



KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE AIP na období 2024–2026

Komunikační strategie byla vytvořena v rámci ESF projektu „Profesionalizace advokační práce AIP“ (reg. č. CZ.03.02.02/00/22_039/0001370) za podpory externího konzultanta v průběhu prvního pololetí roku 2024. Proběhlo 5 společných pracovních konzultací. Komunikační strategie je v souladu s cíli vytyčenými *Strategickým plánem AIP na období 2024-2026, s výhledem do 2028*.

OBSAH:

1. část: **Zaměření a východiska komunikační strategie** (veřejná část k prezentaci AIP)
2. část: **Komunikační cíl, cílové skupiny, komunikační mix/nástroje** (veřejná část pro členy AIP)
3. část: **Indikátory, plán komunikace 2024-2026, další doporučení** (interní manažerská část)

Zaměření a východiska komunikační strategie

Aliance pro individualizovanou podporu (AIP) je zastřešující nezisková organizace hájící práva a zájmy lidí s postižením a jejich pečujících. Prosazuje, aby lidé se závažným postižením či onemocněním a jejich pečující měli zajištěnou podporu podle svých potřeb v přirozeném prostředí. Propojuje na 50 rodičovských spolků, patientských organizací, poskytovatelů sociálních služeb i jiných střešních organizací. Věnuje se advokační práci, ve které usiluje o systémové změny zejména v sociální a zdravotní oblasti. Bojuje za lepší koordinaci péče, spravedlivé posuzování potřeb a dostupné komunitní služby.

Předmětem **komunikační strategie AIP** je efektivnější využívání komunikace k budování značky i naplňování strategických cílů (viz strategie organizace). V rámci komunikační strategie jsou stanoveny **cílové skupiny, komunikační cíle, indikátory** a způsob vyhodnocování, vybrané nástroje v **komunikačním mixu a plán komunikace**.

Strategií organizace je využívat komunikaci zejména pro oblasti advokacie, proto jsou nejdůležitější cílovou skupinou decision makers (politici, vysocí úředníci veřejné správy). Důležitou oblastí je pak komunikace se členskými organizacemi, ve smyslu komunikační

[Sem zadejte text.]

strategii ji ale považujeme spíše za interní druh komunikace; jakkoliv se jí i externí komunikace dotýká a je třeba zohledňovat, že externí komunikace se odráží i u členů. Třetí cílovou skupinou je odborná veřejnost, ke které je nutné dlouhodobě komunikovat, aby systémová změna měla podporu i mezi lidmi, kterých se dotkne v jejich každodenní práci. Širší veřejnost je spíše předmětem fundraisingové strategie.

Unikátní prodejní argument

AIP je hlas různých uživatelských skupin sociálních a zdravotních služeb, který je zastřešen desítkami organizací.