

**STRATEGIJA KOMUNIKACIJA SA DIJASPOROM**

**OPĆINE ORAŠJE**

**Rujan 2021.**

SADRŽAJ

[1. UVOD 3](#_Toc82002011)

[2. METODOLOGIJA 3](#_Toc82002012)

[3. OSNOVNE INFORMACIJE O OPĆINI ORAŠJE 4](#_Toc82002013)

[4. NACRT STRATEGIJE KOMUNIKACIJA SA DIJASPOROM 4](#_Toc82002014)

[4.1. O dijaspori 4](#_Toc82002015)

[4.2. Opći cilj strategije komunikacija sa dijasporom 5](#_Toc82002016)

[Specifični ciljevi strategije komunikacija sa dijasporom 5](#_Toc82002017)

[4.3. Pretpostavke i implikacije za strategiju - izazovi 6](#_Toc82002018)

[4.4. Multiplikatorski pristup 7](#_Toc82002019)

[4.5. Ton i poruke 7](#_Toc82002020)

[4.6. Ciljne skupine 7](#_Toc82002021)

[4.7. Komunikacijske poruke 10](#_Toc82002022)

[4.8. Komunikacijski kanali 12](#_Toc82002023)

[4.9. Komunikacijski alati/metode 13](#_Toc82002024)

[4.10. Komunikacijske aktivnosti i budžet 22](#_Toc82002025)

[4.11. Praćenje i vrednovanje Strategije komunikacija sa dijasporom 22](#_Toc82002026)

[5. Plan realizacije Strategije komunikacije sa dijasporom 24](#_Toc82002027)

[Aneks 1. Analiza važeće legislative i relevantne dokumentacije Općine Orašje 29](#_Toc82002028)

[Aneks 2. Rječnik pojmova 31](#_Toc82002029)

# UVOD

U skladu sa Standardiziranom metodologijom za planiranje lokalnog razvoja u BiH (MiPRO), 20 JLS je uz podršku projekta Dijaspora za razvoj-D4D, uključilo dijasporu i razvojne prioritete u vezi sa dijasporom u lokalne strategije razvoja za 20 JLS. U skladu sa ovim procesom, projekt je dobio zahtjeve od osam partnerskih jedinica lokalnih samouprava, među kojima je Općina Orašje, u vezi sa njihovim potrebama za unapređenjem strateškog planiranja i dizajniranja konkretnih aktivnosti usredsređenih na doseg, komunikaciju i suradnju sa dijasporom, uključujući upotrebu elektronskih alata i digitalnih rješenja koja omogućavaju komunikaciju i u uslovima otežane mobilnosti i restrikcija, kao što su trenutni izazovi izazvani pandemijom COVID-19.

U tom cilju, Općina Orašje je podržana u razvoju njihove strategije komunikacija sa dijasporom, koja će uključivati komunikaciju sa članovima dijaspore kroz inovativne pristupe i kanale komunikacije, načine potencijalnog učešća dijaspore u lokalnom razvoju i konkretan plan aktivnosti i mjera za ovu općinu, koja će biti primjenjiva i u okviru kojih će se moći koristiti svi predloženi modeli u cilju unaprijeđenja komunikacija sa dijasporom.

# METODOLOGIJA

Izrada Strategije komunikacija sa dijasporom za Općinu Orašje se, u skladu sa usvojenom metodologijom realizacije, odvijala kroz tri osnovne aktivnosti koje su uključivale sljedeće korake:

* *Analiza važeće legislative i relevantne dokumentacije Općine Orašje* koja je potrebna za daljnji razvoj strategije komunikacija sa dijasporom prema ciljanim nišama i krajnjim korisnicima.
* Izvršena je *analiza i svih digitalnih servisa Općine Orašje* koji se koriste u dosadašnjem radu, sa fokusom na feedback koji ostvaruju sa ciljanim partnerima.
* *Analiza intervjua* - Obavljeni su informativni i radni sastanci u formi intervjua sa relevantnim predstavnicima Općine Orašje sa ciljem prikupljanja informacija o postojećim kanalima i alatima komunikacije koji se koriste (web portal za dijasporu, e- matičar i slično), kapacitetima i potrebama lokalne zajednice za komunikaciju sa dijasporom. Kroz intervjue se nastojao dobiti uvid o vrsti informacija koja se plasira, uključenosti općinskih zaposlenika, vrsti informacija i usluga koje dijaspora traži, te prijedloge o mogućoj nadogradnji, potrebi uključivanja dodatnih službi, kao i načinu promocije postojećih kanala i alata komunikacije, a sve u cilju uspostavljanja dvosmjerne komunikacije sa dijasporom. Intervju je bio metodološki struktuiran na način da je unaprijed pripremljen jednobrazan set pitanja, a zbog epidemiološke situacije je realizovan putem online platforme (Zoom, Microsoft Teams), maila i telefonski.
* *Analiza on-line upitnika/ankete* među predstavnicima dijaspore, u svrhu prikupljanja dodatnih informacija o najefikasnijim metodama, a u vezi sa komunikacijskim potrebama targetiranih ciljnih skupina. Anketa je sadržavala set generalnih pitanja koja se odnose na demografske podatke građana BiH u dijaspori, kao i specifična pitanja u vezi sa postojećom i željenom komunikacijom sa matičnom JLS.

# OSNOVNE INFORMACIJE O OPĆINI ORAŠJE

Općina Orašje nalazi se na sjeveroistoku Bosne i Hercegovine i obuhvaća prostor od 125 km2. Općinu čini 13 (trinaest) naseljenih mjesta od čega je jedno gradsko, a ostala ruralna. Na području općine Orašje lociran je jedan od glavnih graničnih prijelaza Bosne i Hercegovine sa Republikom Hrvatskom i Europom, što je jedna od značajnijih komparativnih prednosti ovog područja.

Osnovne značajke Orašja: općinsko i županijsko središte, obrazovni centar, kulturni centar (galerije, muzeji, knjižnice), duhovni centar (Franjevački samostan Tolisa), zdravstveni centar (razvijena primarna i sekundarna zdravstvena zaštita), sportsko-rekreacijski centar (bazeni, nogometni i teniski tereni), trgovački i uslužni centar (shopping centri i ugostiteljski objekti), industrijski centar (drvna, metalska, poljoprivredno-prehrambena, elektronička industrija), turistički centar, poljoprivreda (voćarstvo, povrtlarstvo, žitarice, ostalo industrijsko bilje), peradarstvo i svinjogojstvo, korparstvo, lov i ribolov, auto-moto sport.

Jedan od glavnih prirodnih resursa na području općine Orašje jest poljoprivredno zemljište i Općina raspolaže sa ukupno 8 000 ha obradivog poljoprivrednog zemljišta. Također, Općina Orašje raspolaže s ukupno 140,50 ha industrijskog zemljišta od čega je 126,57 ha s pripadajućom infrastrukturom, dok 13,93 ha nema potrebnu infrastrukturu. U Općini ulažu posebne napore za stvaranje uvjeta za mogućnost ulaganja u „Poduzetničkoj zoni Dusine“ Orašje.

Prema Popisu stanovništva, kućanstava i stanova u Bosni i Hercegovini iz 2013. godine, Općina Orašje broji 21.584 stanovnika. Procjena je da u dijaspori imaju preko 5.000 ljudi.

# NACRT STRATEGIJE KOMUNIKACIJA SA DIJASPOROM

## O dijaspori

Prema službenim procjenama, oko 2 miliona ljudi porijeklom iz BiH (prva i druga generacija) živi u oko 50 zemalja širom svijeta. Većina zadržava snažne emocionalne, financijske i obiteljske veze sa svojom domovinom, dok su istovremeno dobro integrirani u svojim zemljama domaćinima, s potencijalom i spremnošću za doprinos razvoju BiH. Dijaspora bi mogla imati značajnu ulogu u razvoju, smanjenju siromaštva i ekonomskom rastu u BiH.

Novčane doznake i ostali lični transferi emigranata iz Bosne i Hercegovine čine oko osam posto bruto domaćeg proizvoda (BDP) te zemlje i po tome je na vrhu ljestvice zemalja Europe. Ukoliko se tome dodaju i ostali prihodi koji dolaze iz inostranstva kao što su socijalna primanja poput pen0zija i privremenih prihoda radnika koji stalno žive u BiH, a zarađuju radeći npr. preko interneta u inostranstvu, njihov doprinos BDP-u premašuje 14 posto i dostiže iznos od oko 2,5 milijardi eura godišnje, pokazala je posljednja studija koju je provela Westminsterska fondacija za demokraciju (Westminster Foundation for Democracy - WFD) uz podršku Ambasade Ujedinjene Kraljevine u BiH. Udjel doznaka u ukupnom BDP-u, navodi se, pokazuje i koliko je nizak BDP ove države, odnosno da ekonomija nije razvijena i da u BiH nema dovoljno ekonomske aktivnosti.

Interakcija s bh. dijasporom je sporadična i nestrukturirana, a rijetko ih se uključuje ili konsultira prilikom izrade politika ili procesa donošenja odluka. Dijaspora se često percipira kao „pošiljatelji novca“ (imajući u vidu da doznake iz inostranstva čine 14% BDP-a zemlje). Međutim, ono što često ostaje nedovoljno naglašeno je mnoštvo drugih oblika kroz koje dijaspora pruža dragocjeni doprinos ekonomskom razvoju svoje domovine, poput trgovine i investicija, stvaranja novih radnih mjesta, prijenosa znanja i inovacija, globalne promocije zemlje, itd. Učinkovito angažiranje dijaspore oslanja se na dvosmjernu komunikaciju, a koristi se ostvaruju koordinacijom, kolaboracijom i radom na zajedničkim razvojnim ciljevima. Premda mnogi od ovih potencijala ostaju uglavnom neiskorišteni, dijaspora se smatra jednim od ključnih aktera u bh. razvoju.

Uvrštavanje koncepta migracija i razvoja u relevantne politike, planove i aktivnosti u Bosni i Hercegovini (BiH): Projekat Dijaspora za razvoj (D4D) ima za cilj jačanje uloge bh. dijaspore u razvojnim procesima u BiH.

## Opći cilj strategije komunikacija sa dijasporom

Definirati i uspostaviti kanale/alate komunikacije, te predstaviti aktivnosti Općine Orašje kroz kvalitetnu dvosmjernu komunikaciju sa svim ciljnim skupinama dijaspore radi promocije potencijala u ekonomskom, turističkom, poljoprivrednom i duhovno-vjerskom segmentu.

Specifični ciljevi strategije komunikacija sa dijasporom

Specifični ciljevi strategije komunikacija sa dijasporom trebaju biti polazna osnova predstavnicima Općine Orašje za komunikaciju željenih poruka prema svim ciljnim skupinama dijaspore definiranim ovom Strategijom.

Strategijom komunikacija sa dijasporom se utvrđuju sljedeći specifični ciljevi:

* Pozicioniranje Općine Orašje u javnosti kao pouzdanog partnera i aktivnog subjekta za uspješno investiranje na lokalnom nivou u stočarstvu i poljoprivredi;
* Podizanje razine osviještenosti i razumijevanja dijaspore o nadležnostima, aktivnostima i projektima Općine;
* Unapređenje imidža Općine Orašje kao lokacije poželjne za investiranje od strane dijaspore zbog dobrog strateškog položaja i prirodnih potencijala;
* Promocija potencijala i kapaciteta Općine Orašje kroz usluge turizma, obrazovanja i vjerskog turizma;
* Kontinuirana razmjena informacija koja osigurava koordinaciju i suradnju sa svim ciljnim skupinama o aktivnostima Općine Orašje sa dijasporom;
* Kontinuirana razmjena informacija koja osigurava koordinaciju i suradnju sa međunarodnim organizacijama, nevladinim organizacijama i drugim općinama u pripremi i provedbi zajedničkih aktivnosti sa dijasporom;
* Informiranje medija i opće javnosti o nadležnostima i aktivnostima Općine Orašje na području rada sa dijasporom.

Navedeni ciljevi će se sprovesti kroz ključne komunikacijske aktivnosti:

1. Implementacija svih komunikacijskih alata (Modul za dijasporu, e-Registry, 48 h servis) uspostavljenih u Općini Orašje kroz projekat D4D;
2. Uvođenje i promocija dodatnih komunikacijskih kanala i alata koji su trebaju implementirati u Općini Orašje;
3. Uvođenje dvosmjerne digitalne komunikacije sa dijasporom kroz kreiranje novih kanala komunikacije.

## Pretpostavke i implikacije za strategiju - izazovi

U okviru projekta Dijaspora za razvoj-D4D, općina Orašje je imenovala koordinatora za dijasporu, koji je zaposlen u Službi za razvoj. Jedan od osnovnih izazova za izradu strategije komunikacije jeste koordiniranje adekvatnih ljudskih i materijalnih resursa potrebnih za kvalitetnu komunikaciju sa dijasporom što podrazumijeva određivanje pojedinačnih zaduženja za aktivnosti vezane za saradnju sa dijasporom kako bi za to određeni zaposlenici (npr. za vijesti, povratne informacije za upite o poslovanju i slično) bili u mogućnosti planirati i obavljati te aktivnosti pored obaveza u vezi sa njihovim osnovnim referatima.

Važan izazov koji se naslanja na prethodni jesu i specifična znanja koja zahtijevaju ova radna mjesta, poput poznavanja naprednog nivoa digitalne komunikacije i novih medija, kao i neplanirana sredstva u proračunu za uspostavu digitalnih kanala komunikacije.

Drugi, značajan izazov je svakako i mijenjati dugodišnju neadekvatanu percepciju dijaspore i o dijaspori, o njenoj ulozi i značaju u razvoju lokalne zajednice, kroz unapređenje odnosa i komunikacije sa dijasporom.

## Multiplikatorski pristup

Cijeli komunikacijski program realizacije Strategije treba biti vođen iz Općine Orašje, a potencijalni komunikacijski partneri i akteri se mogu angažirati po potrebi. Zajednički proces kanaliranja poruka za različite ciljne skupine mora biti dobro koordiniran bez miješanja nadležnosti i dupliranja poruka. Ovo je okvir za „multiplikatorski pristup“ koji podrazumijeva da će se komunikacija sa ciljnim skupinama povremeno voditi posredstvom multiplikatora mišljenja, odnosno pojedinaca i organizacija koji predstavljaju pouzdan izvor informacija po određenim pitanjima, koji imaju autoritet u zajednici i čime komunikacijska poruka ostaje konzistentna i usklađena, a istovremeno postiže dodatni kredibilitet.

## Ton i poruke

Cjelokupna komunikacija Općine Orašje se temelji na otvorenom, profesionalnom i pozitivnom predstavljanju aktivnosti Općine Orašje prema dijaspori i široj javnosti komuniciranjem poruke o mogućnosti stvaranja boljeg ekonomskog i životnog ambijenta. Opći ton treba odražavati REALIZAM, OPTIMIZAM, te pozitivan pristup sa sljedećim ključnim riječima:

*Investiranje, ulaganje, dijaspora, lokalna zajednica, žene, vjerski turizam, turizam, prirodna bogatstva, poljoprivreda, stočarstva, zajedništvo, blagostanje, duhovnost, visoki standard života, sigurna zajednica.*

## Ciljne skupine

Komunikacijska strategija, odnosno proces komuniciranja sa ciljnim grupama, se treba temeljiti na pružanju točnih, pozitivnih i blagovremenih informacija i definiranih komunikacijskih poruka. Proces komunikacije se odvija jednostrano kroz pravodobno informiranje javnosti posredstvom raspoloživih medija i kanala komunikacije, te dvostrano – dijalogom sa ciljnim skupinama kroz različite aktivnosti. Pomoću stručno organiziranih aktivnosti Strategije komunikacija sa dijasporom, javnosti će se predočiti sve potrebne informacije, s ciljem stvaranja razumijevanja i stjecanja povjerenja između lokalne zajednice i ciljnih skupina, a što je neophodno za ostvarenje uspješne komunikacije. Provedba Strategije komunikacija sa dijasporom, odnosno kontinuirana suradnja i komunikacija sa ciljnim skupinama omogućit će izravan pristup ključnim učesnicima, a čime će se postaviti temelji učinkovite provedbe Strategije komunikacija sa dijasporom.

Planirane poruke i alati komunikacije će biti usmjerene i prilagođene sljedećim ciljnim skupinama:

-*Interna javnost*

Interna javnost, u ovom slučaju, zaposlenici Općine Orašje (koordinator za dijasporu) i načelnik moraju zajednički djelovati u komunikacijskom smislu i odisati usaglašenim, koherentnim i jasnim stavom. Važno je da se međusobno definiraju poruke i nosioci poruka prema medijima i drugim ciljnim skupinama. Ako interna komunikacija ne bude strateški uspostavljena može doći do djelomične provedbe Strategije komunikacija sa dijasporom.

**-** *Dijaspora*

Osnovna ciljna skupina koja je bitna za izradu strategije komunikacije je **dijaspora**. U cilju ostvarivanja adekvatne komunikacije i postizanja željenog cilja, ova ciljna skupina se može podijeliti na sljedeće ciljne podskupine:

a) Biznis dijaspora – potencijalni investitori

Obzirom da se gospodarstvo općine Orašje bazira na poljoprivredi, stočarstvu i samoodrživom razvoju, te da je trenutno samo jedan projekat investicija iz dijaspore u toku, potrebno je mapirati potencijalne investitore iz dijaspore, te im direktno predstaviti mogućnosti/pogodnosti za investiranje.

Dosadašnja ulaganja u općini Orašje su realizirana tehnikom lobiranja i B2B sastancima, te je potrebno potencijalne investitore informirati o novim kanalima komunikacija za uspostavu suradnje putem predstavljanja uspješih projekata i investitora.

b) Stručna dijaspora – prenos znanja

Stručna dijaspora je izvor znanja, vrijednosti, vještina i informacija koje mogu biti od koristi njihovoj lokalnoj zajednici kroz razmjenu iskustava, ideja, stručnih znanja i ekspertiza stečenih u inozemstvu, a koji su primjenjivi na lokalnom nivou kroz promociju rada visokoškolske ustanove koja postoji u općini Orašje. Kroz Modul za dijasporu Općina Orašje će imati jasan pregled potencijalnih predavača, profesora, interesantnih pojedinaca koji su spremni ponuditi svoje ekspertize i specifična znanja.

c) Nova generacija dijaspore - potencijalni promotori i budući investitori

Ono što je naročito izraženo kod mladih jeste da sve više koriste digitalne alate i društvene mreže u svrhu stvaranja novih savremenih kreativnih rješenja, te na taj način utiču na stvaranje nove kreativne industrije što može biti značajna komparativna prednost koju lokalna zajednica može iskoristiti za promociju i stvaranje novih vrijednosti.

**-** *Međunarodne organizacije*

Imajući u vidu da su međunarodne organizacije i civilni sektor izuzetno aktivni na temu dijaspore i investiranja u BiH, cijenimo da su ključni partner u promociji zajedničkih vrijednosti i dobivanju značajne medijske pažnje. Zaposlenici Općine Orašje zaduženi za suaradnju sa dijasporom trebaju biti u stalnom kontaktu sa međunarodnim organizacijama, te nevladinim organizacijama kako bi obezbijedili informacije o aktuelnim projektima i aktivnostima na ovu temu.

* *Crkva*

Obzirom da je veliki broj humanitarnih akcija i prikupljanja donacija iz dijapore organiziran posredstvom crkve, te da su stanovnici općine Orašje aktivni u vjerskom životu, predlažemo da Općina Orašje razmotri zajedničke aktivnosti komunikacije za postizanje komunikacijskih ciljeva prema dijaspori.

* *Žene*

Ova ciljna grupa je na području Posavine i općine Orašje aktivna u promociji tradicionalnih zanata koji su karakteristični za ovu lokalnu zajednicu. Žene okupljene u udruge, asocijacije, manufakture mogu biti najbolji promotori/kanali/alati za provedbu ciljeva komunikacijske strategije prema ženama u dijaspori, kroz očuvanje tradicionalnih i duhovnih vrijednosti i prijenosa znanja na mlađe generacije.

* *Druge lokalne zajednice*

Druge lokalne zajednice su značajna ciljna skupina za Općinu Orašje zbog razmjene iskustava i znanja te eventualnog zajedničkog učešća na projektima koji se tiču dijaspore.

* *Mediji*

Mediji su glavni izvor informacija i veliki dio aktivnosti strategije komunikacija sa dijasporom će se odvijati posredstvom suradnje sa uredništvima, odnosno novinarima štampanih medija, radio i TV stanica i portala. Također su i kreatori javnog mnijenja koji najbolje i najbrže utiču na stvaranje mišljenja kod javnosti, čime su odnosi sa ovom ciljnom skupinom veoma značajni za uspjeh cijele Strategije komunikacija sa dijasporom.

Osnovni cilj komunikacije sa predstavnicima medija je upoznavanje sa radom i aktivnostima Općine Orašje u suradnji sa dijasporom, te obezbjeđenje njihove podrške za razvoj ovog koncepta u BiH kroz promociju vlastitih kanala komunikacija i lokalnih medija.

Drugi cilj je poticanje interesa i potrebe medija za vijestima iz oblasti investiranja u lokalnu zajednicu. Pored lokalnih medija koji su ključni partner Općine potrebno je razviti suradnju sa kantonalnim, nacionalnim i regionalnim medijima kroz proaktivan pristup i obezbijeđenje interesantnog sadržaja i vijesti.

* *Opća javnost*

Komunikacija sa ovom ciljnom skupinom će se odvijati posredstvom sredstava masovnog komuniciranja, a osnovni cilj komunikacije jeste pružanje pravodobne i tačne informacije o aktivnostima, projektima i radu Općine Orašje na temu dijaspore. Opća javnost je značajna ciljna grupa koja može obezbijediti prenos informacija i komunikacijske poruke do članova dijaspore sa kojima su u kontaktu posredstvom obiteljskih veza, poznanstva i poslovnih odnosa.

## Komunikacijske poruke

Općina Orašje nema zvanični slogan Općine, ali osnovna poruka koja se koristi u komunikacijskim kanalima jeste da je „Kapija BiH“ i „Generator razvoja Posavine“ , te da korištenjem ovih komunikacijskih poruka upućuje i usmjerava sve ciljane javnosti na jedinstven geostrateški položaj koji ova općina ima, a koji implicira mogućnost za razvoj uslova za povećanje životnog standarda s održivim razvojem. Analizirajući ostale komunikacijske poruke Općine Orašje koje su usmjerene prvenstveno na promociju prirodnih resursa, poljoprivrednih i stočarskih potencijala, te poruka koje su usmjerene ka očuvanju tradicije i kulturnog nasljeđa koje ova Općina ima, smatramo da je potrebno komunikacijske poruke poslati kroz isticanje prednosti Općine Orašje, i to:

* Dobre  komunikacijske povezanosti sa svim dijelovima BiH i sa susjednim državama
* Prirodnih resursa - voda, bogato i plodno poljoprivredno zemljište
* Tradicije i povoljnih uslova za razvoj svih privrednih grana
* Turističkih potencijala
* Efikasnu javnu administraciju
* Sigurnog mjesta za ulaganje uz poticanje održivog razvoja kako samih investicija tako i lokalne zajednice
* Projektom za udruživanje biznisa čiji su osnivači žene kroz umrežavanje i otvaranje potencijalnih novih tržišta za daljnji plasman proizvoda.

Predlažemo usvajanje slogana za komunikaciju sa dijasporom „**Vrata Posavine spremna za samoodrživ razvoj**“ kako bi približili i dodatno promovirali mogućnosti za investiranje u općinu Orašje. Ovaj slogan se treba i vizuelno predstaviti i koristiti u svim kanalima komunikacije putem poziva na akciju za:

* umrežavanje i povezivanje
* investiranje
* promociju investicijskih i turističkih potencijala
* transfer znanja i razmjena kreativnih rješenja u cilju jačanja lokalne zajednice.

Slogan se treba primjeniti na sve komunikacijske materijale za dijasporu.

Prema svakoj ciljanoj javnosti odašiljemo specificiranu poruku koja prati opće i specifične komunikacijske ciljeve:

•             Interna javnost

Ključna poruka prema ovoj javnosti je:  *Kontinuiranim ulaganjem u znanje i  razvoj stvaramo povoljne uslove za održive investicije u oblasti poljoprivrede i stočarstva. Otvoreni smo za uspostavu dijaloga sa svim zainteresiranim potencijalnim investitorima iz dijaspore. Unapređenjem trenutnih potencijala i stalnim razvojem novih kroz implementiranje projekata od društveno korisnog značaja za općinu, pružamo mogućnost za otvaranje novih radnih mjesta i priliku za inovativna i kreativna rješenja koja nas povezuju sa ostatkom svijeta. Kreiramo povoljan poslovni ambijent i pružamo podršku kroz efikasnu i efektivnu općinsku administraciju. Sigurna smo općina koja nudi visok standard života.*

•             Dijaspora

Ključna poruka prema ovoj javnosti je: *Umrežavanjem i sinergijskim pristupom osiguravate sebi sigurnog i pouzdanog partnera za dugoročnu i uspješnu suradnju. Putem efikasne općinske administracije zajedno kreiramo uslove i povoljan ambijent za razvoj gospodarstva i poslovne zajednice uz garanciju sigurnosti Vaše investicije iz oblasti poljoprivrede, stočarstva i drugih privrednih sektora baziranih na prirodnim resursima. Naš geostrateški položaj omogućava siguran plasman vaših proizvoda ili poslovnih aktivnosti na teritorij EU.*

•             Međunarodne organizacije

Ključna poruka prema ovoj javnosti je: *Opredjeljenje za aktivno učešće lokalnih vlasti u projekte međunarodnih organizacija radi uspostavljanja institucionalnih mehanizama za razvoj projekata za dijasporu, u skladu sa potencijalima lokalne zajednice. Aktivnim pristupom doprinijeti  implementiranju postojećih i novih alata komunikacije kojima ćemo privući članove zajednice dijaspore za investiranje i sinergijsko djelovanje.*

* Crkva

Ključna poruka prema ovoj javnosti je: *Njegovanjem tradicionalnih vrijednosti i uspostavljanjem partnerskog odnosa zajedno ćemo doprinijeti održavanju duhovnog i vjerskog života zajednice i prenosu univerzalne poruke dobra prema mladim, sa ciljem očuvanja tradicije i kulturnog nasljeđa zajednice.*

* Žene

Ključna poruka prema ovoj javnosti je: *Uspostavljanjem institucionalne podrške tradicionalnim zanatima i razvoju biznisa čiji su pokretači žene osiguravamo povoljne uslove za daljnji razvoj, te plasman proizvoda na inozemna tržišta kroz povezivanje sa ženskim udrugama u dijaspori.* *Na ovaj način se vrši najbolja promocija tradicionalnih vrijednosti u zajednici, ali i izvan granica zemlje.*

•             Druge lokalne zajednice

Ključna poruka prema ovoj javnosti je: *Razmjenom znanja i iskustava prilikom realizacije projekata implementiranih sa članovima dijaspore želimo stvoriti partnerski odnos sa svim lokalnim zajednicama prvenstveno sa područja Posavine, te pozivamo i ostale lokalne zajednice na zajedničku akciju radi povećanja efikasnosti i produktivnosti investicija.*

•             Mediji

Ključna poruka prema ovoj javnosti je: *Dostupni smo za sve informacije o aktivnostima Općine u suradnji sa dijasporom, želimo da budete naš ključni partner za praćenje aktivnosti usmjerenih ka svim ciljanim skupinama, iskazujemo spremnost da budemo vaš prvi izvor informisanja i pružanja blagovremenih i tačnih informacija o svim aktuelnostima u ovoj oblasti*.

•             Opća javnost

Ključna poruka prema ovoj javnosti je: *Želimo uspostaviti dvosmjernu komunikaciju sa svim zainteresovanim stranama i skupinama dijaspore uz promoviranje svih vrijednosti koje ova lokalna zajednica njeguje i podržava. Zahvaljujući prirodnim bogatstvima i očuvanje kulturne baštine uz inovativna rješenja i kreativan pristup želimo stvoriti uslove za prosperitetan i kvalitetan životni standard svih članova lokalne zajednice i partnera iz dijaspore.*

## Komunikacijski kanali

Provedenom analizom trenutnog stanja identificirana je direktna komunikacija „licem u lice“ i lobiranje kao najčešći oblik komunikacije sa dijasporom i drugim ciljanim skupinama, te da je potrebno razvijati digitalne kanale komunikacija.

Preferirani komunikacijski kanali su:

- Interni kanali komunikacije

- Direktna komunikacija (licem u lice, komunikacija u maloj grupi);

- Komunikacija putem mass medija (TV, radio, portali, društvene mreže);

- Organizacija događaja, konferencija i učešće na seminarima.

- Novi mediji.

Definirani komunikacijski kanali će na optimalan način omogućiti prenošenje informacija do svih definiranih ciljnih skupina. Kao najvažniji komunikacijski kanal, koji može na najučinkovitiji način osigurati da ključne poruke na principijelno jednak način dospiju do javnosti, će biti uspostavljanje i jačanje web stranice i zvaničnih profila na društvenim mrežama Općine, uključujući proaktivan strateški pristup distribucije materijala prema štampanim i elektronskim medijima na lokalnom nivou. Ovakav pristup omogućava kontinuirani utjecaj na ključne javnosti uz korištenje različitih komunikacijskih alata/tehnika, koje u konačnici treba da utiču na definiranje stavova u javnosti.

U zavisnosti od poruke koja se želi poslati, te ciljane skupine kojima se Općina Orašje obraća zavisit će i odabir komunikacijskih kanala. Sinkroni oblici komunikacije su oni koji se odvijaju u realnom vremenu te u njima istovremeno sudjeluju svi učesnici. Webinar - videokonferencije, chat, instant messaging su oblici komunikacije tog tipa i njihovo odvijanje je uglavnom unaprijed dogovoreno. Asinkroni oblici komunikacije izvode se u različito vrijeme te se baziraju na ostavljanju poruka u nekom od alata koji podržavaju takav oblik komunikacije. Dijaspora modul, elektronska pošta, forum stranice i dr. primjeri su komunikacijskih alata koji omogućavaju svim učesnicima u komunikaciji da ih koriste u vrijeme kada to njima najviše odgovara.

## Komunikacijski alati/metode

Na uspješnost komunikacijskog procesa u tradicionalnom i virtualnom okruženju, kao i kod sakupljanja povratnog feedbacka uveliko utječe mogućnost i razina društvene interakcije između učesnika – ciljane skupine i Općine Orašje. Stoga je pri izradi Strategije komunikacija sa dijasporom, pored osmišljavanja komunikacijske poruke, bilo potrebno posebnu pažnju posvetiti osmišljavanju komunikacijskih procesa, te odabiru komunikacijskih i kolaborativnih alata.

Primjenom odgovarajućeg oblika komunikacije se također omogućava stjecanje osjećaja pripadnosti skupini. Učesnici komunikacije dobivaju pomoć i podršku od Općine Orašje, te u dvosmjernoj komunikaciji generiraju informacije u vidu korisničkog feedbacka koji će biti od velikog značaja za Općinu, a što pozitivno utječe na njihovu motivaciju, pa tako i na njihovo daljnje aktivno sudjelovanje u aktivnostima Općine.

U skladu sa nalazima istraživanja ankete i intervjua, predlažemo da komunikacijske alate i metode budu integrirano korištene ovisno od ciljne skupine kojoj se upućuje poruka.

1. **Interna javnost**

**- Vizualni identitet**

Uočena je potreba za kreiranjem jedinstvenog i karakterističnog vizualnog identiteta suradnje sa dijasporom kako bi se osigurala vidljivost i prepoznatljivost aktivnosti Općine Orašje koji se odnosi na dijasporu. Na osnovu postojećih grafičkih elemenata, neophodno je izraditi cjelovitu knjigu standarda vizualnog identiteta kako bi se postigla jedinstvena prepoznatljivost. Potrebno je izraditi logo modernog i jednostavnog dizajna koji će predstavljati jedan ili više nezvaničnih motiva općine Orašje (rijeka Sava, polja, kapija, tradicionalni zanati, prirodna bogatstva) ili forma pečata u kojoj će se koristiti ključni slogan Strategije komunikacija sa dijasporom. Ovim će se poboljšati interakcija sa dijasporom i steći povjerenje.

* **SEO optimizacija**

SEO optimizacija je alat, ali također i kontinuirani proces u kojem se radi optimizacija iz tehničkog, sadržajnog i utjecajnog pogleda kako bi web stranica bila što bolja i korisnija za posjetitelje, ali i za Google i ostale pretraživače. Tehnički, SEO je proces koji izmjenama i unaprijeđenjima na web stranici omogućava pretraživačima da bolje pretražuju i indeksiraju web stranicu. SEO je temelj cijelog procesa optimizacije za bolje rezultate na pretraživačima i bez tehničke SEO optimizacije gotovo je nemoguće postići bolje rangiranje web stranice Općine Orašje na pretraživačima. Ovo je moguće realizirati internim kanalima uz podršku IT tehničara u Općini.

Analizirajući sadržaje koji se objavljuju na web stranici, isti nisu u potpunosti prilagođeni SEO preporukama u kontekstu da u tekstu: nema ponavljanja rečenica ili fraza koje su bitne (ključne riječi); nema internih/eksternih linkova; nema metapodataka; prvi paragraf ne sadrži ključnu riječ; rečenice su duge i drugo. Kako bi pomogli zaposleniku Općine koji kreira tekst za webstranicu i općenito sadržaje, neophodno je na CMS sistem webstranice implementirati alat Yoast SEO. Sve dorade je moguće realizirati internim kanalima uz podršku IT tehničara u Općini.

- **Letci, brošure, izvještaji**

Najčešće su u formi lista papira s ispisanim informacijama ili promo porukama koji imaju za cilj da pozovu ciljanu skupinu na određenu akciju. Radi se o vrlo efikasnom i relativno povoljnim načinom direktnog marketinga. Letak mora izgledati atraktivno i nuditi kvalitetnu vrijednost, te se može pohraniti u neki od digitalnih formata i učiniti dostupnim korisnicima putem web stranice Općine Orašje.

* **Sastanci, email, koferencijski sastanci**

Ove alate: sastanke, email, online sastanke koristi interna javnost za definiranje aktivnosti i usuglašavanja ključnih poruka.

**b) Dijaspora**

* **Modul za dijasporu**

Jedan od najefikasnijih alata dostupnih za komunikaciju sa biznis dijasporom, odnosno potencijalnim investitorima je Modul za dijasporu koji je djelimično implementiran u Općini Orašje. Dostupne su usluge E-matičar i registar baze.

Uspostavljanje Modula za dijasporu dio je aktivnosti Općine u okviru projekta Dijaspora za razvoj (D4D) koji je projekat Ministarstva za ljudska prava i izbjeglice BiH i Vlade Švicarske, u partnerstvu sa UNDP BiH i IOM BiH.

Modul za dijasporu predstavlja jedan od početnih koraka za uspostavljanje trajnije i kvalitetnije suradnje sa dijasporom, koji se prvenstveno koristiti za kreiranje Registra dijaspore i prevazilaženje komunikacijskih barijera između Općine i dijaspore, a istovremeno omogućava JLS uvid u geografsku rasprostranjenost pripadnika dijaspore koji dolaze sa ovog područja. Svi prikupljeni podaci se koriste za unapređenje suradnje JLS i dijaspore, te je nakon implementacije Modula za dijasporu neophodno pozvati sve sugrađane koji su rođeni u i oko JLS, pa i mnogo šire, ili imaju bilo kakvu povezanost sa općinom Orašje, a trenutno žive i rade u inostranstvu, da popune ovaj upitnik. Poziv se obavlja prema komunikacijskim smjernicama koje su definirane u ovoj Strategiji.

* **Web stranica Općine i podstranica za dijasporu**

Kada su u pitanju suvremeni alati Općina Orašje intenzivno koristi web stranicu kao mjesto na kojem se nalaze informacije i sadržaji koji su bitni za lokalnu zajednicu. Ne postoji zasebna sekcija koja će predstavljati centralno mjesto za kontakt sa dijasporom i putem koje će se promovirati suradnja sa dijasporom.

Znači, pored Modula za dijasporu neophodno je i kreirati zasebnu podstranicu na web stranici Općine Orašje u formi *orasje.ba/dijaspora* koja će predstavljati centralno mjesto na kojem su dostupne sve relevantne informacije u vezi sa komunikacijom sa dijasporom.

Dolazak do ove stranice treba da se odvija kroz jedan od sljedećih načina:

* U postojećem meniju/izborniku na web stranici Općine Orašje neophodno je da postoji zaseban tab „dijaspora“;
* Na početnoj web stranici Općine neophodno je da postoji web baner ili neki drugi ekvivalentan alat koji će klikom usmjeravati posjetioce na podstranicu sa namjenskim informacijama za dijasporu;
* U zavisnosti od tehničkih mogućnosti web stranice, neophodno je postaviti popup baner koji će putem prepoznavanja IP adrese posjetilaca koji dolaze van Bosne i Hercegovine biti prikazan preko čitavog ekrana, a koji će također klikom usmjeravati posjetioce na podstranicu sa namjenskim informacijama za dijasporu;
* Na svim drugim kanalima Općine Orašje kao što su društvene mreže, leci i slično treba da postoji adekvatna informacija i link koji će korisnike uputiti na navedenu podstranicu.

Pored uspostave odgovarajuće web arhitekture koja je gore objašnjena, neophodno je pripremiti i optimizirati sadržaje koji će prezentirati značaj dijaspore za Općinu Orašje, te ujedno i predstaviti potrebe Općine.

S tim u vezi, podstranica treba da sadrži sljedeće sadržaje:

* Uvodne komunikacijske poruke i značaj koji dijaspora i ostale ciljane skupine imaju u Općini Orašje u formi teksta, infografike i drugih adekvatnih vizuala;
* Detaljne upute za investiranje u formi teksta i infografike;
* Listu aktuelnih projekta koji zahtjevaju investitora u formi teksta, vizuala i po potrebi drugih šematskih prikaza, uključujući vremenski okvir realizacije i navedenih koristi koje će ostvariti investitori i Općina Orašje ulaganjem u navedene projekte;
* Primjere dobre prakse investiranja u Općini Orašje u vidu predstavljanja biznisa i uspješnih projekata u formi teksta, fotografija, te ako je moguće u formi kratkih video priloga;
* Promo foto i video sadržaje koji pozivaju na investiranje u Općinu Orašje, sa pozivom prema posjetiocima da sadržaje dijele dalje na svoje lične društvene profile kao i drugim potencijalnim investitorima iz ciljane skupine.
* **Profili Općine na društvenim mrežama**

Kako bi komunikacijska poruka došla do što većeg broja korisnika društvenih mreža iz navedene ciljane skupine neophodno je uspostaviti zvanične profile Općine Orašje na društvenim mrežama.

Provedenom analizom trenutnog stanja utvrđeno je da Općina Orašje ima otvoren profil na društvenoj mreži Facebook koji zahtjeva određena poboljšanja, te da nema otvoren profil na društvenoj mreži Instagram.

*a) Facebook* je najveća društvena mreža, ali i odlična platforma za oglašavanje. Ima više od 1,23 milijarde aktivnih korisnika, od kojih 757 miliona korisnika posjećuje Facebook društvenu mrežu na dnevnoj bazi, te je najpopularnije mjesto za povezivanje s ciljanim skupinama i razmjenu informacija.

Kako bi iskoristili prednosti Facebooka, bitno je prvo urediti Facebook stranicu Općine u smislu točnih i adekvatnih informacija, adekvatnih foto i video sadržaja i slično. Nakon toga je bitno definirati publiku, te stvarati zanimljive sadržaje koji će privlačiti ciljanu skupinu i pružati im korisne informacije.

Ovo je jako važno, jer bez redovnih objava novih sadržaja, koji moraju biti korisni i zanimljivi ciljanoj skupini zasigurno se neće ostvariti zacrtani ciljevi. Poželjno je podijeliti sadržaje i drugih subjekata iz lokalne ili biznis zajednice (članci s portala koji su direktno ili indirektno povezani sa lokalnom zajednicom, novosti i zanimljivosti iz biznis zajednice i dr.) kako bi se dobilo na kvaliteti i zanimljivosti stranice.

Facebook stranicu je potrebno primarno tretirati kao vrijedan resurs za sve posjetitelje, koja osim toga služi za promociju svih aktivnosti Općine.

Facebook pruža i mogućnost Facebook Adsa (oglašavanje putem društvenih mreža), usluge koju šalje Općinu Orašje upravo onom dijelu publike koji bi mogao biti zainteresiran za ciljeve koje uspostavi Općina kroz svoje strateške planove.

Općina Orašje može pomoću Facebook Ads kampanje usmjeriti komunikaciju samo precizno odabranim skupinama korisnika odabranim prema lokaciji, jeziku, spolu, dobi, interesima, obrazovanju i drugim značajnim karakteristikama, što ima nemjerljivu vrijednost kada je u pitanju targetiranje dijaspore. Na taj način se obraća direktno onoj ciljanoj skupini koja imaju potrebe i interese za Općinu, pa se tako budžet za oglašavanje ne rasipa na druge korisnike društvenih mreža. Objava na Facebook stranici se može sponzorirati kako bi se prikazala većem broju korisnika te kako bi se ostvario veći doseg i bolji rezultati. U ovom kontekstu, Općina Orašje bi imala priliku da dođe do svoje najmnogoljudnije dijaspore, te da sa njima uspostavi dvosmjernu komunikaciju.

* **Organizacija Webinara**

Pored gore navedenih alata, neophodno je da Općina Orašje periodično vrši organizovanje „webinara“ u digitalnom ukruženju (minimalno jednom godišnje) posredstvom adekvatnih softverskih alata koji su dostupni na tržistu (Zoom, MS Teams, ClickMeeting, EasyWebinar i dr) a koji će imati za cilj da okupi potencijalne investitore iz dijaspore, ali i predstavnike drugih općina s ciljem promocije dobrih primjera investicija iz dijaspore.

Termin „webinar” odnosi se na seminar koji se održava online u realnom vremenu. Webinar pretvara prezentaciju u konverzaciju, jer dozvoljava ogromnom broju učesnika iz određene zemlje ili cijelog svijeta da stupi u interakciju.

Organizatori webinara od ovog formata mogu imati razne koristi, a neke od njih su:

* **Direktan kontakt sa ciljnom skupinom.** Pomoću webinara se komunicira sa specifičnom ciljnom publikom. Ovaj format također pomaže da se iz pitanja i komentara bolje razumije ciljna skupina.
* **Održavanje kontakta sa ciljnom skupinom i nakon samog događaja.**Webinari daju mogućnost održavanja kontakta sa ciljnom skupinom i nakon samog događaja. Također, webinar može biti snimljen, pa mu zainteresirani mogu pristupiti naknadno.
* **Olakšana interakcija sa ciljnom skupinom.** Webinari daju mogućnost brojne tehničke mogućnosti kao što su anketiranje, diskutiranje i direktno ugovaranje.
* **Ušteda sredstava.** Webinar eliminira troškove zakupa prostora. Pored toga, on podjednako ciljanog skupini i organizatoru štedi vrijeme i troškove putovanja na mjesto događaja.

Da bi ljudi učestvovali na webinaru koji organizuje Općina, neophodno je da se za njega registriraju. A da bi to uradili, oni najprije moraju imati relevantne informacije o održavanju webinara. Koristeći se smjernicama navedenim u ovoj Strategiji komunikacija, neophodno je napraviti kampanju koja će najaviti webinar. Kada se odredi voditelj – domaćin webinara, potrebno je razviti kratak scenario i zamoliti domaćina da pred kamerom pročita najavu kako biste mogli da promovirate događaj putem društvenih mreža, medija, ali i stranice. Komunikacijski materijal za ovu i sve druge aktivnosti u vezi sa dijasporom treba da bude vizualno usklađen sa Strategijom.

Svaki webinar mora definirati ciljanu publiku. Učesnici svakog webinara trebaju dobiti neku protuvrijednost za svoje uloženo vrijeme, bila da je to informacija, konkretno znanje ili nešto treće, važno je da se za ciljnu skupinu kreira neku vrijednost. Zato tema webinara mora biti relevantna za ciljanu publiku/učesnike.

Osnova uspješnog webinara su web stranica i stabilan hosting, stoga je neopodno predvidjeti broj posjetilaca i pronaći rešenje koje može da podrži očekivano opterećenje. Ovo se provodi na način da se vrši testiranje prije samog događaja. S druge strane, za prvi općinski webinar ne moraju se postaviti visoki tehnički standardi. Svim učesnicima webinara potrebno je poslati prateći materijal nakon završetka webinara. Potrebno je uključiti i dodatni poziv na akciju u kojem će se zamoliti da se registriraju na Modul za dijasporu (D4D), posjete web pod stranicu Općine, dijele sadržaje na svojim društvenim mrežama ili se registriraju za naredni webinar.

Ključno je da Općina ima kapacitete da kontaktira sa učesnicima nakon webinara, naročito jer je jedan od ciljeva da se motiviraju da naprave sljedeći korak i investiraju i podrže neki od predloženih projekata.

* **Organizacija godišnjih susreta sa dijasporom**

Jedan od bitnih načina za jačanje veza i uspostavljanje i unapređenje suradnje i odnosa sa dijasporom predstavlja organizacija godišnjih susreta Općine sa dijasporom. Prisutni predstavnici ciljane skupine na ovakvim druženjima imaju mogućnosti iznijeti svoje ideje, primjedbe, sugestije, također razmjenjivati stavove i dati prijedloge po pitanju nekih budućih projekata Općine.

Ovo je također prilika da se predstavi investicijski potencijali i objasni kakav je utjecaj dijaspore na lokalni razvoj, te da se prezentiraju osnovni načini komunikacije JLS sa dijasporom, sa naglaskom na Modul za dijasporu (D4D) i web pod-stranicu na kojoj se nalaze sve bitne informacije.

Godišnji susreti sa dijasporom predstavljaju također i dobru platformu za organizaciju formalnih i neformalnih B2B sastanaka zainteresiranih predstavnika dijaspore sa Općinom i domaćim partnerima. Općina Orašje do sada nije organizirala susrete sa predstavnicima dijaspore. Potrebno je organizirati specifičan event za dijasporu kroz organizaciju tradicionalnih Dana dijaspore s programom koji poziva na investiranje /B2B sastanci/ i razmjenu znanja, kao i događaj za dijasporu kroz organizaciju tradicionalnih Dana dijaspore namjenjen ženama s ciljem povezivanja i promocije tradicionalnih zanata i očuvanja kulturnog naslijeđa.

* **Drugi alati**

Pored svih gore navedenih alata, dostupni su i drugi alati koje Općina može koristiti uz minimalne troškove ili tehničke zahtjeve za implementacijom, a koji će pomoći da se uspostavi dvosmjerna komunikacija sa ciljanom skupinom - potencijalnim investitorima tj. biznis dijasporom.

* **Newsletteri** Predstavljaju direktan kanal komunikacije između Općine Orašje sa korisnicima koji su pretplaćeni na njega (putem e-maila). Također je potrebno da web stranica ima mogućnost (obično na početnoj stranici) da se korisnik može automatski prijaviti na newsletter. Može se koristiti kao informativan alat, ali i s ciljem poticanja korisnika na neku akciju. Postoje i besplatni alati poput MailChimpa (besplatan za do 2.000 pretplatnika na popisu i do 10.000 e-poruka mjesečno) koji čine kompletan proces ujedno i vrlo isplativim.
* **Oglašavanje na društvenim mrežama** Prije postavka objave i plaćenog oglašavanja na društvenim mrežama potrebno je utvrditi ciljeve i segmentirati publiku. Također se moraju utvrditi jasne smjernice u vezi sa načinom komunikacije, tonom komunikacije, učestalosti objava i vrste sadržaja koji će se objavljivati. Proračun neophodan za promociju je neznatan u poređenju sa drugim alatima koji se koriste u komunikaciji sa dijasporom.
* **Promotivne fotografije i video materijali Općine i njenih investicijskih i turističkih potencijala** Općina Orašje ima prirodna bogatstva i turističke potencijale čija promocija treba biti profesionalno urađena, kako bi se na svim materijalima i internim kanalima komunikacije promovirali ciljevi ove Strategije komunikacija. Postojeći video film o Općini Orašje je potrebno doraditi na način da se dobije više video priloga na različite teme i isti plasirati na različite kanale komunikacije.
* **Video kratke izjave predstavnika uspješnih investicijskih projekata** Snimiti kraće pozitivne izjave postojećih investitora sa porukom o mogućnostima i uspješnom ulaganju na području općine Orašje.

**b 1.) Nova generacija dijaspore - potencijalni promotori i budući investitori**

Ono što je naročito izraženo kod mladih jeste da sve više upotrebljavaju digitalne alate i društvene mreže u svrhu stvaranja novih suvremenih kreativnih rješenja i utiču na stvaranje nove kreativne industrije, što može biti značajna komparativna prednost koju Općina može iskoristiti za promociju i stvaranje novih vrijednosti. Općina Orašje nema otvoren Instagram profil, te je potrebno isti kreirati i održavati.

U kontekstu djelovanja Općine Orašje prema dijaspori, odnosno traženju mladih talenata koji mogu biti izvanredni promotori Općine, neophodno je ovoj ciljanoj skupini ponuditi da postanu prvo registrirani članovi, a zatim i sami promotori Modula za dijasporu (D4D), turističkih potencijala, ali i lokalne zajednice. Poziv se obavlja prema komunikacijskim smjernicama koji su definirani u ovoj Strategiji komunikacija.

d) *Instagram* je besplatna aplikacija za izradu fotografija i video sadržaja. Korisnici Instagrama taj sadržaj dijele preko mreže i na taj ga način čine pristupačnim drugima. Prvobitno zamišljen kao mješavina bloga i audiovizualne platforme Instagram danas također nudi usluge messengera - „InstaMessage“ - preko kojeg korisnici mogu voditi chat na pametnom telefonu ili tabletu.

Trenutno je jedna od najvećih društvenih mreža u svijetu, posebno privlačna mladima, a zasniva se na vizualnom doživljaju u čijoj su osnovni formati sadržaja fotografije i videa.

Kako kompanije tako i općine otvaraju zvanični Instagram profil u vidu kanala namijenjenog za dvosmjernu komunikaciju sa ciljanom skupinom.

Specifičnost Instagrama jest i Instagram Story, koji omogućuje dijeljenje sadržaja koji se briše nakon 24 sata. Hashtagovi su također važan element kod objave sadržaja na Instagramu jer povezuju sadržaj u svojevrsnu arhivu “tagiranih“ istim hashtagom. Hashtag na društvenim mrežama predstavlja riječ koja ispred sebe ima oznaku # te na taj način predstavlja određeni pojam koji se može pretraživati. Pretražujući određeni hashtag, može se doći do javno objavljenog sadržaja uz koji je naveden taj hashtag, npr #D4D #OpćinazaDijasporu i slično.

Kao i Facebook, tako i Instagram pruža mogućnost Instagram Adsa (oglašavanje putem društvenih mreža), usluge koja šalje Općina poruku upravo onom dijelu publike koji bi mogao biti zainteresiran za ciljeve koje uspostavi Općina kroz svoje strateške planove. Općina može pomoću Instagram ili Facebook Ads kampanje usmjeriti komunikaciju samo precizno odabranim skupinama korisnika odabranim prema lokaciji, jeziku, spolu, dobi, interesima, obrazovanju i drugim značajnim karakteristikama, što ima nemjerljivu vrijednost kada je u pitanju targetiranje dijaspore. Na taj način Općina se obraća direktno onoj ciljanoj skupini koja imaju potrebe i interese za lokalnu zajednicu, pa se tako proračun za oglašavanje ne rasipa na neprofitabilne korisnike društvenih mreža. Osim toga objava na Instagram i Facebook stranici se može sponzorirati kako bi se prikazala većem broju korisnika, te kako bi se ostvario veći doseg i bolji rezultati.

* **Online nagradna takmičenja /Giveway**

Organizacijom giveawaya, odnosno nagrađivanja, motiviraju se postojeći pratioci profila da i dalje prate profile Općine Orašje, a sa druge strane, giveaway je i način da se privuku novi pratioci, te da se šira publiku informira o projektima i aktivnostima Općine koji su predmet promocije. Prednosti organiziranja nagradnih giveawaya su: porast broja pratitelja, povećanje svjesnosti o ciljevima Općine, ušteda novca za oglašavanje, povećanje interesa, bolje povezivanje ciljane skupine sa lokalnom zajednicom.

**c) Međunarodne organizacije**

Saradnja sa međunarodnim organizacijama se može ostvariti putem slijedećih alata:

- Događaji: kroz organizaciju događaja, okruglih stolova, tematskih sjednica, radionica, webinara i zajedničkih kampanja u komunikacijii sa ovim ciljnim skupinama;

- Publikacije, brošure, letci, web stranica i informativni materijali kojim se informira o svim aktuelnostima na području Općine;

- Produkcija promotivnih video-foto materijala sa fokusom na promociju uspješnih investicija u proteklom periodu i povoljnim pogodnostima koje Općina nudi za investiranje, razmjenu znanja i otkrivanje mladih talenata, te isti plasira na lokalne i nacionalne medije.

1. **Crkva**

Suradnja s Crkvom treba prije svega doprinijeti povećanju baze podataka članova dijaspore, ali i dobivanju više informacija o dijaspori. Organiziranje zajedničkih aktivnosti poput humanitarnih akcija, donatorskih večeri i vjerskih događaja će povećati povjerenje kod dijaspore i osigurati adekvatan odaziv.

Neki od alata su: sastanci, organizacija događaja, plasiranje letaka, brošura i drugog štampanog materijala, te zajednička gostovanja u medijima.

1. **Žene**

Kroz postojeće udruge i manufakture na području općine Orašje potrebno je uvesti redovite sastanke sa zainteresiranim članicama u dijaspori na polju povezivanja i očuvanja tradicionalnih zanata i vrijednosti. Na Danima dijaspore, koji su planirani u ljetnim mjesecima, treba organizirati posebne tematske aktivnosti, sastanke, predavanja za ovu ciljnu skupinu. Promocijom aktivnosti ove ciljne skupine na području zanata i tradicionalnih vrijednosti mogu se ostaviti mogućnosti za pokretanje investicija koje bi se upješno realizirati i van zemlje.

Kao aktivan član porodice, ova ciljna skupina velikim dijelom utječe na ponašanje ostalih članova porodice i novih generacija kad su u pitanju njihove odluke o investiranju, pokretanju biznisa i kontaktu sa matičnom zemljom.

- Događaji, sajmovi, predavanja, kursevi, vjerski turizam

-Bilten, gostovanja u medijima, video prilozi, live na društvenim mrežama

**d) Druge lokalne zajednice**

Suradnja sa drugim lokalnim zajednicama ima za cilj povećati bazu podataka članova dijaspore i promociju dobrih primjera. Kroz već uspostavljane tradicionalne alate komunikacije (sastanci, seminari, webinari) potrebno je veće zajedničko prisustvo u medijima kroz gostovanja na lokalnim, regionalnim i nacionalnim medijima u tematskim emisijama posvećenim suradnji sa dijasporom.

**e) Mediji**

Mediji su ključna ciljna skupina za provedbu Strategije komunikacija sa dijasporom putem medijskih kampanja, oglašavanja, press konferencija, saopćenja za medije, TV i radio promocije, promocije na internet portalima i društvenim mrežama. Ovaj alat omogućava protok informacija do najšire publike te stoga predstavlja ključan alat za realiziranje općeg cilja Strategije komunikacija sa dijasporom. Mediji će, također, imati značajnu ulogu u prijenosu informacija ciljnim skupinama, posebno kroz objave u štampi, te putem tematskih emisija vezanih za promoviranje suradnje s dijasporom, te promocije na radiju i televiziji kako bi se postiglo željeno podizanje svijesti svih ciljnih skupina kao i šire javnosti o djelovanju i aktivnostima Općine.

- Press konferencija, predstavljanja vizualnog identiteta, saopćenja, izjave, gostovanja, newsletteri, brošure, letci i promocija vlastitih kanala komunikacije koji trebaju postati ključna točka i lokalnim i nacionalnim medijima za sve informacije u vezi suradnje sa dijasporom.

**f) Opća javnost**

- Događaji - javno predstavljanje vizualnog identiteta Općine Orašje kroz organiziranje konferencije za medije, druženja i događaje od kulturnog i investicijskom značaja.

- Informativni materijali - publikacijom brošura i letaka cilj je naročito u početnoj fazi provedbe Strategije komunikacija sa dijasporom upoznati ciljne skupine i širu javnost sa radom i aktivnostima Općine u suradnji sa dijasporom.

## Komunikacijske aktivnosti i budžet

Ciljevi Strategije komunikacija sa dijasporom realizirati će se provedbom definiranih komunikacijskih aktivnosti. Komunikacijske aktivnosti utvrditi će se komunikacijskim akcijskim planom koji će se, u skladu s potrebama, revidirati na godišnjoj razini kako bi se aktivnosti prilagodile potrebama provedbe Strategije. Ciljevi komunikacijskih aktivnosti mijenjat će se u skladu sa fazom u kojoj se nalazi provedba Strategije. Na početku njezine provedbe, komunikacijske aktivnosti biti će usmjerene na promociju općeg cilja Strategije, a u kasnijoj fazi naglasak će biti stavljen na postignute rezultate njezine provedbe.

Sredstva za promociju i provedbu komunikacijskih aktivnosti osigurat će se iz proračuna Općine Orašje, te kroz projekte međunarodnih organizacija.

## Praćenje i vrednovanje Strategije komunikacija sa dijasporom

Kako bi se utvrdilo u kojoj mjeri su definirane komunikacijske aktivnosti provedene i realizirani postavljeni komunikacijski ciljevi, potrebno je odgovorno praćenje i vrednovanje provedbe Strategije komunikacija sa dijasporom na godišnjoj razini, a u skladu s identificiranim pokazateljima uspješnosti. Važni elementi praćenja i vrednovanja provedbe ove Strategije komunikacija sa dijasporom jesu praćenje i analiza medijskih objava, kao i vrednovanje neposrednog komuniciranja s ciljnim skupinama kroz ostvarivanje postavljenih specifičnih ciljeva kao što su: povećanje baze podataka članova dijaspore, broj pokrenutih investicijskih projekata, interakcija na društvenim mrežama i reakcija članova dijaspore na aktivnosti Općine.

Evaluacija će sadržavati analizu učinaka i realizacije strateških komunikacijskih ciljeva i aktivnosti, te mjerenje očekivanih rezultata na temelju istraživanja javnog mnijenja i analitičkog praćenja vlastitih digitalih kanala komunikacije.

Pretpostavka je da će provedba ove Strategija komunikacija sa dijasporom povećati vidljivost suradnje sa dijasporom Općine Orašje u javnosti kroz dogovorenu stalnu i otvorenu suradnju s medijima.

# 5. Plan realizacije Strategije komunikacije sa dijasporom

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Ciljna grupa** | **Poruka** | **Komunikacijski kanali/alati** | **Akcija** | **Budžet** |
| Interna javnost | *Interna javnost* | *Kontinuiranim ulaganjem u znanje i razvoj stvaramo povoljne uslove za održive investicije u oblasti poljoprivrede i stočarstva. Otvoreni smo za uspostavu dijaloga sa svim zainteresiranim potencijalnim investitorima iz dijaspore. Unapređenjem trenutnih potencijala i stalnim razvojem novih kroz implementiranje projekata od društveno korisnog značaja za Općinu, pružamo mogućnost za otvaranje novih radnih mjesta i priliku za inovativna i kreativna rješenja koja nas povezuju sa ostatkom svijeta. Kreiramo povoljan poslovni ambijent i pružamo podršku kroz efikasnu i efektivnu općinsku administraciju. Sigurna smo općina koja nudi visok standard života.* | \*Vizualni identitet \*SEO optimizacija \*Letci, brošure, izvještaji \*Sastanci, email, konferencijski sastanci | \*Kreiranje vizualnog identiteta uz osiguranje vidljivosti i prepoznatljivosti aktivnosti koji se odnose na dijasporu \*Uspostavljanje SEO optimizacije radi boljeg pozicioniranja web stranice na internet pretraživaču  \*Izrada promotivnih materijala sa ispisanim informacijama ili promo porukama, u štampanoj i digitalnoj formi \*Upravljanje komunikacijom unutar Općine i lokalne zajednice i kontrola provođenja Strategije komunikacija sa dijasporom \*Prikupljanje i dijeljenje podataka i informacija o stanju u oblastima za potencijalno investiranje | 2000 KM |
| Eksterna javnost | *Dijaspora a)Biznis dijaspora – potencijalni investitori b)Stručna dijaspora – prijenos znanja c)Nova generacija dijaspore - potencijalni promotori i budući investitori* | *Umrežavanjem i sinergijskim pristupom osiguravate sebi sigurnog i pouzdanog partnera za dugoročnu i uspješnu suradnju. Putem efikasne općinske administracije zajedno kreiramo uslove i povoljan ambijent za razvoj privrede i poslovne zajednice uz garanciju sigurnosti Vaše investicije iz oblasti poljoprivrede, stočarstva i drugih privrednih sektora baziranih na prirodnim resursima. Naš geostrateški položaj omogućava siguran plasman vaših proizvoda ili poslovnih aktivnosti na teritorij EU.* | \*Modul za dijasporu \*Web stranica Općine i podstranica za dijasporu \*Profili Općine na društvenim mrežama (Instagram, Facebook, Linkedln) \*Organiziranje webinara \*Organiziranje godišnjih susreta sa dijasporom \*Online nagradna takmičenja /Giveway  \*Newsletteri  \*Oglašavanje na društvenim mrežama  \*Promotivne fotografije i video materijali Općine i njenih investicijskih i turističkih potencijala  \*Video kratke izjave predstavnika uspješnih investicijskih projekata | \*Aktivnija promocija Modula za dijasporu i pozivanje članova dijaspore na registraciju i učešće u radu  \*Kreiranje podstranice za dijasporu, te redovno ažuriranje svih neophodnih informacija \*Kreiranje profila na Instagramu i LInkedln -u \*Ažuriranje informacija i provedba promotivne kamapanje alata za komunikaciju sa dijasporom putem Facebook profila, uz korištenje Facebook Adsa \*Pripremiti plan održavanja webinara sa temom koja bi bila interesantna dijaspori radi daljnje promocije putem društvenih mreža i lokalnih portala \*Organizirati specifičan događaj za dijasporu kroz organizaciju tradicionalnih Dana dijaspore koji bi se održavali u mjesecu kolovozu s programom koji poziva na investiranje /B2B sastanci/ i razmjenu znanja. \*Kreirati i planirati online nagradna takmičenja  \*E-Newsletter kreirati i slati na sve adrese članova dijaspore koji su registrirani s ciljem šireg informiranja o svim aktivnostima u vezi za dijasporom  \*Snimiti atraktivne fotografije određenih turističkih i investicijskih potencijala općine Orašje i promovirati ih svim kanalima komunikacije  \*Snimiti kratke video pozitivne poruke uspješnih investicijskih projekata s pozivom na ulaganje u općinu Orašje | Općina upisuje svoj proračun za Dan dijaspore,što se tiče profila oni su besplatni ,ali treba planirati oglašavanje u iznosu od cca 600 KM godišnje. |
| *Međunarodne organizacije* | *Opredjeljenje za aktivno učešće lokalnih vlasti u projekte međunarodnih organizacija radi uspostavljanja institucionalnih mehanizama za razvoj projekata za dijasporu u skladu sa potencijalima lokalne zajednice. Aktivnim pristupom doprinijeti Implementiranju postojećih i novih alata komunikacije kojima ćemo privući članove zajednice dijaspore za investiranje i sinergijsko djelovanje.* | \*Događaji \*Publikacije, brošure, letci \*Web stranica | \*Organiziranje događaja, okruglih stolova, tematskih sjednica, radionica, webinara i zajedničkih kampanja u komunikacijii sa ovim ciljnim skupinama;  \*Izrada publikacija, brošura, letaka, web stranica i informativni h materijala kojim se informira o svim aktuelnostima na području općine;  \*Produkcija promotivnih video-foto materijala sa fokusom na promociju uspješnih investicija u proteklom periodu i povoljnim pogodnostima koje općina nudi za investiranje, razmjenu znanja i otkrivanje mladih talenata, te isti plasirati na lokalne i nacionalne medije. |  |
| *Crkva* | *Njegovanjem tradicionalnih vrijednosti i uspostavljanjem partnerskog odnosa zajedno ćemo doprinijeti održavanju duhovnog i vjerskog života zajednice i prenosu univerzalne poruke dobra prema mladim, sa ciljem očuvanja tradicije i kulturnog nasljeđa zajednice.* | \*Događaji  \*Sastanci  \*Publikacije, brošure, letci  \*Mediji | \*Organiziranje zajedničkih aktivnosti poput humanitarnih akcija, donatorskih večeri i vjerskih događaja  \*Plasiranje letaka, brošura i drugog štampanog materijala za promociju općine Orašje  \*Zajedničko gostovanje predstavnika crkve i Općine u medijima |  |
| *Žene* | *Uspostavljanjem institucionalne podrške tradicionalnim zanatima i razvoju biznisa čiji su pokretači žene osiguravamo povoljne uslove za daljnji razvoj, te plasman proizvoda na inozemna tržišta kroz povezivanje sa ženskim udrugama u dijaspori. Na ovaj način se vrši najbolja promocija tradicionalnih vrijednosti u zajednici, ali i izvan granica zemlje.* | \*Događaji  \*Sajmovi  \*Predavanja  \*Kursevi  \*Vjerski turizam  \*Bilten  \*Gostovanja u medijima, video prilozi, live na društvenim mrežama | \*Uvesti redovne sastanke sa zainteresiranim članicama u dijaspori  \*Na Danima dijaspore treba organizirati posebne tematske aktivnosti, sastanke, predavanja za ovu ciljnu skupinu  \*Promovirati aktivnosti ove ciljne grupe na području zanata i tradicionalnih vrijednosti |  |
| *Druge lokalne zajednice* | *Razmjenom znanja i iskustava prilikom realizacije projekata implementiranih sa članovima dijaspore želimo stvoriti partnerski odnos sa svim lokalnim zajednicama prvenstveno sa područja Posavine, te pozivamo i ostale lokalne zajednice na zajedničku akciju radi povećanja efikasnosti i produktivnosti investicija.* | \*Sastanci \*Seminari \*Webinari \*Društvena događanja | \*Zajedničko prisustvo u medijima kroz gostovanja na lokalnim, regionalnim i nacionalnim medijima u tematskim emisijama posvećenim suradnji sa dijasporom |  |
| *Mediji* | *Dostupni smo za sve informacije o aktivnostima Općine u suradnji sa dijasporom, želimo da budete naš ključni partner za praćenje aktivnosti usmjerenih ka svim ciljanim skupinama, iskazujemo spremnost da budemo vaš prvi izvor informiranja i pružanja blagovremenih i točnih informacija o svim aktuelnostima u ovoj oblasti.* | \*Provođenje medijskih kampanja \*Oglašavanje \*Sudjelovanje u medijima (tematske emisije, prilozi) \*Promocija aktivnosti putem aktuelnih web portala \*Organiziranje press konferencija | \*Organizirani susreti sa predstavnicima medija \*Javne kampanje \*Radio & TV kampanje \*Informativne kampanje |  |
| *Opća javnost* | *Želimo uspostaviti dvosmjernu komunikaciju sa svim zainteresiranim stranama i skupinama dijaspore uz promoviranje svih vrijednosti koje ova lokalna zajednica njeguje i podržava. Zahvaljujući prirodnim bogatstvima i očuvanje kulturne baštine uz inovativna rješenja i kreativan pristup želimo stvoriti uslove za prosperitetan i kvalitetan životni standard svih članova lokalne zajednice i partnera iz dijaspore.* | \*Događaji \*Publikacije, brošure, letci \*Web stranica | \*Aktivnija promocija on line alata koji su realizirani kroz projekat D4D \*Javno predstavljanje vizualnog identiteta Općine Orašje kroz organiziranje konferencija za medije, druženja i događaje od kulturnog i investicijskog značaja  \*Publikacijom brošura i letaka cilj je naročito u početnoj fazi provedbe Strategije komunikacija sa dijasporom upoznati ciljne skupine i širu javnost sa radom i aktivnostima Općine u suradnji sa dijasporom  \*Realizirati sve aktivnosti naprijed navedene radi daljeg razvoja segmenta dijaspore |  |

# Aneks 1. Analiza važeće legislative i relevantne dokumentacije Općine Orašje

U okviru Strategije lokalnog razvoja općine Orašje, suradnja s dijasporom je prepoznata kroz prednost razvijene mreže bh. dijaspore koja je spremna za podršku razvoju općine kroz transfer kapitala, znanja i iskustva kao prilika za budući razvoj općine, te je jedan od strateških fokusa utvrditi mehanizme i institucionalizirati suradnju s dijasporom u smislu aktiviranja stranih investicija i drugih oblika privredne, kulturne i socijalne suradnje.

Prednosti koje ima općina Orašje u odnosu na ostale lokalne zajednice su:

* Povoljan položaj općine Orašje – tzv. „Kapija BiH“ i granica sa EU;
* Dobra komunikacijska povezanost sa svim dijelovima BiH (na jednoj od glavnih magistralnih prometnica u BiH - Orašje – Tuzla – Sarajevo – Ploče), i sa susjednim državama (Hrvatska, Srbija i Crna Gora), blizina autoceste Zagreb – Beograd;
* Oslonjenost na rijeku Savu i potencijal za razvoj riječnog prometa i turističko-ribolovne ponude te bogatstvo prirodnih resursa (pijesak i šljunak);
* Obilje i kvalitet poljoprivrednog zemljišta;
* Bogatstvo kulturno-povijesnog nasljeđa i vjerskih objekata koji upotpunjuju turističku ponudu Orašja;
* Postojanje visokoškolskih ustanova na području općine Orašje.

Vizija razvoja općine Orašje ogleda se kroz sljedeće strateške ciljeve:

* 1.Općina Orašje - razvojno perspektivna zajednica, održivog i konkurentnog gospodarstva, socijalno održivog društvenog sustava i ekološke infrastrukture, te sigurnog života za sve građane.
* 2. Općina Orašje - generator razvoja Posavine s razvijenom društvenom infrastrukturom i visokim životnim standardom svih građana u skladu s održivim razvojem.
* 3. Općina Orašje - generator razvoja Posavine s razvijenom društvenom infrastrukturom i lokalnom upravom koja teži stalnom unaprijeđenju životnog standarda svih građana u skladu s održivim razvojem.

U sklopu projekta Dijaspora za razvoj koji implementira UNDP uspostavljen je alat za online komunikaciju sa ciljem olakšavanja građanima da dođu do svojih dokumenata. Dana je mogućnost elektronskog podnošenja zahtjeva i dobijanja traženih uvjerenja i izvoda iz matičnih knjiga na kućnu adresu. Međutim i pored svih kanala komunikacije koji su korišteni za promociju ovog kanala komunikacije, kao što su zvanična web stranica Općine Orašje, lokalna radio postaja „Radio Orašje“, i lokalne televizije (TV Posavina, TV Hercegbosna), odaziv je bio jako loš.

U toku su investicije iz oblasti stočarstva, ali gledano sa razvojne strane, još uvijek je nedovoljan broj investicija članova dijaspore.

**Analiza digitalnih servisa Općine Orašje**

Provedenom analizom trenutnog stanja, te uvidom u rezultate provedenog istraživanja, jedan od najefikasnijih alata dostupnih za komunikaciju sa biznis dijasporom, odnosno potencijalnim investitorima je Modul za dijasporu koji je u manjoj mjeri implementiran u Općini Orašje. Modul za dijasporu dio je aktivnosti u okviru projekta Dijaspora za razvoj (D4D) koji je projekat Ministarstva za ljudska prava i izbjeglice BiH i Vlade Švicarske, realiziran u partnerstvu sa UNDP BiH i IOM BiH.

Neke od digitalnih usluga koje su dostupne građanima putem web stranice su: E-matičar i baza registra.

Kada su u pitanju suvremeni alati, Općina Orašje intenzivno koristi web stranicu kao mjesto na kojem se nalaze informacije i sadržaji koji su bitni za lokalnu zajednicu. Ne postoji zasebna sekcija koja će predstavljati centralno mjesto za kontakt sa dijasporom i putem koje će se promovirati suradnja sa dijasporom.

Analizom je utvrđeno da je potrebno izvršiti SEO optimizaciju u tehničkom i sadržajnom smislu. Tehnički u smislu izmjena i unaprijeđenja na web stranici koja će omogućiti pretraživačima da bolje pretražuju i indeksiraju web stranicu. Analizirajući sadržaje koji se objavljuju na web stranici, isti nisu u potpunosti prilagođeni SEO preporukama u kontekstu da u tekstu: nema ponavljanja rečenica ili fraza koje su bitne (ključne riječi); nema internih/eksternih linkova; nema metapodataka; prvi paragraf ne sadrži ključnu riječ; rečenice su duge i drugo.

Kada su u pitanju službeni profili na društvenim mrežama Općina Orašje ima otvoren profil na društvenoj mreži Facebook koji zahtjeva određene dorade, a nema otvoren profil na društvenoj mreži Instagram. Profil na Facebooku nije uspostavljen prema smjernicama danim u ovoj Strategiji komunikacija.

Neki od ostalih alata, kao što su webinar, newsletter, plaćeno oglašavanje na društvenim mrežama, blog i drugi, su u potpunosti neiskorišteni.

**Analiza intervjua**

Za komunikaciju sa dijasporom u Općini Orašje je zadužen Davor Dominković, u Službi za upravljanje razvojem. Od 2018. godine su imali više komunikacije sa dijasporom.

Pokrenuli su uslugu e-matičar, koju još niko nije koristio, te registar dijaspore u koji su se upisale samo dvije osobe. Pokušali su do članova dijaspore doći i putem upitnika koji su slali direktno i objava na lokalnom radiju „Radio Orašje“, lokalnim televizijama (TV Posavina i TV Hercegbosna) i lokalnim portalima, ali je odziv bio slab.

U poslovnoj zoni imaju nekoliko projekata osoba iz dijaspore, a jedna je zatvorena tokom korone. U toku je jedna investicija iz dijaspore u stočarstvu koja je tek pokrenuta.

Općina Orašje ima web stranicu, ali nema otvorene profile na društvenim mrežama. Nemaju razvijenu bazu podataka, ali prema dostupnim podacima procjenjuju da u dijaspori živi preko 5.000 ljudi sa područja Općine.

Do sada u Općini nisu organizirali Dane dijaspore.

# Aneks 2. Rječnik pojmova

feedback – predstavlja povratnu spregu ili povratnu informaciju koja je rezultat dvosmjerne komunukacije.

kolaborativni alati – u pitanju je aplikativni softver dizajniran da podrži interakciju između ljudi koji zajedno rade na zajedničkim zadacima. Namjena kolaborativnog softvera je da se transformira način na koji se dokumenti i mediji dijele sa drugima kako bi se omogućila efikasnija timska saradnja.

direktna komunikacija „licem u lice“ – predstavlja oblik komunikacije gdje su učesnici fizički prisutni i vrše komunikaciju 1 na 1.

lobiranje – označava način zastupanja određenog interesa, te korištenje utjecaja kroz lične kontakte.

web baner – predstavlja oblik oglasa za oglašavanje na Internetu. Ovaj oblik mrežnog oglašavanja uključuje umetanje oglasa na web stranicu sa namjerom da se privuće korisnik da klikne i posjeti određeno mjesto na web stranici.

popup baner – predstavlja specifičan oblik web banera - oglasa za oglašavanje na Internetu. Najčešće se postavlja na početnoj web stranici, te svojim prikazivanjem prekriva veći dio web stranice. Posjetilac web stranice najčešće treba da zatvori popup baner kako bi mogao nastaviti koristiti web stranicu. Zbog toga je ovaj oblik oglasa veoma efektivan.

infografika – informacijska grafika ili infografika je vizualna prezentacija informacija, podataka ili znanja. Takva grafika se koristi kada je potrebno da se kompleksne informacije objasne brzo i jasno, primjerice u znakovima, mapama, tehničkom pisanju i obrazovanju. Također je opsežno koristi kao alat informatički stručnjaci, matematičari i statističari kako bi olakšali proces razvijanja konceptualne informacije.

webinar – Riječ webinar nastala je od riječi seminar, samo što je ovdje riječ o online obliku, tj. formi temeljenoj na prezentaciji putem interneta korištenjem adekvatnog softverskog alata. Sa učesnicima webinara domaćini mogu podijeliti videozapise, audiozapise, fotografije ili bilo koje dokumente.

SEO – U pitanju je skraćenica od eng. Search Engine Optimization. To je kontinuirani proces u kojem se radi optimizacija iz tehničkog, sadržajnog i utjecajnog pogleda kako bi web stranica bila što bolja i korisnija za posjetitelje, ali i za Google i ostale pretraživače.

Influenser – U pitanju je osoba koja ima utjecaj na druge ljude i time može djelovati na njihova stajališta i viđenja raznih stvari. Kao platformu za svoje djelovanje koriste različite društvene mreže.

Hashtag – Radi se o pojmovima ili kraticama ispred kojih stoji oznaka "#". Također se zovu i "tag" jer "dodaju" svojevrsnu etiketu na poruku, koja sadrži dodatne informacije (meta podatke). Hashtagovi također najčešće služe za raspravu o određenoj tematici.

Giveaway – predstavlja jedan vid nagradne igre tj. nagrađivanja na društvenim mrežama putem kojeg se motiviraju postojeći pratitelji profila, ali je ujedno i način da se privuku novi pratitelji.