

Sąd w otoczeniu społecznym

Cel

Wsparcie działalności wizerunkowej oraz informacyjnej sądu prowadzonej w ramach aktywności zmierzających do poprawy wizerunku sądu względem interesariuszy w otoczeniu społecznym.

Założenia

1. Podstawowym założeniem praktyki jest teza, że w przestrzeni wymiaru sprawiedliwości w Polsce konieczna jest systematyczna i spójna działalność na rzecz doskonalenia relacji z otoczeniem społecznym, skuteczniejsza komunikacja z obywatelami oraz organizacjami, a także wprowadzanie standardów realizacji zadań publicznych wraz z systemem wskaźników i metod ich pomiaru.
2. Odpowiedni wizerunek i relacje liczące z funkcją systemową, misją oraz zadaniami operacyjnymi nakładanymi na sąd są jednym z kluczowych elementów podnoszących globalną efektywność działalności sądu, jako instytucji publicznej. Przyjęto, że istota praktyki zorientowanej na kształtowanie relacji sądu z otoczeniem społecznym polega na:
 - a) diagnozie aktualnego standardu prowadzonych działań w zakresie kształtowania relacji z otoczeniem społecznym,
 - b) upowszechnieniu wiedzy z zakresu metodyki zarządzania (w tym: planowania, organizowania, wdrażania i kontroli) wizerunkiem i relacjami sądu z otoczeniem, wśród zarządu sądu, kierowników oddziałów, kierowników sekretariatów oraz przewodniczących wydziałów,
 - c) dyskusji w gronie kierownictwa (w formie moderowanych warsztatów) na temat możliwych obszarów eksploatacji działań w obszarze public relations,
 - d) określeniu zbioru haseł i wartości przewodnich składających się na pożądany i spójny obraz sądu - do wykorzystania w działalności promocyjnej i popularyzatorskiej,
 - e) identyfikacji wewnętrznych oraz zewnętrznych grup docelowych działalności PR sądu,
 - f) określeniu optymalnych taktyk i narzędzi z obszaru PR i komunikacji z punktu widzenia specyfiki grup docelowych działalności sądu,
 - g) opracowaniu ramowego harmonogramu strategicznych działań PR sądu w latach 2014 – 2017 z uwzględnieniem specyfiki grup docelowych.

Utworzenie narzędzia

Wdrożenie dobrej praktyki odbywa się w formie projektu. W skład zespołu projektowego pracującego na rzecz wdrożenia dobrej praktyki po stronie Wykonawcy wchodzi:

- Koordynator ds. wdrożeń (menedżer)
- Eksperti ds. wdrożeń (7 ekspertów):
 - Eksperti ds. ZZZ (3 ekspertów),
 - Eksperti ds. komunikacji wewnętrznej (2 ekspertów),
 - Eksperti ds. polityki informacyjnej (2 ekspertów).
- Pracownicy pomocniczy (1 na każdy sąd)

Opis funkcjonowania praktyki

1. Diagnoza aktualnego stanu zaawansowania sądu w zakresie działalności PR w otoczeniu społecznym
2. Wyłonienie kluczowych osób do zespołu ds. dobrej praktyki
3. Analiza interesariuszy (wewnętrznych oraz zewnętrznych grup docelowych) w zakresie działalności sądu w otoczeniu społecznym
4. Określenie optymalnych taktyk i narzędzi z obszaru PR i komunikacji z punktu widzenia specyfiki grup docelowych (interesariuszy) działalności PR sądu.

5. Warsztaty wewnętrzne z zespołem wdrożeniowym (multydyscyplinarny zespół ds. wdrożenia dobrych praktyk) oraz kadrami kierowniczą nt. metodyki zarządzania wizerunkiem i relacjami sądu z otoczeniem społecznym.
6. Uzgodnienie listy inicjatyw z obszaru public relations wraz z ramowym opisem
7. Opracowanie ramowego harmonogramu strategicznych działań PR sądu z uwzględnieniem specyfiki grup docelowych
8. Prezentacje dla grup pracowników gotowych rozwiązań i dystrybucja spośród nich Kodeksu Etyki

Korzyści

1. Poprawa wizerunku i relacji sądu, jako instytucji publicznej wśród interesariuszy wewnętrznych oraz zewnętrznych.
2. Podniesienie wiedzy i świadomości na temat wewnętrznych oraz zewnętrznych grup docelowych interesariuszy w celu optymalnej dywersyfikacji działalności wizerunkowej i relacyjnej sądu z otoczeniem społecznym.
3. Usystematyzowanie podejścia do zarządzania relacjami sądu z otoczeniem społecznym poprzez:
 - a) dobór optymalnych narzędzi z obszaru *public relations* dla poszczególnych grup docelowych,
 - b) uzgodnienie listy inicjatyw z obszaru *public relations* wraz z ramowym opisem,
 - c) przyjęcie harmonogramu inicjatyw składających się na spójny, długofalowy wizerunek sądu w otoczeniu społecznym.

Koszt wdrożenia

Koszt wdrożenia zależy od wybranego stopnia zaawansowania wdrażanego projektu.

Inne konieczne nakłady/czynności

1. Konieczne jest intensywne zaangażowanie w proces wdrażania dobrej praktyki zarówno kadry kierowniczej, jak i pracowników operacyjnych.
2. Zastosowanie systematycznego i konsekwentnego podejścia, wynikającego ze skrupulatnego wdrażania w życie założeń określonej strategii i zasad zarządzania projektowego w obszarze organizacji pracy implikuje konieczność opracowania wytycznych i zasad polityki w ww. zakresie.