

BOSNA I HERCEGOVINA
FEDERACIJA BOSNE I HERCEGOVINE
VLADA
URED ZA ODNOSE S JAVNOŠĆU

PRIJEDLOG
(bosanski jezik)

**PLAN KOMUNIKACIJE
VLADE FEDERACIJE
BOSNE I HERCEGOVINE
2012. –2014. GODINA**

Sarajevo, mart 2012.

SADRŽAJ	
UVOD.....	3
PRINCIPI STRATEŠKOG KOMUNICIRANJA S JAVNOŠĆU.....	3
KOMUNIKACIJSKI CILJEVI.....	4
Interni ciljevi.....	4
Eksterni ciljevi.....	4
CILJNE GRUPE.....	5
Eksterne ciljne grupe i kanali komuniciranja.....	5
Prva i osnovna eksterna ciljna grupa.....	5
Druga ciljna grupa.....	5
Treća ciljna grupa.....	6
Četvrta ciljna grupa.....	6
Interne ciljne grupe i kanali komuniciranja.....	6
Prva interna ciljna grupa.....	6
Druga interna ciljna grupa.....	7
STRUKTURA IMPLEMENTACIJE.....	7
Prva grupa.....	7
Druga grupa.....	7
Treća grupa.....	7
Četvrta grupa.....	8
OSNOVNE PORUKE.....	8
KRIZNO KOMUNICIRANJE.....	9
Reagovanje u kriznim situacijama.....	9
EVAULACIJA.....	10
Kvalitativna analiza.....	10
Kvantativna analiza.....	10
BUDŽET.....	11

1. UVOD

Vlada Federacije BiH utvrdila je svoj Program rada za mandatni period 2011.-2014. godina, kao i Program rada za 2012. godinu, a oba dokumenta su donesena u skladu s Poslovnikom o radu Vlade FBiH i Uredbom o procesu strateškog planiranja. Uredbom, koja je nastala kao rezultat provođenja projekta UNDP-ija „Jačanje kapaciteta za strateško planiranje i jačanje kapaciteta javnih politika“ (SPPD), definišu se obaveze svih federalnih ministarstava da donose trogodišnje i godišnje planove rada, kao i godišnje izvještaje o radu.

Polazeći od navedenog, Ured Vlade FBiH za odnose s javnošću sačinio je Plan komunikacije Vlade FBiH za period od 2012. do 2014. godine.

Riječ je o strateškom dokumentu, kojim se definiraju kratkoročni i srednjoročni komunikacijski ciljevi, ciljne grupe, komunikacijski kanali, osnovne poruke i analiza učinaka. Također, definirana je uloga Ureda Vlade FBiH za odnose s javnošću FBiH i drugih službi za odnose sa javnošću u strukturi federalnih ministarstava i drugih federalnih institucija.

Izrada Plana komunikacije proizašla je iz opredjeljenja Vlade Federacije BiH da se unaprijedi transparentnost u radu njenih organa i politička i društvena odgovornost u institucionalnom odlučivanju, uključujući i odgovorno upravljanje javnim dobrima. Namjera je da se u dvosmjernoj komunikaciji s građanima FBiH izgradi podrška javnosti njenim aktivnostima, uključujući i podršku za realizaciju strateških projekata razvoja Vlade FBiH.

Izradu ovakvog Plana podrazumijevaju proces reforme javne uprave u BiH i proces evropskih integracija. Ovaj Plan zasnovan je na strateškim ciljevima proisteklim iz Strategije reforme javne uprave, te Revidiranog Akcionog plana 1, usvojenog od Vlade FBiH u 2011. Godini. Primjenom ovog Plana, Ured za odnose s javnošću, kao i druge institucije Vlade FBiH (ministarstva i drugi organi uprave) ispunjavaju ciljeve iz Revidiranog Akcionog plana 1 Strategije reforme javne uprave u BiH, te kroz planiranje i provedbu mjera Akcionog plana komunikacije operativno provode aktivnosti definisane u reformskoj oblasti Institucionalna komunikacija.

Plan komunikacije Vlade Federacije BiH je srednjoročnog karaktera i odnosi se na vremenski period od 4 do 5 godina, nakon čega je planirano prvo revidiranje. Sastavni dio ovog dokumenta su komunikacijski akcioni planovi, koji se definiraju i usvajaju na kraju svake godine za predstojeći period i koji predstavljaju osnovu za komunikacijsko i budžetsko planiranje. Akcioni planovi će, također, omogućiti mjerenje i analizu učinkovitosti realizacije postavljenih ciljeva, što će biti izraženo kroz završne izvještaje za proteklu godinu.

Ured Vlade FBiH za odnose s javnošću je nosilac komunikacijskih aktivnosti, što podrazumijeva kontinuiranu podršku Vlade FBiH. Konačno, zbog strukture same Vlade, predviđena je obavezna koordinacija sa službama za informiranje u ministarstvima i drugim organima na nivou FBiH.

2. PRINCIPI STRATEŠKOG KOMUNICIRANJA S JAVNOŠĆU

Prilikom provedbe Plana komunikacije, Ured za odnose s javnošću i druge odgovorne službe za odnose sa javnošću se rukovode odgovarajućim principima u svom radu.

Prije svega, strukture za implementaciju Plana komunikacije pokrivaju institucionalnu komunikaciju iz onih oblasti za koje je Vlada FBiH odgovorna i nadležna.

U komunikaciji se garantira objektivnost i relevantnost u odnosu na izvor informacija. Ured za odnose s javnošću i službe za odnose sa javnošću su uvijek dostupne za javnost, pogotovo za medije. Plan komunikacije, uključujući i projekte iz godišnjih akcionih planova, isključuje stranačke i političke sadržaje. Politički komentari su mogući od strane političkih glasnogovornika ili predstavnika izvršne vlasti, što nije obuhvaćeno ovim dokumentom.

U izgradnji odnosa sa medijima se izbjegava personalizacija pitanja ili problema.

Konačno, Ured za odnose s javnošću se u svojim aktivnostima rukovodi principima

ekonomičnosti i transparentnosti. Planiranje budžeta se realizira u skladu s trezorskim poslovanjem.

Principi strateškog komuniciranja
1. Relevantnost u odnosu na odgovornosti i nadležnosti Vlade FBiH
2. Objektivnost i relevantnost u odnosu na izvor informacije
3. Odsustvo stranačkih ili političkih sadržaja, odgovornost za institucionalnu komunikaciju
4. Permanentna dostupnost javnosti, dostupnost medijima izvan radnog vremena
5. Izbjegavanje personalizacije pitanja ili problema
6. Ekonomičnost i transparentnost
7. Trezorsko poslovanje

3. KOMUNIKACIJSKI CILJEVI

Komunikacijski ciljevi se dijele na opće (srednjoročne) i specifične (kratkoročne), odnosno na eksterne i interne.

Dok su opći ciljevi strateška opredjeljenja institucija vlasti u FBiH, specifični ciljevi su više mjerljivi od ostalih, te predstavljaju osnovu za evaluaciju stepena realizacije Plana komunikacije.

Opći ciljevi su:

1. Unapređenje transparentnosti u radu organa FBiH
2. Jačanje političke i društvene odgovornosti u institucionalnom odlučivanju
3. Jačanje podrške javnosti za ukupne aktivnosti Vlade FBiH
4. Jačanje podrške javnosti za realizaciju strateških projekata razvoja Vlade FBiH
5. Jačanje podrške javnosti za realizaciju reformskih pravaca Vlade FBiH

Radi realizacije općih ciljeva, Plan komunikacije definira specifične ciljeve koji mogu biti eksterni i interni.

Interni ciljevi

1. Učiniti Intranet Vlade FBiH operativnim
2. Učiniti dostupnim usvojene principe i standarde u cilju osiguranja dostupnosti i upravljanja informacijama i događajima vezanim za poslove komuniciranja
3. Unaprijediti potpunost polica za informiranje u institucijama FBiH
4. Uspostaviti e-mail <i>networking</i> svih ureda za odnose sa javnošću unutar FBiH, uključujući i širi e-mail <i>networking</i> ureda za odnose sa javnošću u BiH
5. Uspostaviti bazu podataka institucija u BiH koje će primati publikacije (štampane ili elektronske) u izdanju Vlade FBiH
6. Obaviti najmanje jedan stručni trening za uposlene iz oblasti odnosa sa javnošću u toku svake godine
7. Unaprijediti koordinaciju između Ureda Vlade FBiH za odnose s javnošću i službi za odnose sa javnošću u institucijama FBiH

Eksterni ciljevi

1. Povećati stepen povjerenja građana u rad Vlade FBiH
2. Povećati procenat građana FBiH koji se smatraju dobro informiranim o radu Vlade FBiH
3. Povećati stepen primjene Zakona o slobodi pristupa informacijama
4. Održati jednu godišnju konferenciju za medije, na najvišem nivou, o postignutim rezultatima u FBiH u protekloj godini

5. Održati tri kvartalne konferencije za medije, na najvišem nivou, o stanju privrede u FBiH (nivo industrijske proizvodnje, bruto društveni proizvod, nezaposlenost, investicije, tekući račun, itd.)
6. Pripremiti i realizirati najmanje dvije tematske promotivne kampanje (naprimjer: reforma poreskog sektora, reforma javne uprave, strateški investicioni projekti, itd.)
7. Smanjiti negativan publicitet medija povećanim proaktivnim i smanjenim reaktivnim nastupima Ureda Vlade FBiH za odnose s javnošću i nosilaca vlasti u FBiH za 10% (u odnosu na podatke iz kvantitativne analize medijskog monitoringa)
8. Unaprijediti izdavačku djelatnost (Ured za odnose s javnošću FBiH do sada nije prakticirao izdavanje elektronskog i štampanog biltena ili drugih izdanja)
9. Unaprijediti saradnju sa zainteresiranom javnošću (nevladin sektor, stručna javnost, akademska zajednica) povećanim stepenom direktne i indirektne komunikacije
10. Unaprijediti saradnju sa predstavnicima međunarodne zajednice povećanim stepenom direktne i indirektne komunikacije sa njihovim službama za odnose sa javnošću, uključujući i redovnu komunikaciju premijera, zamjenika i resornih ministara Vlade FBiH sa predstavnicima međunarodne zajednice
11. Pojačati interaktivnost postojeće web stranice Vlade FBiH anketnim pitanjima za građane i, obratno, odgovorima na pitanja građana putem e-maila i web komunikacije

Realizacija postavljenih ciljeva je detaljno razrađena u godišnjim komunikacijskim akcionim planovima. Evaluacijom konkretnih komunikacijskih projekata iz akcionih planova omogućava se izrada analize učinkovitosti Ureda za odnose s javnošću. Izvještaj o analizi učinkovitosti predstavlja sastavni dokument koji se odnosi na implementaciju Plana komunikacija.

4. CILJNE GRUPE

Osim opće javnosti, u koju spadaju svi građani FBiH, za realizaciju Plana komunikacije Vlade FBiH i pripremu godišnjih komunikacijskih planova određene su primarne ciljne grupe. Primarne ciljne grupe se dijele na eksterne i interne.

Eksterne ciljne grupe i kanali komuniciranja

Prva i osnovna eksterna ciljna grupa

Prva i osnovna eksterna ciljna grupa jesu građani **Bosne i Hercegovine i Federacije Bosne i Hercegovine**. Neophodno je svakodnevno informirati građane o aktivnostima i politikama Vlade FBiH, komuniciranjem stvarati svijest da Vlada pripada svim građanima i da je ona njihov servis koji radi u interesu svih.

Druga eksterna ciljna grupa

Druga ciljna grupa jesu **štampani i elektronski mediji u BiH**, gdje spadaju novinari, reporteri, urednici i producenti. Kao sredstvo ili kanal komunikacije, mediji su u pravilu zainteresirani za dnevno-političke informacije. Primjenom Plana komunikacije, Ured za odnose s javnošću planira strateško i proaktivno angažiranje novinara na realizaciji svih pet općih ciljeva i eksternih ciljeva od 1. do 6. tačke. Osim redovnih saopćenja za javnost, najave događaja, izjava službenih osoba (reaktivni pristup), realizacija ciljeva 3, 4 i 5 je planirana isključivo uz profesionalni angažman medija. S obzirom da će pojedini mediji biti kontinuirano zainteresirani za strateške projekte razvoja FBiH i reformske projekte, odnos prema tim temama će biti posebno tretiran u godišnjim komunikacijskim akcionim planovima. Konačno, uz Plan komunikacije Vlade FBiH pripremljena je lista svih lokalnih, regionalnih i nacionalnih (državnih) medija, njihovih

novinara (po tematskim cjelinama) i urednika, sa kontakt telefonima i adresama.

Reaktivni kanali komunikacije za ovu ciljnu grupu su: saopćenja za javnost, najave događaja, konferencije za štampu, izjave za medije. Proaktivni kanali komunikacija su: brifinzi, intervjui, javne informativne kampanje, specijalizirane publikacije, radne posjete, tematski okrugli stolovi, dan otvorenih vrata, oglašavanje i marketing, web prezentacija, e-mail umrežavanje i javne prezentacije.

Treća eksterna ciljna grupa

Treća eksterna ciljna grupa su **kreatori javnog mnijenja, u koje spadaju: nevladin sektor, poslovna i akademska zajednica**. Nevladin sektor kao ciljna grupa se dijeli u četiri podgrupe: sindikalna udruženja, stradalnici rata i socijalne kategorije, poslovna udruženja¹ i udruženja koja zagovaraju evropski put BiH². Ured za odnose s javnošću planira proaktivni pristup sa ove četiri grupe nevladinog sektora na realizaciji svih općih ciljeva i oredenih eksternih ciljeva. Svaka od podgrupa se tretira na poseban način, a što je izraženo projektima iz godišnjih komunikacijskih akcionih planova.

Kanali komunikacije za ovu ciljnu grupu su: elektronski i štampani mediji, brifinzi, javne informativne kampanje, specijalizirane publikacije, radne posjete, posjete regijama i općinama, zajedničko sponzoriranje i pokroviteljstvo, tematski okrugli stolovi, oglašavanje i marketing, web prezentacije, e-mail umrežavanje, *call* centar za unapređenje slobode pristupa informacijama i javne prezentacije.

Četvrta eksterna ciljna grupa

Četvrta eksterna ciljna grupa su **predstavnici međunarodne zajednice**, koji mogu biti podijeljeni na: organizacije nadležne za proces evropskih integracija³, diplomatsko-konzularna predstavništva, predstavnike donatora i UN agencija⁴. Ured za odnose s javnošću planira proaktivni pristup sa PR službama ovih organizacija na realizaciji svih pet općih ciljeva i eksternog cilja broj 9. Osim razmjene informacija putem e-mail mreže, planirana je i distribucija svih štampanih izdanja Vlade FBiH na adrese svih međunarodnih organizacija u BiH.

Kanali komunikacije za ovu ciljnu grupu su: elektronski i štampani mediji, brifinzi, javne informativne kampanje, specijalizirane publikacije, radne posjete i sastanci, posjete međunarodnim organizacijama, zajedničko sponzoriranje, tematski okrugli stolovi, oglašavanje i marketing, web prezentacije, e-mail umrežavanje i javne prezentacije.

Interne ciljne grupe i kanali komuniciranja

Prva interna ciljna grupa

Prva interna ciljna grupa su **donosioci odluka** (članovi parlamenata na svim upravnim nivoima, Predsjedništva BiH, Vijeća ministara BiH, entitetskih i Vlade Brčko Distrikta BiH, rukovodioci instituta i agencija). Komunikacija sa ovim ciljnim grupama se nastavlja uobičajenim kanalima uz povećanu koordinaciju centralnog ureda za informiranje sa službama za odnose sa

¹ Naprimjer: Udruženje poslodavaca. Udruženje bankara. itd.

² Naprimjer: Evropski pokret BiH, ACIPS. Evropski kulturni centar. itd.

³ Naprimjer: Delegacija Evropske komisije u BiH. EUSR, EUPM, itd.

⁴ Naprimjer: UNDP. UNHCR. OPEC. UNICEF

javnošću pomenutih institucija, a radi realizacije pet općih ciljeva i internih ciljeva 3, 4 i 5.

Ostali kanali komunikacije za ovu ciljnu grupu su: elektronski i štampani mediji, brifinzi, javne informativne kampanje, specijalizirane publikacije, radne posjete i sastanci, tematski okrugli stolovi, oglašavanje i marketing, web prezentacije, e-mail umrežavanje i javne prezentacije.

Druga interna ciljna grupa

Druga interna ciljna grupa su **uredi za odnose sa javnošću** u ministarstvima i agencijama Vlade FBiH, uključujući i PR službe na drugim nivoima.

Kanali komunikacije sa ovim ciljnim grupama su: intranet, e-mail umrežavanje, info police, specijalizirane publikacije, radne posjete i sastanci, tematski okrugli stolovi, redovna obuka i trening, i javne prezentacije.

5. STRUKTURA IMPLEMENTACIJE

Struktura za implementaciju Plana komunikacije Vlade FBiH je podijeljena u četiri grupe.

Prva grupa

Prvu grupu predstavljaju: **premijer FBiH, zamjenici premijera, ministri, kao i rukovodioci vladinih institucija u FBiH**. Njihova osnovna uloga je vezana za mehanizme donošenja odluka, usvajanje Plana komunikacije, godišnjih komunikacijskih akcionih planova, odobravanje odgovarajućeg budžeta za implementaciju Plana, uključujući i aktivnosti iz Plana i akcionih planova koji se direktno odnose na ovu grupu. Njihova uloga je, također, nadzor nad implementacijom komunikacijskih projekata, uključujući i odobravanje izvještaja koji se odnose na implementaciju Plana.

Druga grupa

Drugu grupu predstavlja **Ured za odnose s javnošću**. Njegova osnovna zadaća je koordinacija implementacije Plana komunikacija, planiranje, izrada i izvršenje komunikacijskih akcionih planova, planiranje budžeta uz pomoć i saradnju rukovodećih organa i drugih službi za odnose sa javnošću u strukturi Vlade FBiH, te izvještavanje o postignutim rezultatima. Ured za odnose s javnošću planira i rukovodi sastancima (sistemom koordinacije) s drugim odgovornim službama za odnose sa javnošću u strukturi Vlade FBiH, uključujući i saradnju na drugim nivoima, dijeli odgovornost u oblastima interne komunikacije, odnosa sa medijima, medijskog monitoringa i organizacije javnih kampanja. Zajedno sa drugim službenicima za informiranje⁵, Ured je odgovoran i za provedbu Zakona o slobodi pristupa informacijama. Konačno, njegova je obaveza da osigura koherentnost politike, stavova i aktivnosti Vlade FBiH, s jedne, i prakse odnosa sa javnošću, s druge strane.

Treća grupa

Treću grupu predstavljaju **odgovorne službe (službenici) za odnose sa javnošću** i

⁵ Službenici za informiranje su imenovani i nisu nužno iz službi za odnose sa javnošću.

službenici za informiranje⁶ u drugim ministarstvima i agencijama Vlade FBiH. Odgovorni službenici za odnose sa javnošću su odgovorni za internu komunikaciju unutar svojih ministarstava, odnose sa medijima i medijski monitoring iz svog domena. Službe, također, predlažu komunikacijske projekte iz njihovih resora za godišnje komunikacijske akcijske planove, planiraju budžet za komunikacijske aktivnosti, rade na implementaciji komunikacijskih projekata iz svojih resora u saradnji sa centralnom jedinicom za informiranje. Također, učestvuju i daju svoj doprinos u sistemu koordinacije sa drugim službama za odnose sa javnošću u strukturi Vlade FBiH. Službenici za informiranje su odgovorni isključivo za provedbu Zakona o slobodi pristupa informacijama iz domena svog djelovanja.

Četvrta grupa

Četvrta grupa su **državni službenici na uivou pomoćnika ministra ili na nižim nivoima** koji, uz saglasnost pretpostavljenog i konsultacije profesionalne osobe za odnose s javnošću, prezentiraju javnosti pojedina Vladina rješenja i stavove. Ovi službenici, također, daju svoj doprinos na implementaciji Plana komunikacije na način da učestvuju na nekim od komunikacijih projekata poput javnih događaja, prezentacija, stručnih brifinga i slično.

6. OSNOVNE PORUKE

Osnovne poruke temelje se na programskim dokumentima Vlade FBiH za mandatni period i za 2012. godinu, kao i na dokumentu „Osnove za formiranje vlasti u Federaciji BiH i Platforma zajedničkog nastupa u institucijama BiH u mandatnom periodu 2010.-2014. godina“, koji je bio osnova za formiranje parlamentarne većine. Opći i specifični strateški ciljevi podrazumijevaju afirmaciju i prenošenje većeg broja komunikacijskih poruka koje predstavljaju opća opredjeljenja Vlade FBiH. Njihovo isticanje omogućava veću koherentnost politika, stavova i aktivnosti Vlade FBiH i Plana komunikacije.

Vladavina prava i poštivanje demokratskih načela, transparentnost i javnost
1. Poštivanje demokratskih standarda, vladavine prava, građanskih i vjerskih sloboda, jednakosti i ravnopravnosti naroda i građana, poštivanje ljudskih i individualnih prava.
2. Jačanje mehanizama sigurnosti i zaštite građana, dosljedna i kontinuirana reforma pravosudnog, sigurnosnog i policijskog sistema na principima i standardima evropskih zemalja. Nastavak borbe protiv svih oblika korupcije i kriminala i drugih oblika urušavanja stvarnih društvenih vrijednosti.
3. Nastavak efikasne reforme javne uprave, izgradnja profesionalne, transparentne i odgovorne državne administracije u službi svih građana FBiH.
Ekonomija, finansije i razvoj
1. Izgradnja domaće privrede osposobljene za konkurenciju na unutrašnjem tržištu EU, standardizacija proizvodnje u skladu sa evropskim propisima, jačanje konkurentske spremnosti i kontinuirana briga o povećanju izvoza i supstituciji uvoza.
2. Kontinuirana izgradnja jedinstvenog ekonomskog prostora u BiH, afirmacija BiH kao energetski pouzdanog i infrastrukturno integriranog sistema u evropskom prostoru.
3. Garancija sigurnosti finansijskog sektora u FBiH, transparentno upravljanje i racionalizacija javnih finansija.
4. Afirmativan odnos prema ruralnom razvoju, razvoj poljoprivrede kroz poticaj, nove

⁶ Odgovorni isključivo za provedbu Zakona o slobodi pristupa informacijama.

tehnologije i ulaganja, borba za održivost poljoprivrednog razvoja u ambijentu liberalizacije međunarodne trgovine.
5. Nastavak procesa privatizacije državnih subjekata uz postizanje maksimalnih ekonomskih efekata u zapošljavanju, unapređenju tehnologija i razvoju FBiH. Kontinuirano promoviranje kapitalnih investicija i unapređenje poslovnog ambijenta FBiH.
Socijalne kategorije
1. Kontinuirana briga za korisnike svih socijalnih prava, poboljšanje njihovog položaja u društvu kroz afirmaciju razvojnih projekata i smanjenje ovisnosti. Sistemska briga o korisnicima prava iz odbrambenog rata.
2. Kontinuirana briga za starije generacije, uz omogućavanje njihove egzistencijalne sigurnosti i dostojanstvenog društvenog položaja, kontinuirano unapređenje sistema penzionog i zdravstvenog osiguranja u FBiH.
Obrazovanje, kultura, okoliš
1. Kontinuirana promocija istraživanja i razvoja, afirmacija uloge nauke i novih tehnologija u razvoju FBiH.
2. Nastavak reforme visokog obrazovanja u skladu sa Bolonjskim procesom, podrška institucijama za visoko obrazovanje u osiguranju kvaliteta obrazovanja.
3. Zaštita prirodne i životne sredine kroz projekte očuvanja i promocije ekološke održivosti FBiH.
4. Očuvanje kulturne baštine i autohtono kulturno stvaralaštvo, uz kontinuiranu podršku institucijama iz ove oblasti.

Komunikacija gore spomenutih i drugih poruka bit će realizirana kroz implementaciju komunikacijskih projekata iz godišnjih akcionih planova, koje su zajedno pripremali Ured za odnose s javnošću sa službama za odnose sa javnošću drugih ministarstava u FBiH.

7, KRIZNO KOMUNICIRANJE

Krizno komuniciranje se u teoriji definiše kao komuniciranje između organizacije i njenih javnosti prije, za vrijeme i poslije negativnog događaja. Strategija i taktika u kriznom komuniciranju treba da se odvija tako da se maksimalno smanji šteta po imidž Vlade FBiH, kada se dešavaju objektivne ili subjektivne krizne situacije.

U kriznim situacijama, treba na vrijeme i adekvatno informisati javnost. Kad se javnosti objasne objektivni razlozi (koji su izvan svake razumne sumnje), moguće je izbjeći nekontrolisane radnje (okupljanja, protesti, bojkot, građanska neposlušnost, i sl).

Reagovanje u kriznim situacijama

Aktivnosti kriznog komuniciranja koje je potrebno isplanirati i realizovati da bi se obim i posljedice krize smanjili su:

- One koje se preduzimaju prije krize – strateško planiranje (predviđanje mogućih tipova kriza, pripreme za njih),
- Komunikacione aktivnosti tokom krize (procjena, određivanje ciljeva, javnosti, poruka, alata, komunikacija u prva dva sata i sljedeća 24 sata);
- Aktivnosti nakon krize (analiza i učenje).

Prva grupa nosilaca komuniciranja:
Najviši zvaničnici: predsjednik Vlade, potpredsjednici Vlade i, po potrebi, resorni ministri
Druga grupa nosilaca komuniciranja:

Niži zvaničnici: pomoćnici ministra, savjetnici, službenici za odnose s javnošću

8. EVALUACIJA

Mada je Plan komunikacije Vlade Federacije BiH srednjoročnog karaktera, njena evaluacija se obavlja na godišnjem nivou. Analiza učinkovitosti se obavlja u odnosu na postavljene opće i specifične ciljeve iz prvog dijela Plana, metodom kvalitativnog i kvantitativnog istraživanja.

Kvalitativna analiza

Kvalitativna analiza se obavlja na tri načina. Prvi način je istraživanje javnosti metodom slučajnog uzorka na kraju implementacije godišnjeg komunikacijskog akcionog plana. Ovo istraživanje obavlja firma specijalizirana za pružanje takvih usluga. Stepenn realizacije općih i specifičnih (eksternih) ciljeva se određuje na osnovu uporedne analize podataka novog i prethodnog istraživanja javnosti. Drugi način je analiza sadržaja proizašlih iz medijskog monitoringa, odnos pozitivnih i negativnih medijskih priloga o aktivnostima Vlade FBiH. Konačno, treći pristup je anketiranje korisnika komunikacijskih projekata (info police, okrugli stolovi, promotivne aktivnosti, sugestije građana i anketna pitanja, e-mail i web komunikacija) i obrada tih podataka.

Kvalitativna analiza
1. Istraživanje javnosti metodom slučajnog uzorka
2. Kvalitativna analiza medijskog monitoringa
3. Anketiranje

Kvantitativna analiza

Kvantitativna analiza se obavlja, uglavnom, u Uredu i većim se dijelom odnosi na realizaciju specifičnih (internih) ciljeva. Njena osnova su godišnji akcioni komunikacijski planovi i broj realiziranih komunikacijskih projekata.

Takoder, godišnji medijski monitoring, odnosno broj objavljenih priloga (po temama), odnos pozitivnih i negativnih priloga, omogućava izradu kvantitativne analize. Za ovu svrhu mogu koristiti i podaci o broju distribuiranih saopćenja za javnost, održanih konferencija za štampu, datih intervjua, itd. Kvantitativna analiza se odnosi i na broj realiziranih zahtjeva za slobodu pristupa informacijama.

Konačno, kvantitativna analiza uključuje i sve publikacije u izdanju Vlade FBiH, obim i efekte njihove distribucije.

Kvantitativna analiza
1. Kvantitativna analiza komunikacijskih projekata
2. Kvantitativna analiza medijskog monitoringa
3. Analiza realiziranih zahtjeva za slobodu pristupa informacijama

Kvalitativna i kvantitativna analiza su sastavni dio godišnjeg izvještaja o implementaciji Plana komunikacije Vlade FBiH. Izvještaj priprema Ured za odnose s javnošću, uz pomoć drugih službi za odnose sa javnošću.

Ovi izvještaji se dostavljaju Vladi FBiH na uvid.

9. BUDŽET

Budžet za implementaciju Plana komunikacije Vlade FBiH se definira na godišnjem nivou,

na osnovu trezorskog poslovanja Vlade FBiH i raspoloživosti sredstava. Osim redovnih budžetskih sredstava, koja se odnose na operativne troškove: plate za uposlene državne službenike u centralnoj jedinici za informiranje, potrošni kancelarijski materijal i sredstva za obuku, plate i drugi troškovi za službenike za odnose sa javnošću u ministarstvima Vlade FBiH, potrebno je pristupiti dodatnom budžetskom planiranju, koje se odnosi na troškove implementacije konkretnih komunikacijskih projekata iz godišnjih akcionih planova. Drugi dio budžetskog planiranja ovisi o obimu komunikacijskih aktivnosti, broju projekata i raspoloživim finansijskim sredstvima Vlade FBiH za datu godinu. Kako bi bila osigurana racionalna i efikasna upotreba sredstava za obje namjene, potrebno je da se koordiniranim aktivnostima unutar Vlade FBiH usklađuje komunikacijsko planiranje ministarstava i drugih vladinih institucija.

Svi komunikacijski projekti iz godišnjeg akcionog plana su unaprijed definirani, sa preciznim budžetskim stavkama. Odobrenje komunikacijskog akcionog plana podrazumijeva odobrenje finansijskih sredstava, čime se unapređuje komunikacijsko i budžetsko planiranje Ureda Vlade FBiH za odnose s javnošću. Precizni podaci o ovim stavkama se nalaze u godišnjim akcionim komunikacijskim planovima, što je sastavni dio ove Plana.

Budžet za realizaciju Plana komunikacije predlaže Ured za odnose s javnošću, uz nadzor Vlade FBiH i pomoć drugih jedinica za odnose sa javnošću.