

ZÁKLADNÍ INFORMACE O PROJEKTU

Název projektu	Zlepšení image Sokolovska navenek i dovnitř	
Stručný popis projektu	Smyslem projektu je systematizovat a sjednotit aktivity v oblasti komunikace, zapojování obyvatel a cílových skupin a marketingových aktivit vedoucí ke zlepšování image Sokolovska. Projekt cílí na obyvatele a cílové skupiny v dotčeném území i obyvatele ČR. Skládá se z několika na sebe navazujících nebo provázaných částí – posilování prostředí pro aktivní spolupráci, vytvoření sdílené identity území a sjednocení komunikačních a marketingových aktivit přispívajících ke změně image území Sokolovska.	
Vazba na Transformační plán pro území ORP Sokolov	Priorita	4 – Sokolovsko přitažlivé pro nás i pro vás
	Strategický cíl	4.1 – Nová image Sokolovska, PR a posilování lokální identity
Indikátory (KPI's)	Popis indikátorů	<ul style="list-style-type: none"> • Existence sdílené identity • Funkční platforma stakeholderů • Funkční platforma marketérů • Existence marketingové strategie území • Spokojenost a sounáležitost obyvatel území • Vnímání Sokolovska u obyvatel ČR • Pozitivita mediálních zmínek
	Zdroj / periodicita monitoringu	Průzkum veřejného mínění (nebo dotazník) směřovaný k obyvatelům v území / 1x za rok nebo co dva roky Průzkum veřejného mínění u obyvatel ČR / 1x za dva roky Mediální analýza /1x rok

PŘIPRAVENOST A NÁKLADY PROJEKTU

Potřebnost a změna	Stručný popis současného stavu / Již zrealizovaných klíčových projektů	V dotčeném území se ozývají silné hlasy a panuje nespokojenost s tím, jaká je image Sokolovska, podložená zejména vnímáním mediálních výstupů a zkratk, které se z podstaty zaměřují na negativa a klišé. Současně nejsou k dispozici data, která by v dlouhodobých trendech sledovala vnímání místních obyvatel (spokojenost, sounáležitost) nebo vnímání a konotace spojené s územím u obyvatel ČR či vyhodnocovala mediální zmínky o území. Existují dílčí snahy, které se tématu image týkají, ať už se jedná například o vznikající marketingovou strategii Karlovarského kraje, projekt Živý kraj pro turisty, aktivity typu Sokolovsko inspiruje apod. Přestože existuje chuť klíčových aktérů spolupracovat na lepší image, není podložena pevnější strukturou, organizací nebo systémem, které by aktivity jednotlivých subjektů a lidí propojovaly. Současně není nijak popsáno a zavedeno v povědomí místních stakeholderů nebo obyvatel, kým vlastně Sokolovsko je, jaké má společné hodnoty, silné stránky, jaká jsou témata pro budoucnost – a jak to komunikovat navenek.
	Důvody realizace	Hlavním důvodem pro realizaci projektu je chybějící dlouhodobá koordinace aktivit, které přispívají nebo mohou přispívat k lepší image Sokolovska a potřeba systematicky propojovat aktivní hráče, vtahovat do dění různé cílové skupiny a snažit se jednotlivé sjednocovat a propojovat.

	Výstupy projektu	<ul style="list-style-type: none"> • Funkční platforma stakeholderů k tématu image – propojení lidí, kteří mohou a chtějí přispívat lepší image (může mít neformální nebo poloformální charakter, ale funkci řídicí skupiny, která dohlíží na realizaci aktivit pro lepší image) • Funkční platforma marketérů – propojení odborníků na marketingovou komunikaci, šikovných a aktivních lidí, kteří vlastní aktivitou přispívají k lepší image, nebo mají potenciál přispívat (může mít neformální nebo poloformální charakter, platforma zajišťuje sdílení informací a dat, chystaných marketingových a PR aktivit, know-how, má částečně výkonnou funkci – může navrhnout aktivity nebo kampaně přispívajících k lepší image území. • Institucionální zázemí pro koordinaci aktivit – zřízení pozice koordinátora aktivit (případně nebo ideálně munitýmu), který bude jednotlivé aktivity plánovat, koordinovat, realizovat, vyhodnocovat – zajistí funkčnost platformem, přípravu reportování, přípravu tvorby identity a marketingové strategie a realizaci kampaní; koordinátor bude mít k dispozici institucionální zázemí (kapacity, rozpočet apod.) • Sdílená identita Sokolovska – vytvoření identity, která bude popisovat a nastavovat společné hodnoty území, silné stránky, témata pro budoucnost, na kterých je shoda mezi stakeholdery a na jejichž tvorbě se budou spolupodílet i obyvatelé území, aby mohla být jednotná a stejně komunikována navenek • Marketingový plán / Marketingová strategie – vytvoření koncepčního dokumentu, který v opoře o sdílenou identitu a know-how aktivních lidí a odborníků stanoví, co, jakými kanály a nástroji a ke komu bude za dané území komunikováno • Realizace marketingových, komunikačních a participačních aktivit – realizace marketingové strategie, systematické oslovování a zapojování cílových skupin s tématy definovanými identitou a marketingovou strategií
	Výsledky projektu	<ul style="list-style-type: none"> • Nastavení výchozích procesů a příprava prostředí pro dlouhodobě koordinovanou a systematickou práci přispívající k lepší image • Posílení atmosféry a prostředí pro aktivní spolupráci na změně image (dlouhodobě) • Posílení jednotné identity v území, sounáležitosti obyvatel (dlouhodobě) • Zlepšení image Sokolovska (dlouhodobě)
Provázanost, integrita	Vazba na jiné dokumenty	<ul style="list-style-type: none"> • Marketingová strategie Karlovarského kraje (2024) • Program rozvoje Karlovarského kraje na období 2021–2027
Doba realizace a aktivity projektu	Doba realizace projektu	<p>Dlouhodobý proces, který je odvislý od provázanosti jednotlivých aktivit. Níže uvedený harmonogram je indikativní.</p> <p><u>První rok:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Položení základů funkčních platform spolupráce (stakeholderů a odborníků) • Vytvoření identity území (participativní formou) a šíření výstupu do území • Položení základů institucionálního zázemí pro koordinaci aktivit

		<ul style="list-style-type: none"> • Vytvoření marketingového plánu/strategie • Začátek sběru dat (šetření, průzkumy, analýzy) <p><u>Druhý rok:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Ustálení spolupráce • Realizace marketingových kampaní a aktivit dle strategie <p><u>Třetí rok+:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizace marketingových kampaní a aktivit dle strategie • Viditelné či vnímané změny týkající se sounáležitosti, image, ideálně podložené daty
	Aktivity ve fázi rozpracování záměru	<ul style="list-style-type: none"> • Vytipování stakeholderů, ověření chuti a možností dlouhodobé spolupráce stakeholderů na tématu identity a image • Vytipování odborníků a aktivních spolupracovníků, ověření chuti a možností dlouhodobé spolupráce na tématu identity a image • Vytipování koordinátora aktivit, člověka, který má respekt a potenciál být tahounem aktivit a změn • Ověření možnosti vytvoření dlouhodobého institucionálního zázemí pro aktivity související s tématy identity a image
	Aktivity v přípravné fázi	<ul style="list-style-type: none"> • Ustanovení platformy stakeholderů k tématu identity a image • Ustanovení platformy marketérů (odborníků, aktivních lidí apod.) k tématu image a identita • Ustanovení a zajištění zázemí pro koordinátora marketingových aktivit • Vytvoření sdílené identity Sokolovska (participační formou – se zapojením stakeholderů, vybraných cílových skupin, veřejnosti • Vytvoření marketingového plánu / strategie Sokolovska
	Aktivity v realizační / provozní fázi	<ul style="list-style-type: none"> • Rozšíření identity do území (do výstupu partnerů v území, organizacím, k obyvatelům kraje), užívání výstupů v běžné komunikaci dovnitř i navenek • Realizace marketingových, komunikačních a participačních aktivit dle marketingového plánu/strategie Sokolovska
	Aktivity pro zajištění dlouhodobé udržitelnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Zajištění a postupné budování institucionálního zázemí, kapacit a rozpočtu pro projekt a aktivity související s tématy identity a image
Finanční zdroje	Možnosti finančních zdrojů	<p>Financování aktivit v oblasti budování image a marketingových aktivit si vyžádá zejména zapojení místních a regionálních zdrojů (rozpočet města Sokolov a dalších obcí/měst Sokolovska, rozpočet Karlovarského kraje, protože možnosti financování zejména z evropských zdrojů jsou menší. Pozornosti by ale neměly možnosti v rámci méně tradičních zdrojů, například Interreg Danube, Interreg Central Europe.</p> <p><i>Podrobnější informace k možným zdrojům financování jsou uvedeny v příloze FundPlan. Strategie využití externích zdrojů při financování projektů na území ORP Sokolov.</i></p>
	Doporučení	<ul style="list-style-type: none"> • Zapojit subjekty z veřejné i soukromé sféry, ověřit chuť a možnosti širokého spektra subjektů • Zapojit lidi s chutí přispět • Ověřit možnosti externího financování projektu, ale nevázat se na externí zdroje a dlouhodobě počítat

		s nutnou podporou financování projektu z veřejných rozpočtů, tzn. získat si pro jeho realizaci politickou podporu, ideálně napříč spektrem a na bázi financování více subjekty
Inspirace projekty	ČR	Olomoucký kraj – Identita Olomouckého kraje positivJE - www.positivje.cz Ostrava – fajnOVA – www.fajnova.cz
	Zahraníčí/země	Eidhoven – identita Utrecht / Utrecht has a dream
Podmínky, předpoklady a doporučení	Politická vůle, chuť stakeholderů zapojit se a přispět, nalezení rozpočtu	

NOSITEL PROJEKTU

Partnerství	Nositel projektu	Město Sokolov (resp. nový subjekt zřízený městem nebo ve spolupráci obcí nebo případně dalších subjektů)
	Koordinátor	Nově zřízený subjekt nebo organizace
	Partneři	Sokolov a obce v dotčeném území
		Karlovarský kraj
	Spolupracující subjekty	Firmy v území
Aktivní lidé v území		
Odborníci na marketingovou komunikaci v území		

ODPOVĚDNOST ZA PROJEKT

Odpovědný náměstek	<i>Zatím nedefinováno</i>
Garant	<i>Zatím nedefinováno</i>
Zodpovědná osoba	<i>Zatím nedefinováno</i>
Spolupracující partner	<i>Zatím nedefinováno</i>