

STRONGER
OTS

UNIE RODIČŮ
Od nového webu
k novému hlasu



Unie rodičů

je síť rodičů a rodičovských spolků, kteří chtějí být partnery škol. Hledají cesty ke spolupráci, povzbuzují rodiče i školy ke vzájemné komunikaci a snaží se zapojit více rodičů do dění ve školách. Spolek nabízí informace, příklady dobré praxe i praktické nástroje.

Na začátku projektu Unie rodičů stálo technické zadání: vylepšit webové stránky. S podporou mentorky programu Stronger Roots ale organizace provedla důkladnou analýzu, proč a ke komu mluví, a využila strategickou příležitost k redefinici vlastní identity, poslání a vztahů s cílovými skupinami. I díky tomu se organizace od lokální iniciativy posunula k respektovanému hráči v oblasti spolupráce mezi rodiči a školami.



Proč to nešlo udělat „jen tak“

Unie rodičů chtěla nový web. Starý byl nepřehledný, nejednoznačný a mátl čtenáře. Někdy mluvil k rodičům, jindy ke školám, někdy přebíral cizí obsah, jindy informoval o vlastních akcích organizace. Stejně tak se Unii nedařilo oslovovat, zaujmout a udržet si příznivce. Organizace se chtěla rozšířit napříč republikou a vytvořit síť i mimo Kutnohorsko, propojovat školy s rodiči a zároveň je vzdělávat, sbírat podněty a témata a přenášet je do odborného vzdělávacího sektoru.

Původně se zdálo, že postačí nový design, lepší struktura a technická úprava webu. Jenže už v prvních týdnech se ukázalo, že technické řešení nebude stačit. Nejdříve bylo třeba začít u základních otázek typu kdo jsme, ke komu mluvíme, co vlastně chceme říkat a proč. S podporou mentorky Daniely Velové proto Unie rodičů prošla důkladnou reflexí identity a cílových sku-

pin. Vytvořené narativy zástupkyně organizace delší dobu testovaly a postupně ladily jazyk a tonalitu. Nebály se jít s kůží na trh, vystupovat na konferencích, oslovovat partnery a říkat si o zpětnou vazbu.

Výsledkem je nový web, který jasně představuje cíle organizace, její aktivity, služby a cesty pro rodiče i školy, jak se zapojit. Rodiče na něm najdou konkrétní materiály, které dokáží pomoci v nastavení spolupráce se školami a blog, který ukazuje inspirační příběhy dobré praxe.

Na webu je také mapa záznamů z míst, jež popisují příklady zajímavé spolupráce z pohledu rodičů či škol. Tento sběr inspirace se ukázal jako výrazně náročnější, než tým původně očekával. Přestože měli online dotazník a šířili jej přes web, letáky i Facebook, lidé na něj téměř nereagovali.



„Překvapilo nás, jak náročný je proces zveřejnění příběhu, včetně odsouhlasení fotografií a textů. Musíme být velmi ohleduplní, abychom nezveřejnili něco, co může rodiče nebo školy vzájemně ranit. Debata o tom co zveřejnit je velmi dlouhá. Na počátku je nutné navázat skrze opakovaná osobní setkání dobré vztahy.“

– Jana Neumajerová

Vztahová témata se totiž těžko popisují digitálně. Proto tým organizace přistoupil ke sběru příběhů formou osobních schůzek, což je mnohem náročnější, ale důvě-

ryhodnější cesta. Příběhy které jsou nosné, vznikají v rozhovorech, v opakovaných setkáních a v citlivém naslouchání.

Když organizace mluví jinak

Unie rodičů dnes komunikuje jasně, přívětivě a s důrazem na to, co se daří. Komunikace je konkrétní a podpůrná, pomáhá školám i rodičům překonávat nedůvěru a obavy. Informace se hlavně soustředí na to, co se daří a ne naopak. Taková tonalita je obzvláště důležitá u škol, které cítí obavy a rizika ohledně přizvání rodičů ke spolupráci. Když organizace mluví o „nastavení

komunikace“ mezi školami a rodiči, poskytuje i praktické nástroje, jako je komunikační strom, checklisty, schody zapojení, nebo šablony manuálů pro rodiče. „Když je na webu konkrétní návod, je to mnohem lépe uchopitelné,“ říká Angelika Gergelová.



Unie rodičů také investovala nižší stovky korun do propagace a placené reklamy, díky které se jim podařilo zvýšit dosah. Dobrovolnický režim už nestačil a profesionalizace přinesla potřebnou kapacitu pro

Shrnutí a podtrženo

Pokud plánujete změnu v komunikaci, začněte u vize a identity. Nový web nebo nový newsletter nejsou jen „výstupy“. Jsou zrcadlem toho, jak organizace chápe samu sebe a jak chce působit na svět. Co chcete říct, komu a s jakým záměrem? Pokud se změní toto porozumění, změní se i váš ohlas a efekt komunikačních kanálů. Celý proces může mít na začátku díky své kom-

Tip pro vás!

Unie rodičů se nový web rozhodla udělat skrze Solidpixels – produkt českých vývojářů s velmi přizpůsobivými šablonami. Zatímco u samostatného postavení webu

další rozvoj. Unie proto přijala čtyři nové kolegyně na komunikaci, PR, vzdělávání a díky tomu jsou procesy a zodpovědnosti v organizaci nyní jasně rozdělené.

plexnosti až paralyzující efekt. Je proto důležité si ho rozdělit do více kroků, kterými se budete řídit. Nebojte se přizvat odborníka zvenčí, protože externí a především expertní pohled dokáže otevřít nové obzory. Zkuste věci nanečisto. Testujte jazyk a formáty, které sedí právě vám. A nebojte se zpětné vazby.

byly odhadované náklady okolo 200 000 korun, využití Solidpixels znamenalo náklady čtvrtinové.

ČÍM MŮŽETE ZAČÍT?

1. Technické zadání může skrývat hlubší potřebu – chtít „nový web“ často znamená, že organizace potřebuje zrevidovat, kdo je, co říká a komu to říká.
2. Reflexe identity a cílových skupin je nutná ještě před samotnou tvorbou obsahu nebo designu.
3. Sbírání vztahových příběhů vyžaduje osobní kontakt – formuláře nestačí, zvláště pokud jde o citlivá nebo emocionálně nabitá témata (například školství, rodičovství).
4. Investice do profesionálního týmu a cílené komunikace se vyplatí – i s omezeným rozpočtem lze efektivně pracovat, pokud je strategie promyšlená.
5. Testování a iterace jazyka zvyšuje důvěryhodnost i srozumitelnost komunikace.

STRONGER ROOTS

Tato případová studie vznikla v rámci programu Stronger Roots, který financuje Evropská unie. Za názory vyjádřené v tomto článku odpovídají výlučně autoři, článek nutně nereprezentuje názory Evropské unie. Za využití informací nenesou ani Evropská unie, ani dárce grantu odpovědnost.

Cílem programu Stronger Roots je zvýšit odolnost organizací občanské společnosti a jejich sítí, posílit jejich sociální kapitál a začlenit je do komunit a společností, v nichž působí. Realizují jej Nadace Open Society Fund Praha, Nadace NIOK, Nadace Open Society Foundation Bratislava a Glopolis.