



Evropská unie
Evropský sociální fond
Operační program Zaměstnanost

Přívětivě komunikující obec Hulice

CZ.03.4.74/0.0/0.0/19_109/0016737

Komunikační strategie obce Hulice



Komunikační strategie

Návrh komunikační strategie obce

ÚVOD	4
Cíle komunikační strategie	4
Obecné cíle:	4
Specifické cíle:	5
Cílové skupiny	5
Obce a kraje a jejich zaměstnanci	5
Veřejnost	5
Volení zástupci	5
Aktuální trendy v komunikaci s občany	6
Elektronická vs osobní komunikace	6
Specifika veřejného sektoru	6
Vhodné podání informací	6
Tradiční média vs online	7
Zapojení občanů/komunit	7
Shrnutí	7
Analýza využívaných komunikačních prostředků	8
Webové stránky (www.hulice.cz)	8
Sociální sítě	8
Mobilní aplikace	8
Stacionární úřední deska	8
Místní rozhlas	8
Tištěná média	8
Návrh na opatření pro zlepšení komunikace	9
Webové stránky	9
Sociální sítě	9
Elektronická úřední deska	9
Místní rozhlas	9
Tištěná média	9

Další formy komunikace	9
Závěr	9
Specifikace požadavků na moderní komunikační nástroje	10
Univerzální administrativní portál	10
Webové stránky	10

ÚVOD

Dokument komunikační strategie obsahuje dvě části - analytickou a návrhovou. Analytická část zkoumá a hodnotí stávající řešení / komunikační prostředky. Návrhová část předkládá řešení ke zlepšení zjištěných nedostatků. Součástí komunikační strategie je také návrh jednotné vizuální identity a návrh zpracování webového informačního portálu.

Pro zpracování této strategie bylo využito přímého dotazování u představitelů obcí s cílem zjistit, do jaké míry jsou občané s komunikací obcí aktuálně spokojeni, jaké komunikační kanály nejvíce využívají a jaké komunikační prostředky by do budoucna preferovali.

S komunikací úzce souvisí i prezentace obce navenek. V úzké spojitosti s komunikační strategií proto budou zpracovány manuály jednotného vizuálního stylu, díky nimž bude obec moci tvořit/posilovat svou jednotnou image.

Cíle komunikační strategie

Cílem komunikační strategie je rychlé, srozumitelné, dostupné a uživatelsky přívětivé doručení sdělení vybraným cílovým skupinám a přispět tak ke zvýšení informovanosti občanů a zlepšení přístupu ke službám. Jelikož komunikace nemusí být vždy jen jednostranná, musí umožňovat vhodné formy interakce - výměny informací.

Kvalitní komunikace je veřejností vnímána jako vstřícná, otevřená, objektivní. Efektivní komunikace obce, zohledňující současně i názory a podněty veřejnosti, přispívá k transparentnosti obce a pomáhá zvyšovat důvěryhodnost úřadu ve vztahu k občanům i dalším subjektům. V případě, že v rozhodovacích procesech nebudou zohledňovány postoje veřejnosti, mohou se přijatá rozhodnutí dostat mimo realitu praktického života v obci.

Dobře nastavený a efektivní proces komunikace se projeví v minimalizaci nákladů na jeho provoz, tvorbu obsahu a v jeho dostupnosti pro vybrané cílové skupiny.

Obecné cíle:

- Zajistit co nejvyšší informovanost a dostupnost informací pro zúčastněné cílové skupiny.
- Průběžně získávat a vyhodnocovat zpětnou vazbu.
- Podporovat aktivní zapojení se do spolurozhodování o důležitých tématech dotkajících se obce.
- Budovat kladné vztahy mezi obcí/úřady a širokou veřejností.

Dosažení obecných cílů pomáhá plán a realizace dílčích cílů, zaměřený na komunikační proces.

Specifické cíle:

- Sjednotit a standardizovat komunikační nástroje.
- Umožnit interakci všech cílových skupin.
- Zajistit efektivní proces distribuce informací - nástroje a personální zajištění jejich provozu.
- Zajistit co nejvyšší míru doručení komunikovaných témat cílovým skupinám.

Pro dosažení cílů se předpokládá dlouhodobá postupná realizace dílčích aktivit a pravidelné vyhodnocování / práce se zpětnou vazbou.

Cílové skupiny

Různé cílové skupiny se liší v komunikačních požadavcích a potřebách. Dobrá komunikační strategie obsahuje nástroje či možnosti jak co nejvíce vyhovět klíčovým charakteristikám jednotlivých cílových skupin.

Obce a kraje a jejich zaměstnanci

Do této skupiny patří organizace zřizované obcí (např. mateřské a základní školy, knihovny), či spolky, které se podílejí na kulturním a sportovním životě.

Převládajícími tématy jsou vzájemná spolupráce, podpora činnosti či koordinace / propagace provozovaných aktivit.

Veřejnost

Nejpočetnější a nejvíce diverzifikovaná cílová skupina. Hlavní dva segmenty tvoří občané a turisté. Mají velmi podobné požadavky ohledně přístupu k informacím, zásadně se však liší v druhu požadovaných informací. Dalšími významnými segmenty jsou určeny zejména věkem - děti/mládež, ekonomicky aktivní občané a senioři.

Volení zástupci

Volení zástupci obce jsou úzkou cílovou skupinou s velmi specifickými potřebami zejména spojenými s obsluhou a řízením nástrojů komunikační strategie.

—

Vybrané cílové skupiny jsou pouze orientační. Poukazující na největší rozdíly v potřebách a požadavcích na různá kritéria komunikační strategie.

Aktuální trendy v komunikaci s občany

Pro komunikaci ve veřejné správě se využívá řada komunikačních kanálů. Ty jsou voleny s ohledem na velikost a charakter obce, cílovou skupinu, komunikované téma, ale také např. v závislosti na finančních možnostech. Zohledněny by měly být rovněž potřeby a preference obyvatel, podnikatelů a dalších aktérů. Představitelé a zaměstnanci obcí přitom mohou komunikovat s občany přímo, tváří v tvář, nebo nepřímou, prostřednictvím nejrozličnějších komunikačních kanálů, přičemž způsoby distribuce informací se mnohdy prolínají či doplňují.

Elektronická vs osobní komunikace

Klíčovou rolí dnes hraje elektronická komunikace, která se stává primárním zdrojem získávání a výměny informací. Do elektronické podoby se přesouvá, nebo je na ní závislé, čím dál větší počet komunikačních médií a zařízení. Tradiční komunikační kanály se stávají převážně doplňkovými/podpůrnými.

Výše uvedené však neplatí plošně pro všechny. Zatímco mladí lidé preferují téměř výhradně online formu komunikace, starší část populace dává přednost spíše tradičním, tištěným médiím, nebo preferuje osobní setkání.

Osobní komunikace je často považována za nejefektivnější, umožňující pružně reagovat na dotazy a připomínky, což snižuje míru nepochopení; tato forma komunikace je však časově nejnáročnější. Četnost osobní komunikace se úměrně snižuje s velikostí úřadu, na straně druhé o ni klesá zájem u mladších občanů, kteří často preferují elektronickou a do jisté míry anonymní komunikaci.

Online prostředí způsobilo doslova informační revoluci. Umožňuje komunikovat rychle, aktuálně a globálně. Tomu odpovídá i neustále rostoucí objem informací/dat, které jsou v online prostředí generovány. Proto je nezbytné s informacemi pracovat a pomoci je cílovým skupinám vhodně organizovat, třídit a vhodně formátovat, aby byly co nejsnáze čitelné / srozumitelné.

Specifika veřejného sektoru

Byť výše uvedené platí pro komunikaci organizací obecně, komunikace veřejného sektoru má svá specifika. Mezi ně patří zejména menší flexibilita, s jakou úřady reagují na aktuální komunikační trendy, a také omezený rozpočet vyčleněný na komunikaci. Státní správa není vnějšími okolnostmi nucena udržovat svou konkurenceschopnost, a proto mnohdy způsobu své komunikace navenek nevěnuje dostatečnou pozornost. Současně je třeba brát v potaz, že ruku v ruce s rychlým rozvojem komunikačních nástrojů se mění i priority občanů ve způsobu, jakým informace získávají a jaké formy komunikace s veřejnými institucemi preferují.

Vhodné podání informací

Rozvoj internetu a digitálních technologií s sebou přinesl zrychlení komunikace a proudění informací, ale také informační přehlcení. V každém okamžiku je

produkováno velké množství informací, které se během několika vteřin snadno rozšíří a jsou dostupné kdykoliv a kdekoliv. Toto informační přehlcení s sebou nese i řadu negativních jevů. Klesá potřeba informace aktivně vyhledávat, prostor nebývá věnován ani jejich ověřování. Pro mnohé je složité rozlišovat oficiální, seriózní, důvěryhodné zprávy od dezinformací nebo důležité informace od těch nepodstatných. Snadnost elektronické komunikace je často příčinou vzniku množství zcela zbytečných zpráv.

Informační přehlcení také způsobuje, že lidé příjmu informací často nevěnují dostatečnou pozornost a jen sklouzávají po povrchu. V záplavě nepřeborného množství informací pozornost strhávají zejména vizuální podněty, klesá ochota číst texty; při čtení lidé navíc často nevnímají obsah, ale jen „skenují“ povrch textu – takto získané informace však mozek vzápětí vypouští. Jakákoliv informace tak musí počítat s obrovskou konkurencí jiných podnětů, které ji mohou snadno zastínit, přehlušit. Není proto snadné efektivně komunikovat vlastní informace – je třeba se odlišit, zaujmout, a to pokud možno i vizuálně, utvářet vlastní značku, umožňující rychlou identifikaci, a v neposlední řadě volit takové komunikační prostředky, díky nimž informace cílovou skupinu adresátů skutečně dostihne. V současné době totiž řada lidí zastává postoj, že „pokud je informace důležitá, najde si mě sama“.

Tradiční média vs online

Mění se také role komunikačních prostředků. Vedle tradičních médií (noviny, televize apod.) se stále více rozvíjejí online média a sociální sítě. Téměř kdokoliv s přístupem k internetu tak může být šířitelem informací, a to včetně dezinformací. Rovněž komunitní život se do určité míry přesunul do online prostředí, na sociální sítě. Právě ty jsou proto současným trendem v externí komunikaci a příležitostí pro instituce veřejné správy, jak veřejnost zapojit do dění i rozhodovacích procesů v obci.

Zapojení občanů/komunit

Rostoucím trendem v komunikaci během posledních let je aktivní zapojování komunit/cílových skupin do (spolu)tvorby obsahu. Dochází tak k přirozené, větší angažovanosti příjemců informací, tvorbě rozmanitějšího obsahu a do jisté míry také k delegaci tvorby obsahu z beder úřadu na dobrovolníky/občany.

Shrnutí

V kontextu výše uvedeného je více než žádoucí, aby obec systematicky pracovala na utváření svého pozitivního mediálního obrazu – stala se aktivním informačním zdrojem, poskytujícím důvěryhodné informace a usilujícím o oboustranný informační přenos. Moderní úřad má být službou občanům, měl by se tedy přizpůsobovat jejich potřebám, a to i technologicky. Komunikační kanály by však měly být voleny tak, aby byli informováni všichni občané bez rozdílu – i přes rostoucí popularitu online prostředí je proto stále třeba pamatovat i na starší občany, kteří většinou preferují tištěnou formu informací, nebo obecně na ty, kteří nejsou digitálně vybaveni.

Komunikace úřadů s občany by rovněž neměla být omezena pouze na povinné informace, tedy ty, jejichž povinnost zveřejňování je dána platnou legislativou. Otevřenost a důvěryhodnost úřadu určuje zejména kvalita komunikace nepovinné, tedy toho, o čem úřad s veřejností sice komunikovat nemusí, ale chce, do jaké míry obec občany vnímá jako své rovnocenné komunikační partnery, jimž dává svým přístupem najevo, že s nimi chce spolupracovat. Aktivním zapojením občanů do tvorby nepovinného obsahu dochází k přirozenému posilování vztahu a důvěry mezi jimi a úřadem.

Efektivní komunikace tedy zahrnuje pozornost věnovanou adresátům informací a jejich potřebám, dodržování etických principů, zásad otevřenosti a transparentnosti, nastolení důvěry a vytváření prostoru pro zpětnou vazbu a dialog. Současně podléhá neustálému vývoji, je průběžně analyzována a v reakci na nové trendy jsou implementována nová opatření a uzpůsobovány komunikační kanály.

Analýza využívaných komunikačních prostředků

Webové stránky (www.hulice.cz)

Stávající webové stránky mají na první pohled přívětivou tvář a jednoduše ovládané rozhraní, které dobře funguje jak na osobních počítačích, tak na mobilních zařízeních. Struktura obsahu a nabídka funkcí/interakcí však zaostává za komunikačním potenciálem obce.

Sociální sítě

Obec aktivně nekomunikuje ani nenabízí interakci prostřednictvím sociálních sítí.

Mobilní aplikace

Není využívána žádná mobilní aplikace (vyjma externího řešení mobilního rozhlasu).

Stacionární úřední deska

Aktuální vývěsní tabule je v nevyhovujícím stavu. Čitelnost dokumentů nemá jednotný formát, prostorová kapacita je omezená.

Místní rozhlas

Propojen s webovou aplikací, k dispozici přepis a napojení na aplikaci třetích stran pro přihlášení k odběru (e-mail, mobilní aplikace - <https://hulice.hlasenirozhlasu.cz/>). Audio záznam hlášení není k dispozici.

Tištěná média

Není pravidelně vydáván tištěný zdroj informací.

Návrh na opatření pro zlepšení komunikace

Webové stránky

Modernizovat webové stránky, aby splňovaly požadavky na přístupnost a zabezpečení a svým vzhledem a strukturou odpovídaly aktuálním trendům a pokryly informační potenciál/kapacitu obce.

Návrh struktury a vizuální podoby je součástí návrhu vizuální identity obce.

Sociální sítě

Zvolit sociální síť pro vybudování profilu (Facebook, příp. Twitter, Instagram) v rámci jednotného vizuálního stylu udržovat profil aktivní formou stručných příspěvků shrnující/podporující hlavní sdělení na webových stránkách. Využít potenciál sociální sítě jako oboustranný komunikační kanál mezi obcí a občany/cílovými skupinami.

Elektronická úřední deska

Rozšířit komunikační nástroje obce o elektronickou, interaktivní úřední desku, zajišťující nepřetržitou a kompletní veřejnou dostupnost k informacím. Současně bude zajištěna lepší přehlednost a čitelnost dokumentů.

Místní rozhlas

Zlepšit vizuální prezentaci zveřejněných hlášení a zpřístupnit audio záznam hlášení pro snazší a širší dostupnost.

Tištěná média

Zvážit vytvoření tištěného shrnutí nejdůležitějších informací přizpůsobené / snadno čitelné pro starší část obyvatel, pro kterou může být adopce elektronických médií obtížná.

Další formy komunikace

Sjednotit/zjednodušit identifikaci obce napříč hlavičkovými papíry, veškerého tištěného obsahu, nechat navrhnout a schválit značku (logo) obce, které ji bude moci jednoduše a dostatečně výrazně reprezentovat

Závěr

Největší slabinou komunikace obce jsou webové stránky a úřední deska, které nevyhovují strukturou informací a nedostatečným pokrytím dostupných informací/služeb. Pořízením elektronické úřední desky budou odstraněny nedostatky stávající, stacionární desky. Nové webové stránky by měly přehledně pokrýt veškeré zdroje informací a služeb, včetně provázání s účtem sociálních sítí a novou vizuální identitou.

Specifikace požadavků na moderní komunikační nástroje

S ohledem na výše uvedené potřeby a trendy tato zpráva navrhuje následující doporučení ohledně požadavků na komunikační nástroje moderní obce:

Univerzální administrativní portál

- Jednoduché ovládání, eliminace duplicitního vkládání informací.
- Možnost z jednoho místa vytvářet a spravovat informace a následně je publikovat na vybrané komunikační kanály. Zpravidla zajišťuje webová aplikace s uživatelskými účty a oprávněními nezbytnými k provozu.

Webové stránky

- Responzivní zobrazení (přizpůsobení obsahu velikosti obrazovky, zejména pro mobilní telefony, počítače a elektronickou úřední desku).
- Možnost zvětšit text vybraného obsahu bez výrazné deformace stránky
- Dodržení základních atributů SEO pro vyhledávání obsahu
- Implementace platební brány pro bezhotovostní platební styk
- Správa obsahu prostřednictvím výše uvedeného administrativního portálu, jehož webové stránky mohou být součástí.
- Možnost uložit webové stránky jako PWA na mobilním zařízení (Progressive Web App) - zobrazení velmi podobné nativní mobilní aplikaci pro konzumaci obsahu.



Manuál jednotného vizuálního stylu **obce Hulice**

11/2022

Obsah

- Logo
- Barva
- Písmo
- Hlavičkový papír / tiskoviny
- Webové stránky

Stávající znak

Znak se skládá se ze dvou polí, což symbolizuje dvě části obce – Hulice a Rýzmburk. Červené pole s břevny odkazuje na polotrojříčí původního erbu Švihovských z Rýzemberka.

Modrá barva a vlnovité dělení symbolizuje řeku Želivku, chcete-li dnes vodní nádrž Švihov.

Dole šikmo položená zlatá pastýřská hůl se zatočenou hlavicí odkazuje na pasáka Hulu, od jehož jména je podle legendy odvozen název obce.



Logo

Logo Hulice je základním prvkem jednotné vizuální prezentace obce a manuál uvádí příklady užití a způsob aplikace.

Klíčové prvky loga volně vychází ze znaku obce, kde jeho hlavní prvky (břevno, Želivka) byly zlehka abstrahovány a jako hlavní motiv / identifikátor byla zvolena pastýřská hůl, jakožto unikátní a zapamatovatelný prvek významově spojen s názvem obce.

Logo ctí stávající barvové schema - červenou, modrou a žlutou/zlatou. Bílá barva znaku figuruje v logu jako transparentní. Logo je uzpůsobeno pro plnobarevné, jednobarevné a inverzní zobrazení, zároveň bylo dbáno na jeho čitelnost / rozpoznatelnost v různých velikostech.

S logem je možné pracovat napříč různými médii - elektronickými i tištěnými a nosiči (inventáře, orientační tabule apod).

Logo: plnobarevné provedení



Logo: jednobarevné / inverzní provedení

 **HULICE**

 **HULICE**

 **HULICE**

 **HULICE**

Logo: jednobarevné / inverzní provedení



Logo: čtvercový formát

Logo je možné orientovat do přibližně čtvercového formátu přemístěním a zvětšením piktogramu.

Logo je tak možné lépe zobrazit v plochách omezených na šířku, případně pokud je žádoucí výrazná vizuální prezentace.

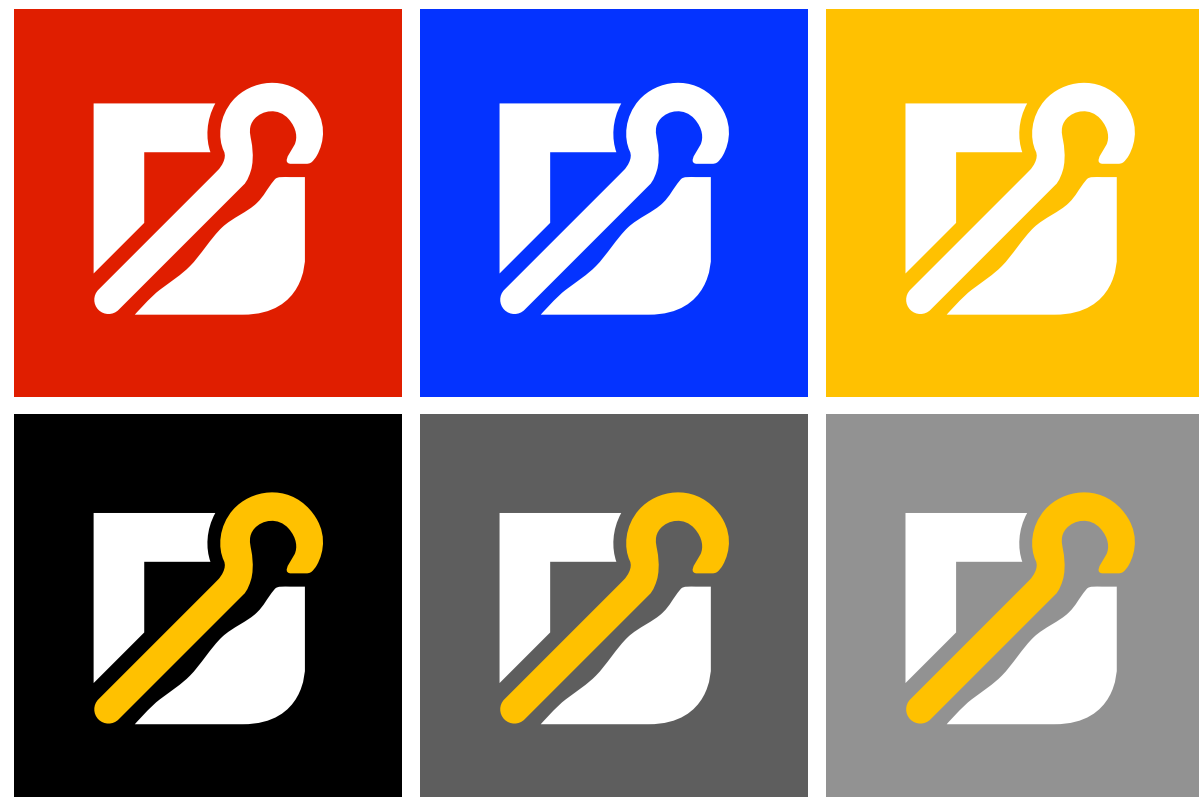


Logo: piktorgram

Piktogram loga může být aplikován i samostatně, bez textu (názvu obce). Jeho unikátní provedení napomáhá identifikaci s názvem obce a ještě více rozšiřuje možnosti jeho aplikace = posilování vizuální identity obce.

Logo je tvořeno natolik výraznými prvky, že mohou být použity také samostatně, např. v tiskovinách.

Pokud je logo umístěno na pozadí černé či odstínů šedi, je možné zachovat žlutou/zlatou barvu hole.



Logo: rozměrová řada

30%



50%



75%



100%



Barva

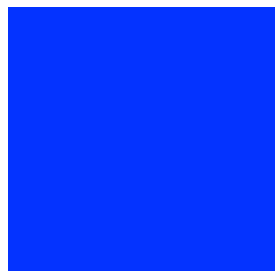
Logo vychází ze stávajícího barevného schématu. Pro text je použita černá barva, ostatní prvky mohou pro zvýraznění využít jednu či více doplňkových barev.



Červená

CMYK 7, 100, 100, 1

RGB 221, 0, 0



Modrá

CMYK 88, 77, 0, 0

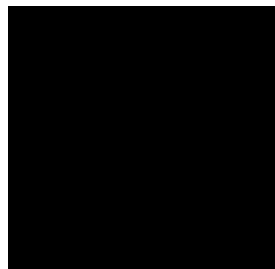
RGB 0, 0, 255



Žlutá

CMYK 4, 4, 100, 0

RGB 249, 228, 9



Černá

CMYK 0, 0, 0, 100

RGB 0, 0, 0

Písmo

Základním písmem pro logo je Ralleway - bold.

Raleway je elegantní bezpatkové písmo vhodné pro tisk i digitální zobrazení.

Jedná se o poměrně rozšířený, tzv. open-source font, tudíž snadno dostupný a optimalizovaný pro nejrůznější využití.

**A Ä B C Č D E É F G H C H I J K L M N Ň O Ó P Q R S Š T Ť U Ú V X Y Z Ž a á ä b c č d
d' e ě é f g h c h i í j k l m n ň o ó p q r ř s š t ť u ů ü v x y ý z ž & % \$! ? / # @ ~ * () { }
< > + - = 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

Písmo

Doplňkovým fontem pro běžný text je Open Sans.

Source Sans Pro je snadno čitelné bezpatkové písmo vhodné i pro větší množství textu.

Jedná se o poměrně rozšířený, tzv. open-source font, tudíž snadno dostupný a optimalizovaný pro nejrůznější využití.

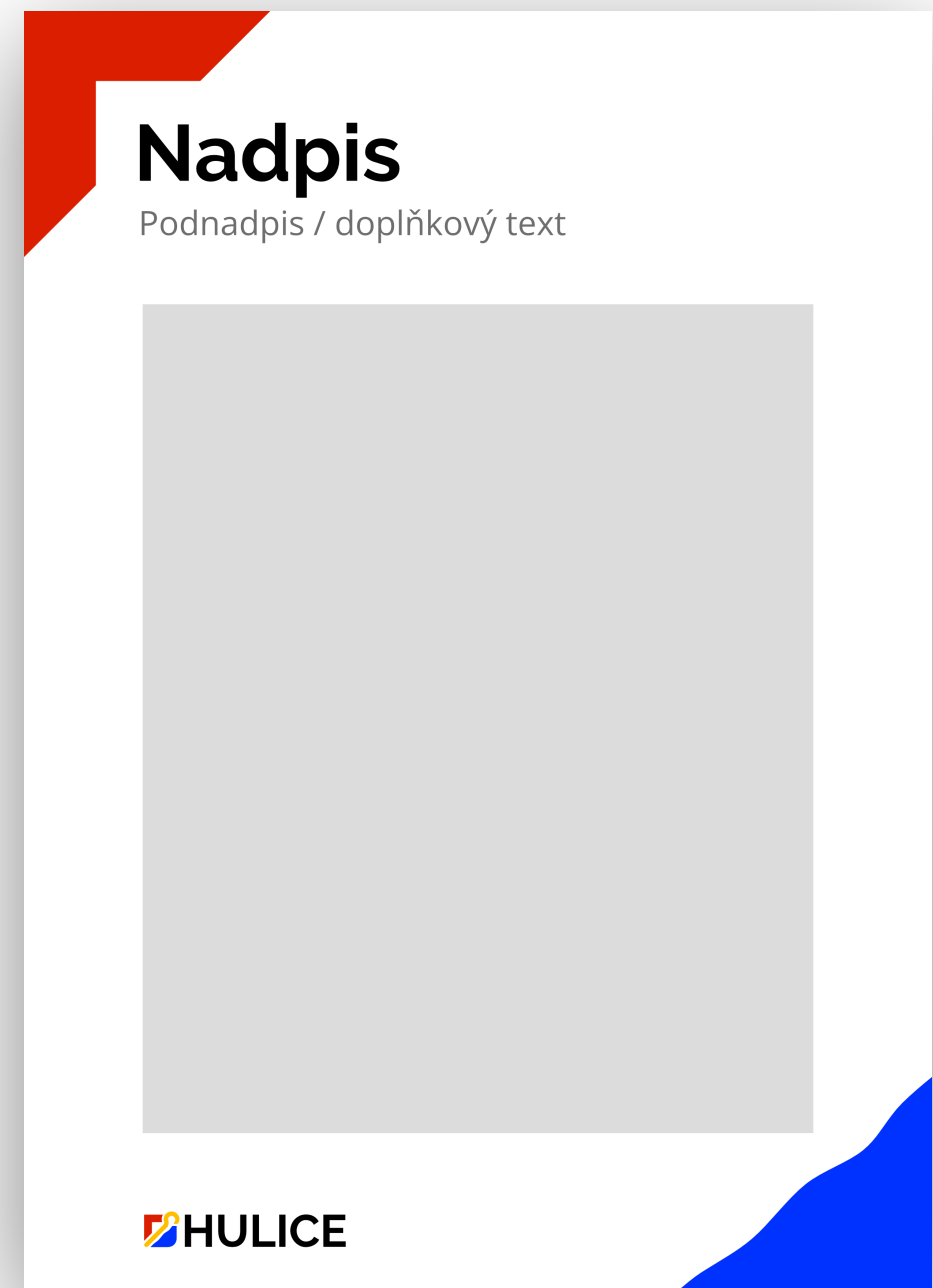
A Ä B C Č D E É F G H I J K L M N Ň O Ó P Q R S Š T Ť U Ú V X Y Z Ž a á ä b c č d d'
e ě é f g h i j k l m n ň o ó p q r ř s š t ť u ů ü v x y ý z ž & % \$! ? / # @ ~ * () { } <
> + - = 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Logo: aplikace v tiskovinách

Jednotlivých prvků lze hravě využít při tvorbě komunikačních podkladů, například hlavičkový papír či různá oznámení.

Velikost i počet prvků loga lze přizpůsobit množství obsahu a prostoru, jaký chceme poskytnout vizuální identitě.

Prvky působí dostatečně výrazně, na první pohled je patrná identita obce.



Logo: aplikace v tiskovinách

Konzervativnější pojetí, např. hlavičkový papír/dokument s větším množstvím textů může využít jen jeden z prvků + logo.

Zůstává je zachována snadná identifikace s vizuální identitou obce.



Logo: NE (aplikace v tiskovinách)

NE používat stejný prvek vícekrát

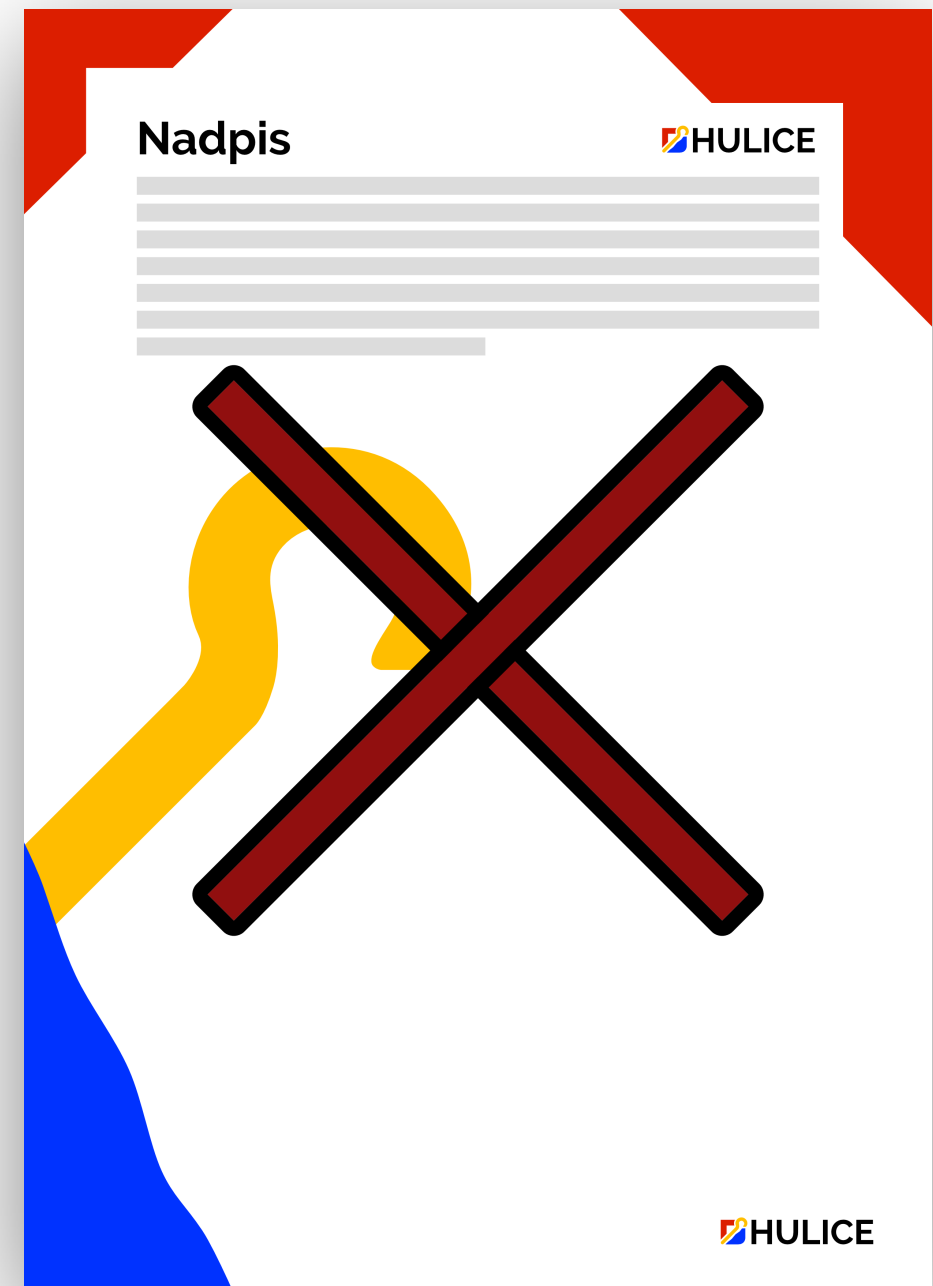
NEměnit poměry velikosti stran

NEměnit barevnost

NEměnit velikosti prvků každého zvlášť

NEměnit orientaci - nerotovat, nepřetáčet

NEumistovat mimo kraje (rohy) stránek, s výjimkou celého loga



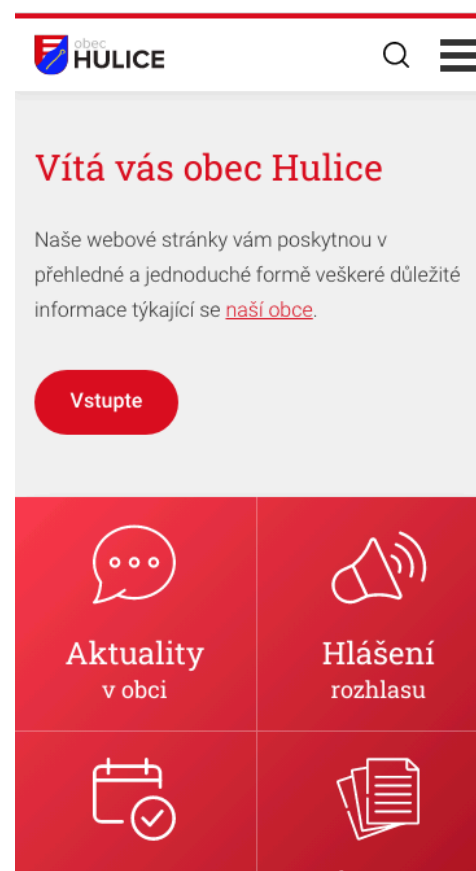
WEBOVÉ STRÁNKY

Návrh grafického zpracování
a struktury obsahu

Analýza

Stávající webové stránky mají na první pohled přívětivou tvář a jednoduše ovládané rozhraní, které dobře funguje jak na osobních počítačích, tak na mobilních zařízeních. Struktura obsahu a nabídka funkcí/interakcí však zaostává za komunikačním potenciálem obce.

Příliš mnoho prostoru je vyplněno **obsahem bez zásadních sdělení**. Prakticky celá plocha (počítač i mobilní zařízení) je vyplněna přivítáním, nedůležitým sdělením a ovládacími prvky.



Řešení

Moderní “landing-page”, tedy hlavní stránka na které uživatel zpravidla začíná, by měla nabízet stručné množství nejnovějších informací od každé významné kategorie.

Tedy např. Novinky/oznámení, hlášení, nadcházející události, záznamy z úřední desky atp.

Může být řešeno smíšeným výpisem a filtrem, nebo výpisem podle kategorií.

Nabízí tak rychlý přehled bez nutnosti proklikávání se tam a zpět do podrobných pohledů.

Toto je umocněno zejména na dotykových zařízeních jako mobilní telefon či elektronická úřední deska.

Na dostatečně velké obrazovce (PC, úřední deska) je možné permanentně zobrazovat menu/strukturu stránek pro rychlou navigaci. Na mobilních zařízeních je vhodné tento obsah posunout pod výše zmíněný primární výpis posledních informací.

Návrh vizuální podoby/struktury informací

Velká obrazovka



hledaný výraz 

 důležité upozornění, důležité upozornění. [více](#)



Událost, Oznámení, Hlášení...
12. 12. 2022, 12:00 [kategorie](#)
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Událost, Oznámení, Hlášení...
12. 12. 2022, 12:00 [kategorie](#)
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.



Událost, Oznámení, Hlášení...
12. 12. 2022, 12:00 [kategorie](#)
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor

potřebuji pomoc +

OBEC +

ÚŘAD +

AKTUÁLNĚ +

TURISTA +

ORGANIZACE +

KONTAKTY +

AKTUALITY

KALENDÁŘ

ÚŘEDNÍ DESKA

HLÁŠENÍ ROZHLASU

ČASTÉ DOTAZY

Mobilní telefon



 důležité upozornění, důležité upozornění. [více](#)



Událost, Oznámení, Hlášení...
12. 12. 2022, 12:00 [kategorie](#)
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Událost, Oznámení, Hlášení...
12. 12. 2022, 12:00 [kategorie](#)
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

potřebuji pomoc +

OBEC +

ÚŘAD +

AKTUÁLNĚ +

TURISTA +

ORGANIZACE +

KONTAKTY +

AKTUALITY

KALENDÁŘ

ÚŘEDNÍ DESKA

Doporučení

- používat fotografie/obrázky pro doplnění kontextu u co největšího množství obsahu (aktuality, kulturní akce, ale i oznámení úřední desky). Kde není k dispozici obrázek, je vhodné využít piktogram/ikonu
- Více vyjadřovat obsah textem, nikoliv pouze přílohou ke stažení, jejíž prohlížení může činit potíže méně zkušeným a zejména handicapovaným uživatelům
- vyjít vstříc občanům s řešením nejčastějších problémů





 **HULICE**

11/2022