



REPUBLIKA E MAQEDONISË SË VERIUT
ENTI SHTETËROR I STATISTIKËS

Strategjia e komunikimit

Hyrje

Strategjia e komunikimit përmban parimet kryesore të komunikimit me publikun. I përshkruan qëllimet dhe prioritetet e komunikimit, si dhe kanalet e komunikimit.

Target grupet janë të përshkruara në raport me nivelin e njohurive dhe si ata i përdorin statistikat.

Përmbajtja e strategjisë së komunikimit është e harmonizuar me qëllimet strategjike të ESHS, të cilat janë:

- Integrimi i sistemit kombëtar statistikor të Maqedonisë në ESS
- Forcimi i mjedisit institucional dhe infrastrukturës statistikore
- Krijimi i partneriteteve strategjike
- Menaxhimi i cilësisë

Objektivi i Strategjisë së komunikimit

Kjo strategji e përcakton kornizën e përgjithshme të komunikimit të jashtëm. Qëllimi i strategjisë është të jetë mjet dhe mbështetje për definim strategjik të komunikimit të Entit ndaj target grupeve të ndryshme.

Strategjia deklaron përcaktimet e Entit për vlerat strategjike të komunikimit të jashtëm, e cila do të realizohen më tej me planet e veprimit në kuadër të fushatave apo aktiviteteve konkrete. Target grupet dhe përzgjedhja e kanaleve specifike duhet të specifikohen në lidhje me ato aktivitete.

Vizioni

Vizioni ynë është të arrijmë në nivel të lartë të ndërgjegjësimit të publikut për rëndësinë e statistikave zyrtare dhe rritjen e numrit të përdoruesve të të dhënave statistikore zyrtare.

Misioni

Misioni ynë për të arritur vizionin është që t'i ofrojmë publikut produkte statistikore që do të jenë lehtë të arritshme, cilësore, në kohë dhe të krahasueshme ndërkombëtarisht dhe të cilat do të plotësojnë nevojat e përdoruesve.

Prioritetet

Realizimi i prioriteteve të përcaktuara nga kjo Strategji do të jep efekte në një kohë afatshkurtër, por në kohë afatgjate do të kontribuojë në ndryshimin e imazhit të Entit shtetëror të statistikës si një institucion profesionalisht i pavarur dhe i besuar ku interesi i përdoruesit është në rend të parë, dhe gjithë kjo do të arrihet nëpërmjet:

- Bashkëpunim proaktiv, dialog dhe ndërveprim me përdoruesit për të kuptuar nevojat e tyre dhe për të gjetur mënyra për t'i përmbushur ato nevoja.
- Krijimi i një pasqyre të qartë dhe transparente për Entin shtetëror të statistikës dhe Sistemin Kombëtar të Statistikës duke promovuar vazhdimisht rëndësinë e statistikave zyrtare, e gjithë kjo nëpërmjet pranisë së rregullt publike, duke tërhequr vëmendjen e përdoruesve të rregullt dhe potencial me një ofertë interesante të produkteve statistikore të cilat do të jenë në hap me trendet dhe kushtet e reja të jetesës.
- Përmirësimi i desiminimit të të dhënave duke përdorur mjete moderne dixhitale dhe komunikim të produkteve statistikore “të paketuara” sipas nevojave të target grupeve të ndryshme.

Target grupet

Target grupet përcaktohen sipas nivelit të njohurive dhe interesit për statistikat. Aktivitetet e komunikimit duhet të jenë relevante për target grupin e zgjedhur, nivelin e njohurive dhe nevojave të tyre.

Kjo mënyrë e kategorizimit të target grupeve mundëson krijimin e një qasjeje përkatëse dhe aktivitetet komunikuese që synojnë pikërisht një target grup të veçantë.

Përfitimet nga strukturimet e tilla të target grupeve do të reflektohen, para së gjithash, në rritjen e interesit për përdorimin e statistikave zyrtare, por edhe në rritjen e numrit të përdoruesve.

Niveli i interesit/njohurive statistikore: I ulët

Përdorues papërvojë, asnjëherë ose rrallë përdor statistika.

Shembuj përdoruesish: persona privatë.

Niveli i interesit/njohurive statistikore: I mesëm

Ka përvojë në përdorimin e të dhënave statistikore dhe ka interes për zhvillimet sociale në përgjithësi dhe/ose në tema të caktuara (financa, migrim, bujqësi, etj.).

Shembuj përdoruesish: media, organizata joqeveritare (OJQ), studentë.

Niveli i interesit/njohurive statistikore: I lartë

Ka një interes të madh për të dhënat statistikore dhe përdor statistikat në punën e tij.

Shembuj përdoruesish: sektori afarist, agjencitë qeveritare, akademia/hulumtuesit, partnerët e NSS, analistët, institucionet ndërkombëtare.

Kanalet

Kanalet e komunikimit përdoren për të shpërndarë dhe promovuar statistika zyrtare. Ato përzgjidhen me kujdes, në varësi të efikasitetit dhe potencialit të tyre për të arritur te target grupi.

Kanalet për komunikimi të jashtëm:

- Faqja e internetit
- Makstat baza
- Mediat sociale
- Punëtori / seminare / konferenca për shtyp
- Posta elektronike (buletine, lajme etj.)

Monitorimi dhe vlerësimi

Monitorimi dhe evaulimi janë të rëndësishme për tu zhvilluar mënyrat efektive të komunikimit në bazë afatgjate. Evaulimi duhet të merret parasysh në çdo aktivitet komunikimi dhe mund të përfshijë monitorimin e medias dhe opinionin publik, reagimet dhe ndërveprimet në mediat sociale dhe nëpërmjet dialogut me target grupet dhe përdoruesit relevant.

Rreziqet

Përkushtimi i pamjaftueshëm dhe të kuptuarit e rëndësisë së komunikimit paraqet rrezik themelor për zbatimin aktiv dhe të suksesshëm të Strategjisë së komunikimit të Entit shtetëror të statistikës.

Mungesa e burimeve njerëzore të kualifikuar përbën gjithashtu një rrezik të madh për arritjen e synimeve dhe prioriteteve të kësaj Strategjie.