

- PLANIFIKIMI I MARRËDHËNIEVE ME PUBLIKUN

- 2. PLANIFIKIMI I MARRËDHËNIEVE ME PUBLIKUN M arrëdhëniet me publikun planifikohen rrënjësisht, detajisht dhe në afat të gjatë, e nuk improvizohen !
- 3. PLANIFIKIMI I MARRËDHËNIEVE ME PUBLIKUN Procesi i planifikimit mund të jetë shumë i thjeshtë , poqese problemin e ndajmë në pjesë më të vogla, të cilat janë të zgjidhshme .
- 4.
 - PLANIFIKIMI I MARRËDHËNIEVE ME PUBLIKUN
 - K atër faza kryesore :
 - hulumtim dhe analizë e gjendjeve,
 - planifikim,
 - r ealizim ,
 - evaluim/matje e rezultateve .
- 5. PLANIFIKIMI I MARRËDHËNIEVE ME PUBLIKUN H ulumtimi - Para fillimit të çdo fushate komunikuese , pa marrë parasysh se vetëm i informoni qytetarët për aktivitetet e Komisionit për marrëdhënie ndëretnike, apo dëshironi t'i nxitni të përfshihen në debatet publike për politika të caktuara komunale, ose, ndoshta , t'i informoni për iniciativa dhe mendime që janë parashtruar te këshilli komunal , duhet të njoftoheni sa më shumë që është e mundur me situatën përreth, por edhe për gjendjen brenda në komunë .
- 6.
 - PLANIFIKIMI I MARRËDHËNIEVE ME PUBLIKUN
 - H ulumtimi
 - Çfarë pasqyre kanë qytetarët momentalisht për Komisionin për marrëdhënie ndëretnike ?
 - Sa është popullariteti i Komisionit ?
 - Çka mendon publiku për marrëdhëniet ndërmjet Komisionit dhe këshillit komunal?
 - Cilëve ndikime u ndështrohet publiku i cili është qëllimi ynë ?
 - Cilat janë shprehitë e qytetarëve ?
- 7.
 - PLANIFIKIMI I MARRËDHËNIEVE ME PUBLIKUN
 - H ulumtimi
 - Tema për të cilën komunikojmë a është prioritet për komunën dhe qytetarët ?
 - Me çfarë mjetesh komunikuese disponojmë ?
 - A zhvillohet rrjedha e informatave ndërmjet Komisionit dhe këshillit komunal pa pengesa ?
 - A kemi resurse të mjaftueshme njerëzore dhe mjete të mjaftueshme financiare ?
 - Si është bashkëpunimi me mediumet në komunë ?
- 8. PLANIFIKIMI I MARRËDHËNIEVE ME PUBLIKUN PEST është akronim për analizë politike, ekonomike, sociologjike dhe teknologjike të gjendjeve në mjedisin përreth . Kjo analizë jep pasqyrë të gjendjes momentale politike, ndikimit të legjislacionit mbi komunitetin lokal, gjendjes ekonomike në të cilën gjenden qytetarët dhe bizneset

lokale, numrin e të punësuarve/ të papunëve, ambientin sociologjik dhe demografik të komunës, qëndrimet e pranuar nga të gjithë qytetarët, nivelin e arsimimit, stilin e të jetuarit, shfrytëzimin e teknologjive të reja, investimet në teknologji ...

- **9. PLANIFIKIMI I MARRËDHËNIEVE ME PUBLIKUN SWOT** është akronim për fjalët angleze Strength – anët e forta të Komisionit , Weaknesses – dobësitë e Komisionit , Opportunities – mundësitë që vijnë nga jashtë dhe Threats – kërcënimet që vijnë nga ambienti i jashtëm . Kjo analizë jep pasqyrë të kapaciteteve me të cilat tashmë disponon Komisioni, ç’është ajo në të cilën duhet të investohet më tepër, cila është infrastruktura e brendshme dhe e jashtme e komunës, pasqyrë të gjendjeve në komunitetin lokal të cilat mund të shfrytëzohen për realizim të qëllimeve , si dhe pasqyrë të kërcënimeve dhe të pengesave në realizimin e qëllimeve të Komisionit.
- **10. Planifikimi** - Në këtë fazë definohe në mënyrë precize dhe përzgjidhen të gjitha elementet e komunikimit . **PLANIFIKIMI I MARRËDHËNIEVE ME PUBLIKUN**
- **11.**
 - Planifikimi
 - Pse komunikojmë dhe çka dëshirojmë të arrijmë ? »» Cilat janë qëllimet tona komunikuese ?
 - Me kë do të komunikojmë ? »» Cili është publiku që e kemi për qëllim ?
 - Çka dëshirojmë të themi ? »» Cilat janë porositë të cilat dëshirojmë t’i përcjellim ?
 - Si do ta themi atë ? »» Cilat metoda dhe vegla do t’i përdorim që porosia të arrijë te publiku ?

PLANIFIKIMI I MARRËDHËNIEVE ME PUBLIKUN

- **12.**
 - Planifikimi
 - Kur do të komunikojmë ? »» Me çfarë dinamike dhe në çfarë kornize kohore do t’i drejtohem publikut ?
 - Si do ta kuptojmë se vendimet a janë të drejta ? »» Si do ta vlerësojmë punën tonë ?
 - Me çfarë mjetesh financiare disponojmë ? »» Buxheti .

PLANIFIKIMI I MARRËDHËNIEVE ME PUBLIKUN

- **13. Realizimi** - Faza e realizimit e përfshin realizimin e planit komunikues dhe përcjelljen sistematike të plotësisimit të hapave dhe të rezultateve . **PLANIFIKIMI I MARRËDHËNIEVE ME PUBLIKUN**
- **14. Realizimi PLANIFIKIMI I MARRËDHËNIEVE ME PUBLIKUN PUBLIKU**
AKTIVITETI janar 2011 shkurt 2011 mars 2011 prill 2011 maj 2011 anëtarët takime këshilltarët letra Takime publiku me ndikim takime mediumet konferenca për shtyp
brifingje njoftime pjesëmarrje në emisione televizive
qytetarët fletushka ueb-faqja e komunës
- **15. Vlerësimi** - Kur e analizoni punën e kryer, duhet në mënyrë ta paanshme ta vlerësoni formën dhe mënyrën e përzgjedhur të komunikimit , suksesin e realizimit të

procesit, rezultatet e arritura dhe ndikimin mbi publikun që e keni për qëllim.

PLANIFIKIMI I MARRËDHËNIEVE ME PUBLIKUN

- 16. PLANIFIKIMI I MARRËDHËNIEVE ME PUBLIKUN V ler ë simi MATJA E REZULTATEVE
 - NIVELI 1
 - A arrin informata në kohë deri te i gjithë publiku që e keni për qëllim ?
 - Cilat janë përshtypjet ?
 - A jeni të kënaqur nga mbulimi medial ?
 - NIVELI 2
 - A e mbajtën mend qytetarët porosinë ?
 - Si reagues qytetarët , organizatat joqeveritare dhe mediumet ?
 - A e kuptoi në tërësi porosinë, publiku që e keni për qëllim ?
 - NIVELI 3
 - A ka ndryshime në sjelljen e qytetarëve ?
 - A e ndryshoi qëndrimin publiku që e keni për qëllim ?
 - A e ndryshuan mendimin qytetarët ?