



CEGLÉDI
VÁROSI KÖNYVTÁR

A CEGLÉDI VÁROSI KÖNYVTÁR

Belső és külső kommunikációs terve

Készítette:

dr. Rozovljan-Dancs Eszter
kommunikációs referens

dr. Rozovljan-Dancs Eszter

Jóváhagyta:

Kabdebó-Ladik Livia
intézményvezető

Kabdebó-Ladik Livia



2020

Tartalomjegyzék

1. A kommunikációs tervének célja	3
2. Célkitűzések meghatározása	3
2.1. Stratégiai célkitűzések	3
2.2. Kommunikációs célkitűzések	3
3. Kommunikációs alapelvek	3
4. Belső kommunikációs terv	3
4.1. A belső kommunikáció SWOT-analízise	4
4.2. A belső kommunikáció tartalma és jellemzői	4
4.3. Alkalmazott belső kommunikációs eszközök	4
4.4. A jövőre irányuló belső kommunikációs terv	5
5. Külső kommunikációs terv	5
5.1. A belső kommunikáció SWOT-analízise	6
5.2. A külső kommunikáció célkitűzései	6
5.3. A külső kommunikációban megszólítandó célcsoportok	6
5.4. Alkalmazott külső kommunikációs eszközök:	7

1. A kommunikációs tervének célja

A Ceglédi Városi Könyvtár küldetéseként fogalmazta meg a Cegléden és térségében élő lakosság könyvtári szolgáltatást, kulturális fejlődési lehetőségeinek bővítését és közösségi erejének erősítését. A szolgáltatások, illetve a könyvtári állomány sokszínűsége okán alapvető cél a térségben élő szinte minden korcsoport megszólítása, így kommunikációs tervének elsődlegessége abban rejlik, hogy ezeket a korcsoportokat hatékonyan megszólítsa, tájékoztassa. Ennek alapköve a kollégák közötti erős és effektív belső kommunikáció. A külső és belső kommunikációs terv célja tehát annak elősegítése, hogy könyvtárunk észrevehető, jelentőségteljes, informatív és fejlődő képet mutasson a térségben.

2. Célkitűzések meghatározása

2.1. Stratégiai célkitűzések

- Cegléd és térségének minőségi könyvtári ellátása
- kulturális programokkal kulturális nevelés
- helytörténet, megőrzés
- helyi értékek őrzése, kezelése, népszerűsítése
- ifjúság olvasóvá nevelése
- közösségi tér kialakítása, szórakoztatás

2.2. Kommunikációs célkitűzések

- az intézmény belső működését, a szolgáltatás minőségét tovább javító, csoportorientált belső kommunikáció, könnyű információáramlás
- érthető, a korcsoportokhoz eljutó külső kommunikáció
- korszerű eszközök használata a korcsoportok által meghatározva

3. Kommunikációs alapelvek

- *Proaktivitás:* az intézmény kommunikációs és PR tevékenységének központjában az előrettekintés, azaz proaktivitás áll, amely sokat segít az esetleges krízishelyzetek elkerülésében.
- *Nyilvánosság:* a kommunikációs eszköztár legszélesebb körű kihasználása annak érdekében, hogy növeljük az intézmény ismertségét vagy éppen erősítsük a már kialakult image-t.
- *Megkülönböztethetőség:* az intézmény arculati kézikönyvének betartása, hogy az intézmény minél inkább elkülöníthető legyen a versenytársaktól.
- *Partnerközpontúság:* a belső és külső kommunikáció során fontos elv az alapvető udvariassági normák érvényesülése.
- *Informativitás, folyamatosság:* az információk állandó szolgáltatása a külső és belső partnerek számára.
- *Közérthetőség:* az információk minél egyszerűbb és érthetőbb megfogalmazása.

4. Belső kommunikációs terv

Belső kommunikáció alatt intézményünk kollégái közötti privát információáramlást értjük. Alapvető célunk az információ eljuttatása minden kolléga számára, mely elősegíti a hatékony munkavégzést és az esetleges veszélyek elkerülését.

4.1. A belső kommunikáció SWOT-analízise

Erősségek

- hierarchikus szervezeti felépítés (lefelé és felfelé történő kommunikáció)
- az alapvető technikai háttér adott
- kollégák létszáma kevés, így könnyebb értesíteni mindenkit
- munkaértekezletek tartása
- kommunikációs kedv nagy

Gyengeségek

- intézményi széttagoltság
- online csatornák, amit nem mindenki ellenőriz
- nincs felelős kijelölve
- későn kapott információ

Lehetőségek

- új információk közléséhez felelős kijelölése
- szóbeli/telefonos megerősítő tájékoztatás
- válaszküldés az információ célba érése esetén

Veszélyek

- az információ elakad, torzul a kommunikációs csatornában
- végső esetben az olvasó/látogató torz vagy hiányos információhoz jut

4.2. A belső kommunikáció tartalma és jellemzői

- munkavégzéssel kapcsolatos utasítások, magyarázatok, ötletek, fejlődési lehetőségek megvitatása
- eljárások, strukturális megoldások ismertetése
- teljesítményértékelés, korrekciók
- szervezeti kultúra megismertetése, elvárások megfogalmazása
- lefelé irányuló kommunikáció (intézményvezetőtől vagy munkacsoport vezetőktől)
- munkacsoportok közötti (horizontális) kommunikáció
- felfelé irányuló kommunikáció panaszok, viták megoldására, vagy pénzügyi jelentések illetve munkabeszámolók

4.3. Alkalmazott belső kommunikációs eszközök

4.3.1. Szóbeli kommunikáció

- **Munkaértekezletek:**

Dolgozói munkaértekezletet évente minimum öt alkalommal tartunk, ahol beszámolunk az előző év munkájáról, ismertetjük a tárgyévi feladatterveket. Tájékoztatást adunk a pénzügyi helyzetünkről. Évente munka- és tűzvédelmi oktatásban részesülnek a munkatársak.

Vezetői értekezleteket hetente tartunk a felsővezetők és középvezetők jelenlétével a heti aktuális feladatokról, felmerülő problémákról.

Szervezeti egységek munkamegbeszélései előzetes megbeszélés alapján történnek.

Munkacsoport megbeszélései: Minőségbiztosítás keretén belül működő munkacsoportok (ügyrendnek megfelelően); Minőségirányítási Tanács,

Folyamatszabályozó munkacsoport, Marketing munkacsoport, Teljesítménymérő munkacsoport, Digitalizálási Munkacsoport.

Projektcsoporthoz megbeszélések: aktuális feladathoz rendelt tagok megbeszélései a projekt során, általuk megítélt gyakorisággal.

- **Informális megbeszélések:**
általában azonnali döntést igénylő, a potenciális veszély elhárítását célzó információcsere, melyet később írásos összefoglaló, jegyzőkönyv, köremail követhet.
- **Telefonos/vidéohívás/Google-meeting megbeszélés:**
a telefonos és egyéb multimédiás eszközzel történő előszóbeli megbeszélés, mely az otthoni munkavégzéssel dolgozó kollégákat, illetve az intézményei szétagoltság okán összekapcsolja a munkatársakat.
- **Szakmai nap, program:**
kollektívát összetartó szakmai programok, melyekből legalább szóbeli beszámoló születik a többi kolléga tájékoztatása céljából.

4.3.2. Írásbeli kommunikáció

- **Email:** köremail, és egyedi levelezések. (köremail kiszolgáló: Google Groups – cvkmunkatartsak@googlegroups.com)
- **Vezetői köremail:** az intézményvezető által küldött utasítások és eljárások ismertetése.
- **Csoportvezetői köremail:** az adott munka- vagy funkciócsoportot (pl. olvasószolgálat) érintő kollégákat tájékoztató üzenet utasításokról, eljárásrendekről.
- **Facebook-csoport:** a „Ceglédi könyvtárosok” privát Facebook csoportban történő kommunikáció, egy-egy hivatalos információközlés céljából, alapvetően motiváció és közösségi szellem fenntartása okán működik.
- **Munkaterv, ügyrend, beszámoló:** a munkacsoportok dokumentumai nyilvánosan hozzáférhetőek a kollégák számára.
- **„Közös” meghajtó és felhő tárhely:** a kollégák hozzáférést kapnak az intézményi dokumentumokhoz, fájlokhoz, így többen is tudnak dolgozni egy-egy projekt kivitelezésén. Leggyorsabb, bárhol elérhető információforrás.

4.4. A jövőre irányuló belső kommunikációs terv

Alapvető cél a jól működő belső kommunikáció megtartása és a gyengeségek, veszélyek elhárítása. Cél, hogy a kívánt információ a potenciális intézményi részleghez eljusson, ezt könnyítheti információ- vagy üzenetfelelős kijelölése.

5. Külső kommunikációs terv

Külső kommunikáció alatt a látogatók és a térségben élő leendő olvasók megszólítását célzó tevékenységeinket értjük. Alapvető célunk a meglévő ügyfeleink tájékoztatása, bizonyos szintű szórakoztatása, valamint kommunikációs tervünk ugyanolyan jelentős részét teszi ki a potenciális, vagyis leendő olvasók és látogatók megszólítása.

5.1. A belső kommunikáció SWOT-analízise

Erősségek

- Szakember kezeli a kommunikációt.
- Az alapvető technikai háttér adott.
- Frekvenciált elhelyezkedésű intézmények – melyek hirdetési felületeket biztosítanak.
- Külön marketing munkacsoport működik.
- Az egységes arculat kialakításához szükséges alapelemek adottak.

Gyengeségek

- Intézményi széttagoltság.
- Belső kommunikáció.
- Marketing budget/felületeket külsős intézmény kezeli.

Lehetőségek

- Új partnerkapcsolatok.
- Image megerősítése.
- Más kommunikációs eszközök kihasználása.

Veszélyek

- Külső kézben lévő marketing budget miatt a marketing stratégia nehezen tervezhető.
- Kevés a sajtóorgánium.
- Közösségi média kiszámíthatatlan előnyei.
- Állandóan változó online trendek.
- Különböző célcsoportok megszólítási nehézségei.

5.2. A külső kommunikáció célkitűzései

- az intézményei image/arculat megerősítése
- az Arculati Kézikönyv iránymutatásainak kiegészítése
- potenciális látogatók hatékonyabb elérése
- látogatószám növelése
- a város és térsége kulturális örökségének megőrzése
- kulturális nevelés, szórakoztatás
- új kommunikációs eszközök használata

5.3. A külső kommunikációban megszólítandó célcsoportok

Intézményünk közkönyvtári jellege miatt a város és térségének teljes lakosságát potenciális látogatóként értelmezi, így célcsoportjai között minden korosztály fellelhető. Ennek megfelelően alapvető nehézség, hogy a kommunikációs csatornák és stratégiák variánsait kell egyszerre alkalmaznunk a hatékony elérés érdekében.

Részleg	Elsődleges célcsoport
Gyermek- és ifjúsági könyvtár	<ul style="list-style-type: none">- Gyermekek (0-14 éves korig)- Szülők- Óvodák – óvónők- Iskolák – tanítók, osztályfőnökök- Általános iskolások felső tagozatosai- Középiskolások és tanáraik

	- iskolai könyvtárosok
Központi Könyvtár	- Aktív olvasók - Felsőoktatásban tanulók - Helyismeretet kutatók
Sportgyűjtemény	- Aktív látogatók - Sportoló ifjúság

Másodlagos célcsoport
<ul style="list-style-type: none"> - Lakosság - Vonzáskörzet lakossága - Elektronikus és nyomtatott média - Fenntartó - Civil szervezetek - Cégek, egyéb intézmények

5.4. Alkalmazott külső kommunikációs eszközök:

A külső kommunikációs eszközök minden esetben az Arculati Kézikönyv szabályainak megfelelően készülnek.

- *Plakát* (A/4; A/3; A1-es méretekben) intézményen belül, a város főbb helyszínein, köznevelési intézményekben elhelyezve
- *Szórólapok* (A/6-os méretű) – minden rendezvényénél, intézményben célcsoport orientált kihelyezés
- *Megállító táblák* (intézmény előtt és belül), melyen többszörös méretű plakátjaink találhatóak
- *Körlevelek, hírlevelek*, melyeket az aktuális eseményekről küldünk beiratkozott olvasóinknak, akik hozzájárultak a hírlevél küldéséhez
- *Programfüzet*, amely egy évre előre tartalmazza programjainkat
- *Foglalkoztató füzet*, mely a Gyermekkönyvtárunkban lévő foglalkozásokat tartalmazza
- *Információs kiadvány* könyvtárunk szolgáltatásairól, elérhetőségeiről
- *Könyvjelző* szóróajándékként, mely tükrözi arculatunkat, misszióinkat
- *Reklámtárgyak, szóróajándékok*, melyek megerősítik kapcsolatunkat partnerinkkel, látogatóinkkal
- *Roll-up és térelválasztók*, kitelepülés esetén, illetve belső használatra
- *TV-, rádióhirdetések*, aktuális programjainkról, könyvtári eseményekről
- *Újsághirdetések*, aktuális programjainkról, könyvtári eseményekről
- *PR cikkek, beszélgetések*, aktuális programjainkról, könyvtári eseményekről
- *Sajtóközlemény* aktualitásokról
- *Image-film*, mely bemutatja a könyvtárt és dolgozóit, és tükrözi misszióinkat
- *Honlap*, mint alapvető információszerző portál
- *Facebook-oldalak*, a közösség összetartására és tájékoztatására
- *Podcast műsor*