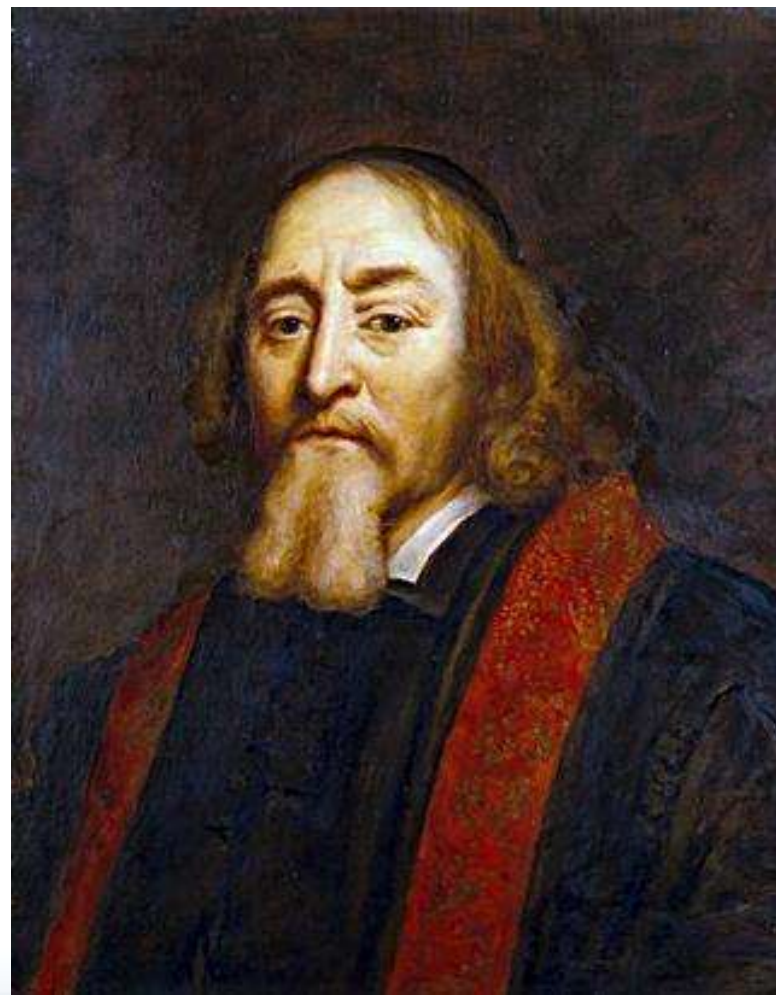
2. O nás - základem je lidskost a důvěra



3. Příklady z praxe – žádná věda.

**Stačí si jen
připomenout základy
učitele národů**

**Jana Ámose
Komenského**



3. Příklady z praxe - parkování v centru Co může Olomouc naučit Nymburk?



3. Příklady z praxe – dánská výstava GOOD CITY

dánský příběh
inspiruje Česko

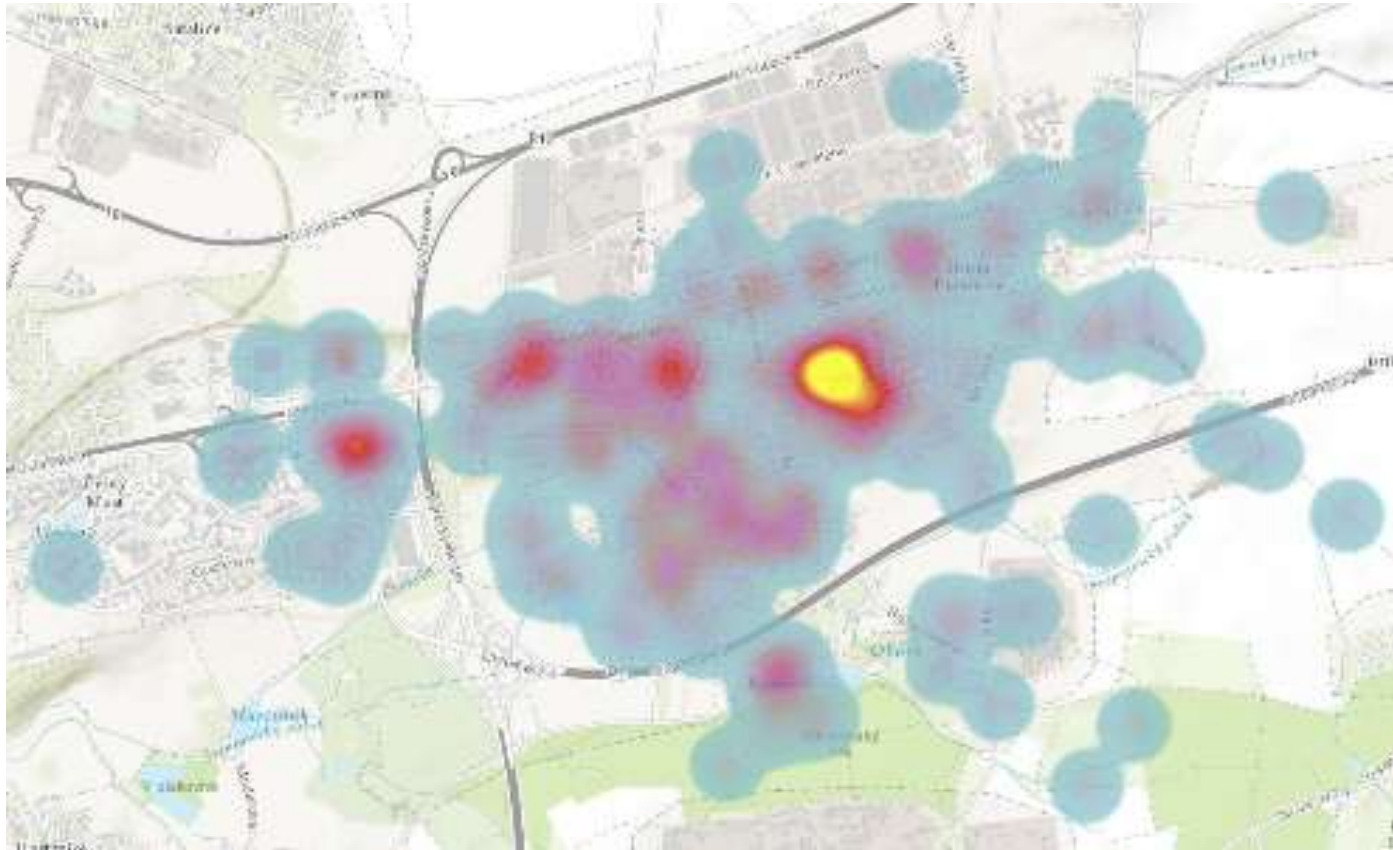


Výstavu změníme na české příklady

3. Příklady z praxe ke kampaním: pamatujete si dokument Český sen?



3. Příklady z praxe - **pracujte** s pocitovými mapami



3. Příklady z praxe - Neptejte se: „chybí vám parkování v centru města?“



3. Příklady z praxe - naučte se číst v analytické části

	2001	2011
Pěší	24%	16%
Cyklisti	8%	7%
MHD	49%	48%
IAD	19%	29%

3. Příklady z praxe - tak se má číst v analytické části:

Modal split and trip lengths, Uherské Hradiště, N=2.479 trips

Against the background of only very little numbers of trips for different purposes, numbers from Uherské Hradiště are only an indication for the modal split of the population.

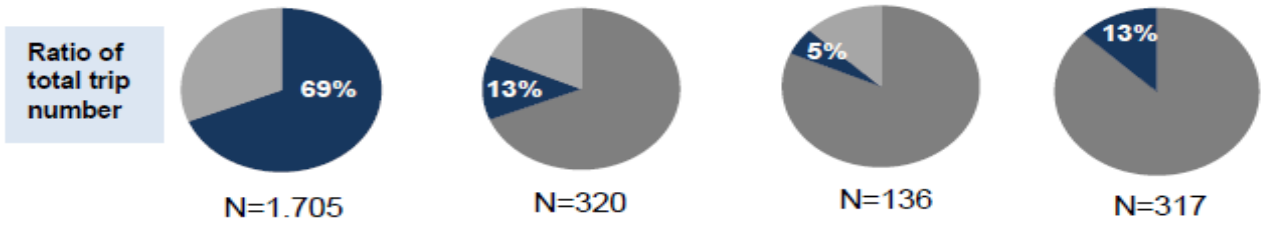
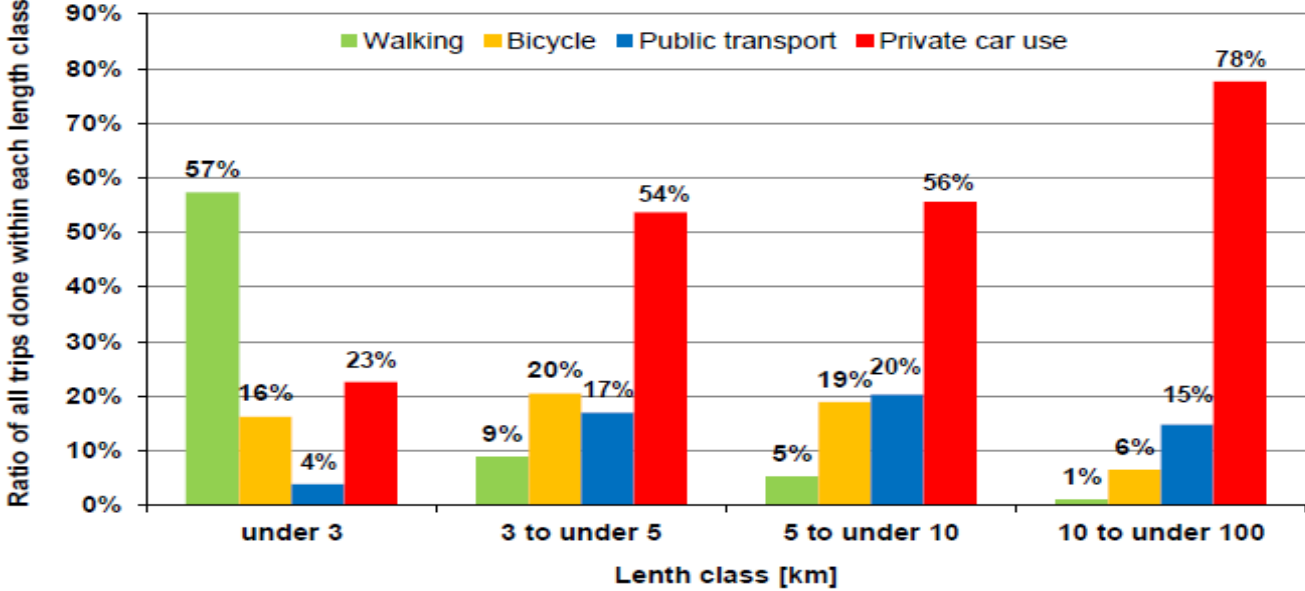
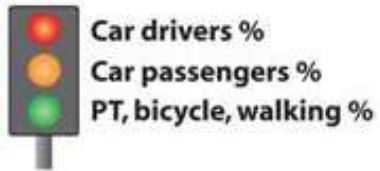


Figure 17: Modal split based on trip length

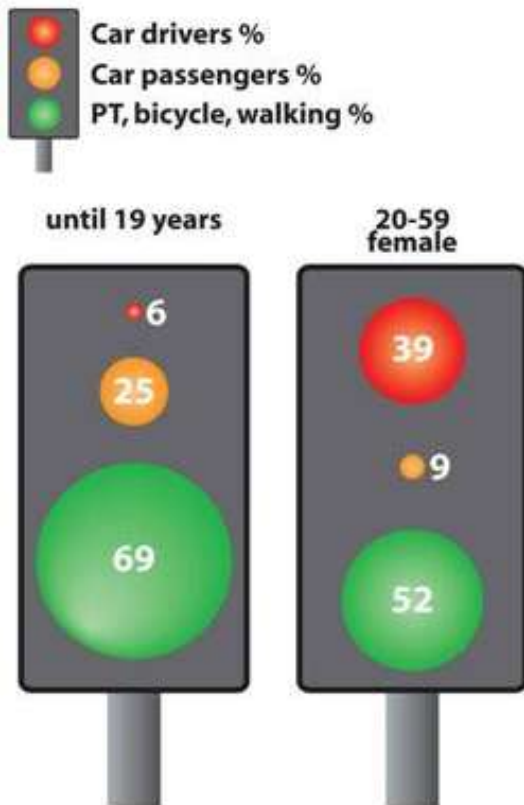
3. Příklady z praxe - hrajte si s čísly



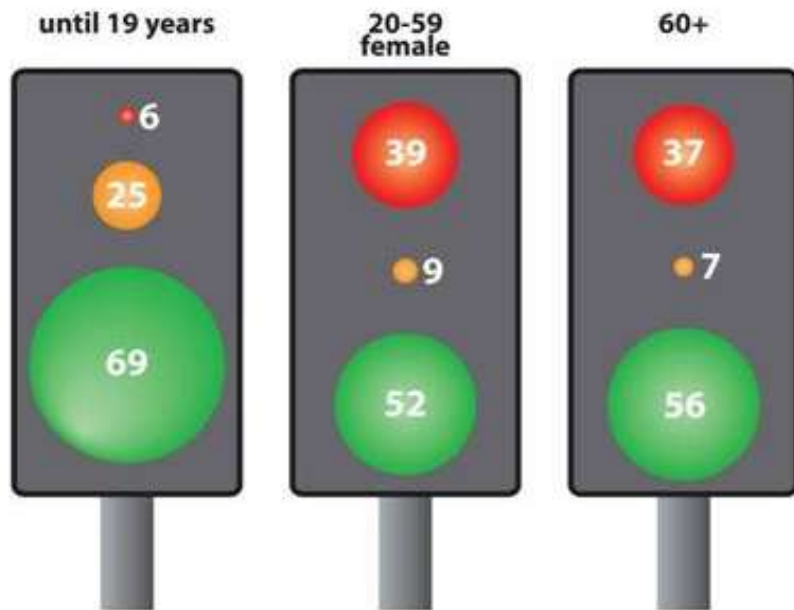
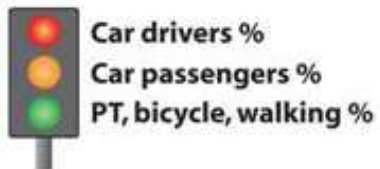
until 19 years



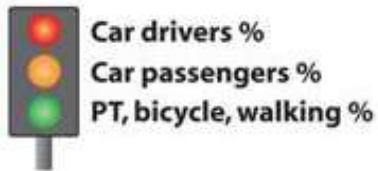
3. Příklady z praxe - hrajte si s čísly



3. Příklady z praxe - hrajte si s čísly



3. Příklady z praxe - hrajte si s čísly



Source: Mobility behaviour Graz 2004
Diagram: FGM-AMOR 2005



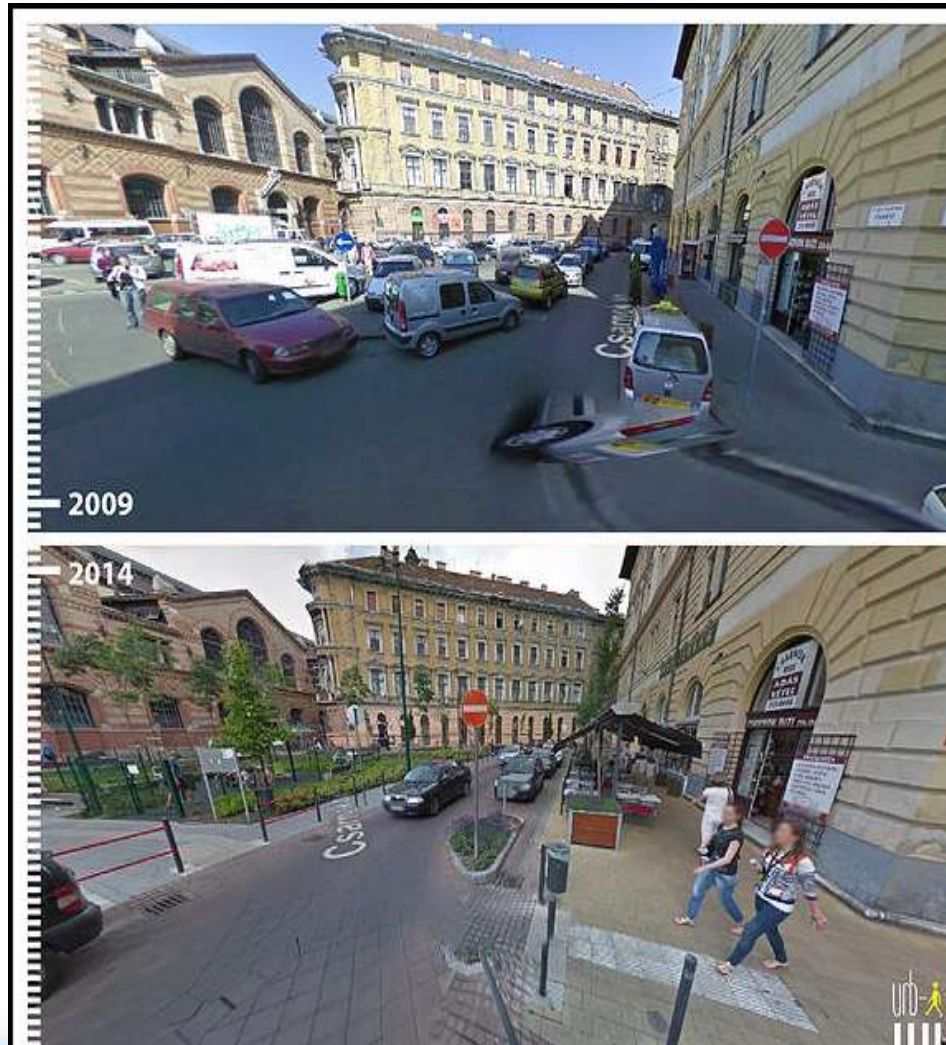
4. Zapoj se

1. Podpoř nás na FB
2. Odebírej newsletter
3. Zkus to jednou jinak (na kole, pěšky, veřejnou dopravou)
4. Udělej si test - Tady žiju
5. Uspořádej výstavu
6. Domluv se na společném postupu – a jsme u SUMPu, ale také i u značky **SMART CITIES**, i když se o tom moc neví

TĀDY ŽIJU



Tady žiju a příklady z praxe



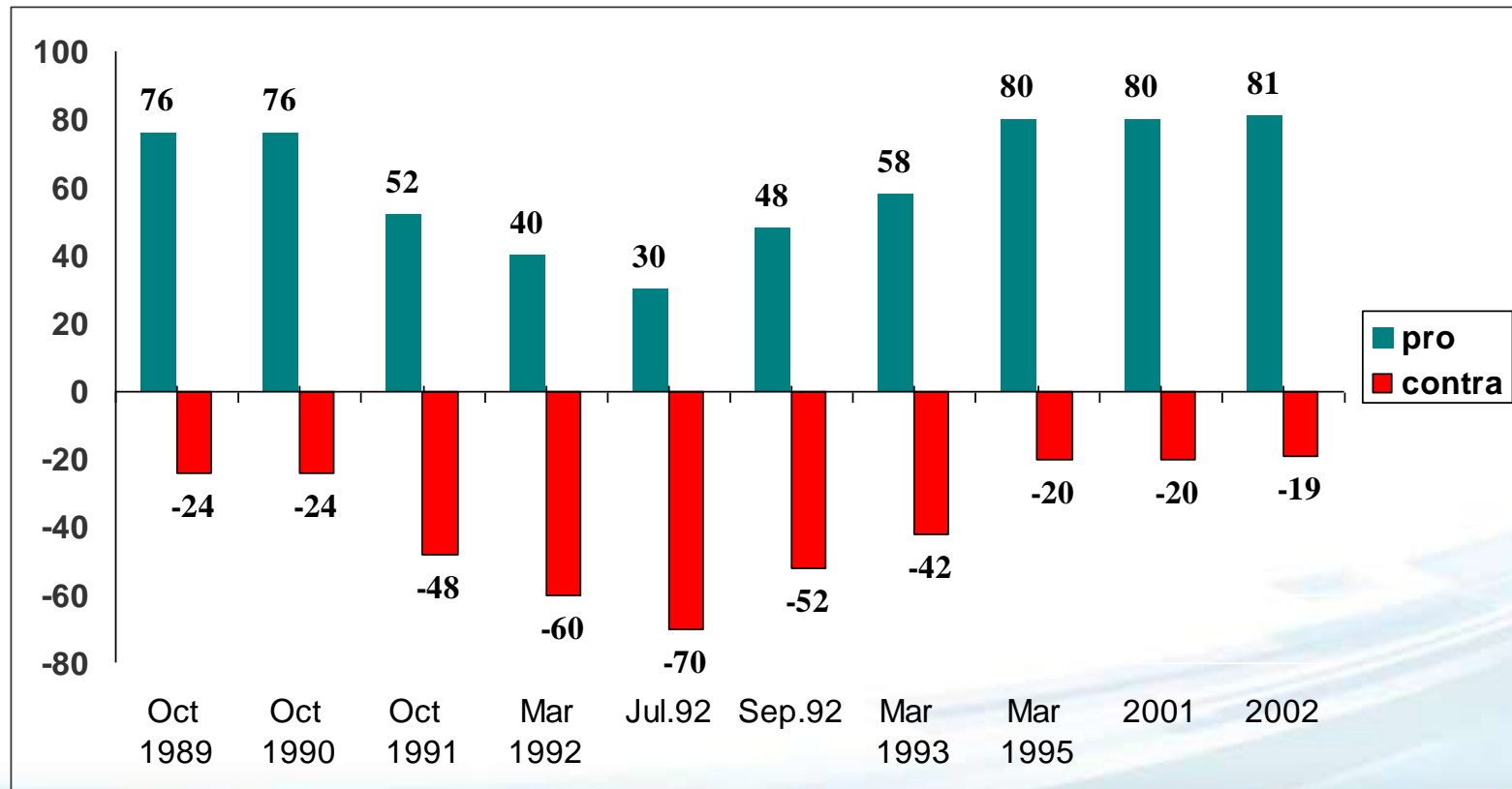
Budapešť a Tábor

Stejně ale potřebujete politika, který ty věci řekne nahlas – Vídeň, Nymburk a



A výsledek kvalitní Komunikační strategie?

Jak se bude vyvíjet názor obyvatel?



Závěrem

- Začínáme **14.1.2016** na veletrhu Regiontour v Brně. **Přijďte na stánek!**
- Na přelomu dubna a května uděláme konferenci, která tu ještě nebyla. **Udělej prezentaci „Tady žiju“**
- Díky SFŽP s některými městy rozjedeme kampaně – **pojdme na to!**
- Ale i tak potřebujeme i tvou pomoc