**4P – propagace pirátské politické práce**

Úvod

Jelikož jsou Piráti v Táboře již druhé volební období ve vládnoucí koalici s 1 místostarostou a 1 radním, máme možnost aktivně ovlivňovat dění ve městě a postupně pracovat na naplnění našich 8 priorit. Zároveň máme mnoho členů i příznivců v komisích a dozorčích radách. O tom, že Piráti jsou aktivní na mnoha frontách bychom chtěli efektivně a dostatečně informovat nejen na našich kanálech (web, sociální sítě), ale i v lokálních médiích.

Cíle projektu

Cíle projektu 4P jsou:

1. pravidelný reporting o výsledcích politické práce táborských Pirátů ve vedení města, na zastupitelstvu i v komisích a DR;
2. získávání nových příznivců a zájemců o členství prostřednictvím rozšiřování fanouškovské základny na FB a IG;

(V současnosti máme přes 1000 fanoušků na FB a resp 153 na IG, cílem je pak ke konci roku zvýšit počet fanoušků alespoň na 1600 na FB a 600 na IG).

1. zvýšení dosahu našich příspěvků na sociálních sítích.

(Dosah neplacených příspěvků se v současnosti pohybuje mezi 300 – 800, s boostem počítáme s dosahem okolo 3000 shlédnutí na příspěvek.)

Popis projektu

**PŘIPRAVA**

Aby byla naše komunikace účinná, je v první řadě nutné mít člověka, který se touto agendou bude zabývat. Připraví mediaplán, bude komunikovat se všemi aktivními členy (místostarosta, radní, členové komisí a DR), bude koordinovat přípravu propagačních materiálů a bude sbírat informace a podklady, na základě kterých vytvoří mediaplán.

**REALIZACE**

Projekt 4P je celoroční aktivita, jejímiž milníky jsou především jednání zastupitelstva města, resp. kraje, čtvrtletní zhodnocení naplňování 8 priorit a veřejné výstupy z komisí a rad. Vedle těchto pravidelných bodů bychom chtěli na sítích vytvořit kampaň k Nalodění (představení dosavadních členů a jejich motivace k angažmá u Pirátů) a v neposlední řadě vytvořit sérii videí, které budou prezentovat výsledky naší práce. V případě výrazných úspěchů chceme také pracovat s místními médii, vydávat TZ a komunikovat naše postoje v případě sporných otázek a rozhodnutí.

V praktické rovině plánujeme:

* vydat 8 – 10 tiskových zpráv + nahrát je na web *tabor.pirati.cz*
* připravit celkem 48 příspěvků na FB a IG (v případě, že získáme finanční prostředky optimalizovat obsah dle dané sítě – FB více textu, IG více grafiky a videí)
* vyrobit 4 videa pro FB, IG a YT
* k 24 vybraným příspěvkům nastavit propagaci ve výši 500 – 1000 Kč
* v případě zbývající kapacity pracovat se stories na IG a FB (aktuality a Piráti v pohybu)

Odkaz na současný mediaplan, který se ovšem k 25. v měsíci aktualizuje viz: [**https://pi2.cz/pzix**](https://pi2.cz/pzix)

*Finanční plán*

Dle výše zmíněného plánu pracujeme s následujícím rozpočtem:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| *Náklad* | *Částka za jednotku v Kč* | *Množství* | *Celkem v Kč* |
| PR manažer/ka | 2000 | 12 | 24 000 |
| Propagace příspěvků FB | 500 | 24 | 12 000 |
| Propagace YT (placený dosah) | 1000 | 4 | 4 000 |
| Výroba videa | 5000 | 4 | 20 000 |
| Skupinové foto | 5000 | 1 | 5 000 |
| Autorská práva (hudba + obrázky) | 1000 | 2 | 2 000 |
| **CELKEM** |  |  | **67000** |
| *Očekávané příjmy* |  |  |  |
| Vklad MS Tábor | 10 000 | 1 | 10 000 |
| Dary + in-kind | 7 000 | 1 | 7 000 |
| **CELKEM** |  |  | **17 000** |
| **Požadovaná částka od PKS** |  |  | **50 000** |

Impact a výstupy:

V souladu s cíli projektu očekáváme následující výstupy:

* zvýšení povědomí o práci Pirátů v Táboře;
* rozšiřování pirátské komunity a posilování stávající členské základny;
* zlepšení a zkvalitnění výstupů po stránce jak obsahové, tak i formální.

Závěr

V loňském volebním období měli táborští Piráti s 2 místostarosty skvělé výsledky, které ovšem velmi sporadicky komunikovali (nahodilé, nepropracované příspěvky výhradně na FB). Na začátku loňské kampaně bylo potřeba postavit novou komunikační strategii a nastavit základní pravidla pro výstupy a prezentaci MS Tábor. Začali jsme koncepčně pracovat s dalšími sítěmi (IG, Twitter, YT) a v rámci kampaně si ověřili, co funguje a co ne. Díky generátoru máme ulehčenou výrobu grafiky k postům i jednotnou tvář, ale ještě stále vidíme nutnost investovat do vytváření samotného obsahu, kvalitních materiálů a především placené reklamy na sociálních sítích. Vnímáme to jako investici, která se v dlouhodobém horizontu a v nadcházejících volebních letech zúročí.