



Financováno
Evropskou unií



ZÁVĚREČNÁ ZPRÁVA

Efektivní a profesionální komunikace
a PR aktivity APSS ČR

Závěrečná zpráva k projektu Efektivní a profesionální komunikace a PR aktivity APSS ČR

Zpracovala Asociace poskytovatelů sociálních služeb ČR

Vančurova 2904, 390 01 Tábor

OP	Operační program Zaměstnanost plus
Číslo výzvy	03_22_039
Název výzvy	Budování kapacit a profesionalizace NNO (1)
Název projektu	Efektivní a profesionální komunikace a PR aktivity APSS ČR
Realizace	1. 9. 2023 – 31. 8. 2025



**Financováno
Evropskou unií**

Operační program Zaměstnanost Plus
CZ.03.02.02/00/22_039/0001345



Asociace poskytovatelů sociálních služeb ČR (APSS ČR) je **největší profesní organizací** sdružující poskytovatele sociálních služeb v České republice – téměř 1 400 organizací (celkem 3 032 registrovaných sociálních služeb): domovy pro seniory, domovy pro osoby se zdravotním postižením, domovy se zvláštním režimem, azylové domy, služby pro osoby závislé, denní centra pro děti a mládež apod. Hlavním cílem Asociace je **rozvoj a zvyšování kvality sociálních služeb**. APSS ČR má svůj vzdělávací institut Institut vzdělávání APSS ČR, který je největší vzdělávací institucí v České republice. Je členem evropských organizací European Ageing Network, European Social Network, Federation of European Social Employers a European Federation of National Organisations Working with the Homeless.

APSS ČR realizuje široké spektrum národních i mezinárodních projektů a zakázek, jejichž cílem je především zvyšování kvality sociálních služeb, vzdělávání zaměstnanců členských organizací, rozvoj sociálního dialogu a mezinárodní spolupráce.

APSS ČR v rámci své činnosti zejména:

- zastupuje a hájí zájmy svých členů u státních a ostatních zainteresovaných institucí, zejména předkládáním odborných stanovisek, kvalifikovanou oponenturou a iniciací a podporou žádoucí právní regulace sociálních služeb;
- zprostředkovává rozšiřování vědeckých a výzkumných poznatků do činnosti poskytovatelů sociálních služeb a předávání tuzemských i zahraničních odborných zkušeností svým členům;
- reprezentuje společné zájmy a potřeby svých členů;
- vyvíjí studijní, dokumentační, vzdělávací, expertní a publikační činnost.

APSS ČR k naplnění cílů projektu **Efektivní a profesionální komunikace a PR aktivity APSS ČR** zvolila dvě klíčové aktivity, které vedly k zatraktivnění, profesionalizaci a zefektivnění komunikace APSS ČR s její členskou základnou a zároveň k podpoře osvěty sektoru sociálních služeb a posílení atraktivity sociálních zaměstnavatelů. Cílem bylo sjednotit a vyslat informace všem členským organizacím se stejným dopadem na všechny poskytovatele sociálních služeb bez ohledu na jejich právní subjektivitu či zřizovatele.

V projektu Efektivní a profesionální komunikace a PR aktivity APSS ČR byly realizovány tyto **klíčové aktivity (KA)**:

1. KA 1: Nová komunikační strategie a PR plány APSS ČR pro roky 2024–2026
2. KA 2: Vzdělávání zástupců ústředních orgánů a organizačních složek APSS ČR

Klíčová aktivita 1: Nová komunikační strategie a PR plány APSS ČR pro roky 2024–2026

Hlavním cílem KA bylo vytvořit novou komunikační strategii reflektující současný stav a akční plán PR aktivit na roky 2024, 2025 a 2026. V rámci projektu byl na pozici manažer komunikace přijat nový pracovník, resp. tuto pozici zastávali dva lidé na 1,5 pracovního úvazku. Původně bylo plánováno přijmout jednoho nového pracovníka, nicméně znalosti a dovednosti dotyčné nebyly na takové úrovni, jak jsme si na tuto pozici představovali, a panovala obava z nenaplnění KA. Z uvedeného důvodu byla tato pracovní pozice rozdělena na dva zaměstnance. Pracovníci jsou zodpovědní za vyhodnocování, testování a implementování PR a komunikačních aktivit. Manažeři komunikace primárně spolupracovali s koordinátorem projektových aktivit a specialistou. Manažeři komunikace aktivně komunikovali s krajskými předsedy a předsedkyněmi svazů APSS ČR a s viceprezidenty.

Dle projektové žádosti měly vzniknout tři PR media plány komunikační strategie. Manažeři komunikace zpracovali Komunikační strategii a PR plány pro roky 2024–2026. PR plány byly jednou za čtvrt roku vyhodnocovány a prostřednictvím nastavených ukazatelů byla sledována úspěšnost jednotlivých kroků medializace aktivit APSS ČR a šíření osvěty o důležitosti sociálních služeb mezi odbornou i laickou veřejností.

V rámci projektu byla plánována tři dotazníková šetření, která byla realizována. Dotazníková šetření probíhala ve dnech 6. června – 15. července 2024, 10.–21. března 2025 a 3.–24. července 2025, přičemž jsme průměrně získali odpovědi od 82 poskytovatelů sociálních služeb. Evaluace dotazníkových šetření je součástí přílohy Evaluační zprávy projektu Efektivní a profesionální komunikace a PR aktivity APSS ČR.

Z dotazníkových šetření vyplynulo:

1. Zachovat a dále rozvíjet formát „důležitých informací“ včetně přidávání tematických bloků podle návrhů členů.
2. Posílit motivaci k využívání mobilní aplikace Sociální služby, včetně uživatelské podpory a exkluzivního obsahu.
3. Udržovat atraktivní obsah na sociálních sítích, včetně aktuálních legislativních informací, novinek a reakcí na dění v oboru.
4. Pokračovat v rozvoji blogu a propojit ho s ostatními kanály (e-mail, sociální sítě, časopis) pro zvýšení dosahu.
5. Zvážit nabídku časopisu ve dvou formách – tištěné a elektronické – a posílit tematické zaměření dle podnětů čtenářů.

V rámci projektu byl plánován vznik fóra/komunity na již existující platformě, např. na Discordu. Na této platformě bylo předpokládáno vytvoření skupiny, kterou je možné dále členit dle typu poskytované služby nebo tématu a kde si členové skupiny mohou vyměňovat dobrou praxi napříč zařízeními v České republice. V průběhu realizace projektu došlo na základě výsledků prvního dotazníkového šetření k rozhodnutí, že se APSS ČR zaměří na stávající komunikační kanál, tj. na Intranet APSS ČR, kde je možnost pokládat dotazy a diskutovat, nikoliv na vznik skupiny na platformě Discord. Respondenti, kteří se zapojili do prvního dotazníkového šetření, uváděli mezi důvody, proč nemají zájem o novou diskuzní platformu, např. tyto:

- dosavadní Intranet je dostačující;
- neznám Discord;
- už je té komunikace a informací moc;

- nadbytečná forma;
- Intranet je dostatečný, platform je mnoho, ztrácím přehled, kde informace hledat (na které platformě);
- stávající komunikační prostředky jsou vyhovující. Příliš velké množství různých uživatelských prostředí pro komunikaci nepovažuji za efektivní;
- informace jsou dostačující, v případě potřeby preferuji osobní účast na akcích a seminářích;
- nemám časové kapacity komunikovat, diskutovat, hledat v historii diskuzí na různých platformách pro své dotazy.

Výše zmíněné komentáře tedy podpořily rozhodnutí vedení APSS ČR nezřizovat Discord a zaměřit se na stávající Intranet APSS ČR. Podpora probíhala prostřednictvím sociálních sítí APSS ČR.

Pozici manažera fundraisingu a komunikace zastávají Ing. Petra Cibulková a Bc. Markéta Běhounová. Jejich náplní práce bylo:

- podílet se na tvorbě a realizaci interní i externí komunikace střešní organizace (komunikace mezi střešní organizací a jejími členskými organizacemi včetně komunikace s vnějším světem);
- vypracovat komunikační strategii pro roky 2024–2026;
- vypracovat tři akční plány PR aktivit na roky 2024, 2025, 2026 a zajistit vyhodnocení;
- zpracovat tři online dotazníková šetření a na jejich základě provádět změny plánovaných komunikačních aktivit;
- zpracovat závěrečnou evaluační zprávu;
- aktualizovat webové stránky (včetně sociálních sítí);
- připravit koncepci propagačních materiálů;
- prezentovat střešní organizaci navenek;
- spolupracovat s dalšími NNO (členskými, střešními, spolupracujícími i nově spolupracujícími).

V rámci projektu byla realizována mediální kampaň Sociální služby v ČR v číslech, jejímž cílem bylo šířit povědomí o sociálních službách, a to konkrétně kolik lidí využívá sociální služby, jaké jsou náklady na poskytování sociálních služeb, kolik lidí pobírá příspěvek na péči, kolik zaměstnanců v sociálních službách pracuje atd. Kampaň byla zaměřena na širokou veřejnost, objevila se v řadě významných tištěných médiích, např. v Hospodářských novinách, Týdeníku EURO či týdeníku Ekonom. Díky nákladům tištěných časopisů a novin a dosahu na sociálních sítích můžeme odhadovat, že kampaň vidělo více než 30 000 lidí. Náklady časopisů a novin, kde byla kampaň zveřejněna, přesahují 23 000 ks. Dosah na sociálních sítích činil zhruba 12 000. Konkrétní ukazatele jsou uvedeny ve vyhodnocení PR plánu za rok 2024. Dosah celé kampaně však dle našich odhadů byl mnohonásobně vyšší vzhledem k tomu, že kampaň byla zveřejněna v tištěných médiích s celorepublikovým dosahem, například v Hospodářských novinách. U těchto periodik neznáme jejich náklad.

Před kampaní Sociální služby v ČR v číslech APSS ČR s Magistrátem hl. města Prahy realizovala mediální kampaň Srdce na pravém místě, která nebyla součástí projektu, nicméně probíhala v průběhu jeho realizace a naplňovala cíle projektu. Z toho důvodu ji zde zmiňujeme, protože na základě úspěšnosti těchto dvou kampaní jsme se rozhodli počet kampaní do budoucna navýšit, což se projeví v media plánech pro nadcházející roky, nejdříve od roku 2027.

Digitální komunikace APSS ČR je stabilně na vzestupu, její rozvoj má navíc jasný strategický směr. Díky projektu se podařilo jednak posílit dosah a viditelnost APSS ČR, jednak upevnit důvěru a zájem veřejnosti i odborné komunity. Nastavením nové komunikační strategie jsme v rámci projektu založili účty na Instagramu a LinkedInu. Klíčovým komunikačním kanálem zůstává Facebook, nicméně Instagram úspěšně zvyšuje povědomí o sociálních službách a APSS ČR mezi širší veřejnost a LinkedIn umožňuje efektivně cílit na profesní komunitu.

Tabulka 1: Přehled počtu sledujících na sociálních sítích za celou dobu trvání projektu

Monitorovací období	I.	II.	III.	IV.
Počet sledujících	6 037	6 730	7 604	8 816

Celkově lze konstatovat, že dlouhodobá, cílená a konzistentní komunikace přináší měřitelné výsledky a potvrzuje význam strategického přístupu v komunikaci. Podrobnější výsledky naleznete v příloze v záložce Dokumenty systému ISKP21+.

Aktivity tak, jak byly díky projektu nastaveny, budou pokračovat i po skončení projektu:

- bude vypracován PR media plán na rok 2027;
- budou publikovány články v časopise Sociální služby a v Newsletteru Značky kvality v sociálních službách, které vydává APSS ČR.

PLÁNOVANÉ DOKUMENTY	REALIZOVÁNO	REALIZOVÁNO NAD RÁMEC
Komunikační strategie APSS ČR pro roky 2024–2026	✓	Vyhodnocení dotazníkového šetření I
Akční plán PR aktivit APSS ČR pro rok 2024	✓	Vyhodnocení dotazníkového šetření II
Akční plán PR aktivit APSS ČR pro rok 2025	✓	Vyhodnocení dotazníkového šetření III
Akční plán PR aktivit APSS ČR pro rok 2026	✓	Souhrnné vyhodnocení dotazníkových šetření I–III
		Vyhodnocení publicity projektu
		Vyhodnocení sociálních sítí

Klíčová aktivita 2: Vzdělávání zástupců ústředních orgánů a organizačních složek APSS ČR

Cílem KA bylo vzdělat zástupce ústředních orgánů a organizačních složek APSS ČR. V rámci této KA byly sjednoceny sdílené informace všem členským organizacím se stejným dopadem na všechny poskytovatele sociálních služeb bez ohledu na jejich právní subjektivitu či zřizovatele (proběhlo školení a byla představena komunikační strategie). Vzdělávání bylo zaměřeno na podporu efektivní komunikace, měkkých manažerských dovedností a propagaci aktivit organizace. Tím bylo zajištěno aktivní oslovování a pravidelná komunikace s členskou základnou a došlo ke zvýšení povědomí a informovanosti o aktivitách a činnostech APSS ČR.

V rámci projektu bylo plánováno realizovat 1 interní školení (4 hodiny) a 5 dalších vzdělávacích kurzů (5 × 8 hodin). V rámci projektu proběhlo celkem 9 seminářů.

Název seminář	Datum konání	Počet účastníků
Nástroje pro prezentaci, vizuální storytelling	12. prosince 2023 13.00–15.00 hod.	24
Personalistika v sociálních službách a její specifika	13. prosince 2023 8.00–11.00 hod.	30
Jak na média a krizovou komunikaci v sociálních službách	19. března 2024 10.00–15.30 hod.	28
Pravidla jednání poskytovatelů sociálních služeb se zástupci médií	20. března 2024 9.00–13.00 hod.	27
Jak na média a krizovou komunikaci v sociálních službách II.	27. listopadu 2024 10.00–15.30 hod.	26
Jak na marketing v sociálních službách	28. listopadu 2024 9.00–13.00 hod.	26
Marketing poskytovatele sociální služby	15. května 2025 9.00–15.00 hod.	29
Jak se prosadit v mediální džungli	18. června 2025 9.00–13.00 hod.	24
Efektivní a cílená komunikace a PR APSS ČR	25. června 2025 9.00–13.00 hod.	27

Nejlepší průměrné hodnocení (1,6) získala Ing. Hana Hejsková, která vedla seminář *Jak na média a krizovou komunikaci v sociálních službách I*, přičemž známkou jedna jej hodnotilo 80,0 % respondentů. Nejnižší průměrné hodnocení (2,3) obdržela shodně Mgr. Jitka Marková a její seminář *Personalistika v sociálních službách a její specifika* a Mgr. Ing. Jiřina Řezanková, MBA, se seminářem *Marketing poskytovatele sociální služby*.

Více v příloze v záložce Dokumenty systému ISKP21+.

V rámci projektu bylo plánováno proškolit 20 osob, kteří získají bagatelní podporu. Indikátor 600000 byl splněn – proškoleny bylo 21 osob ve struktuře, jak bylo uvedeno v žádosti projektu.