

Zelená univerzita – Komunikace jako prostředek k motivaci

Gabriel Kalapoš
Studentská unie UTB



Osnova

1. Pár všeobecných pravd na úvod
2. Cíle komunikace ZUNI
3. Zainteresované strany
4. Jak postupovat?
5. Dobré rady na závěr
6. Příklady z UTB
7. Závěr





Pár všeobecných pravd na úvod

Lidé mají strach z neznámého

Lidé se bojí změn

Nejlepší způsob jak nemít nepřátele je
vzít všechny mezi sebe





Pár všeobecných pravd na úvod



- vhodně zvolená a načasovaná komunikace je prostředek k úspěchu
- vytvořit vazbu na základě informací
- forma komunikace je klíčovým faktorem
- základem úspěchu je přesvědčit lidi, že dělají smysluplnou a správnou věc



Cíle komunikace ZUNI

1. Zabezpečit fungující systém práce s odpadem
2. Naučit lidi házet odpad do správných košů
3. Informovat je o dopadech (smyslu) jejich jednání
4. Dát vědět veřejnosti, že děláte správnou věc = zlepšit image univerzity, SO

Výsledkem je efektivní třídění odpadu



Cíle komunikace ZUNI

Není problém nakoupit koše, problémem je zabezpečit, aby systém dlouhodobě správně fungoval.

Aby **MĚL SMYSL**





Zainteresované strany



Vedení univerzity – rektor, kvestor, děkani, senáty

- stojí na nich realizace celého projektu
- nutná příprava dobré argumentace
- zajímají je čísla

Proč do toho jít: šetření nákladů do budoucna, je to trend

Proč do toho nejít: stojí to peníze, je to změna..., riziko neúspěchu



Zainteresované strany

Bezpečáci

- představují riziko
- rozhodují o umístění košů, informačních materiálů
- je třeba mít jasný model propagace a návrh prostorového rozmístění košů

Proč do toho jít:

kvůli bezpečnosti 😊

Proč do toho nejít:

nemohou si dovolit do toho nejít







Zainteresované strany

Bezpečáci

- představují riziko
- rozhodují o umístění košů, informačních materiálů
- je třeba mít jasný model propagace a návrh prostorového rozmístění košů

Proč do toho jít:

kvůli bezpečnosti 😊

Proč do toho nejít:

nemohou si dovolit do toho nejít





Zainteresované strany

Správci budov

- jsou přímou součástí plánování a realizace
- je důležité mít jejich souhlas

Proč do toho jít:

osobní zainteresovanost

Proč do toho nejít:

práce navíc





Zainteresované strany

Úklidová služba

- stojí za úspěchem celého projektu
- je schopna monitorovat třídění
- je nutné informovat je o celém systému, dát všechny informace
- komunikace i s jednotlivými zaměstnanci úklidové služby

Proč do toho jít:

zpětná vazba, dobrá věc

Proč do toho nejít:

je to změna

Komunikační kanály:

osobně, společné setkání



Zainteresované strany

Společnost zajišťující odvoz odpadu

- jsou schopni poskytnout informace o tom co třídí a prodávají
- poskytují alternativy řešení při optimalizaci odvozu

Proč do toho jít:

ulehčení práce

Proč do toho nejít:

můžou tratit





Zainteresoované strany



Studenti

- hlavní producenti odpadu

Proč do toho jít:

je to dobrá věc

Proč do toho nejít:

lenost, „Ty tlaky, ty nervy...!“



Zainteresované strany

Zaměstnanci

- největší producenti odpadu po studentech
- problematická skupina

Proč do toho jít:

je to dobrá věc, když jsou vytvořeny podmínky

Proč do toho nejít:

lenost, změna

Komunikační kanály:

univerzitní masmédia, vedení univerzity



Zainterесované strany

Veřejnost

- nezasahuje do projektu
- informovanost veřejnosti je benefit pro univerzitu

Komunikační kanály: tisk, internet

- tiskové středisko univerzity může pomoci





Zainteresoované strany

osobně

- Vedení univerzity
- Správci budov
- Úklidová služba
- Bezpečáci
- Společnost zajišťující odvoz odpadu

- Studenti
- Zaměstnanci
- Veřejnost

↓
masmédia





Jak postupovat?



I. Fáze

- rektor
- UTB – kvestor, velký senát
- KMZ
- správa budov

II. Fáze

- děkan každé fakulty
- správce každé budovy
- bezpečnostní technici
- úklidová firma

III. Fáze

- studenti
- pedagogové



Dobré rady na závěr

Studenti, zaměstnanci:

1. **Pozitivní** přístup k problematice
2. Komunikovat formou, která zaujme – dát téma k rozhovoru
3. Méně je někdy víc – co se textu týče
4. Použít média blízké cílové skupině





Dobré rady na závěr

Vedení, a vůbec, všichni ostatní:

1. Nachystat si dostatek argumentů a faktů
2. Nevynechat žádnou ze stran, která nějak ovlivňuje projekt
3. Postupovat hierarchicky



Pár všeobecných pravd na úvod





Pár ukázek z naší tvorby...



Pár ukázek z naší tvorby

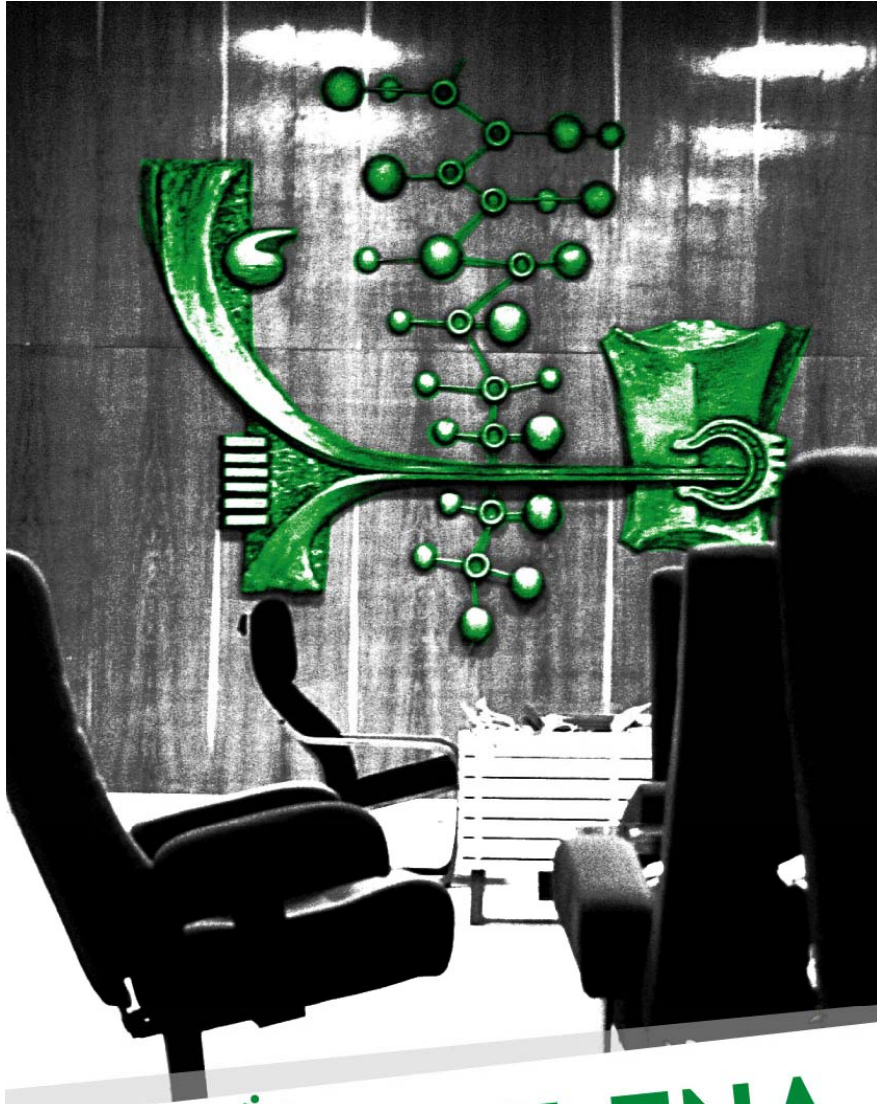
www.zelena.utb.cz

FT jde do **ZELENA**

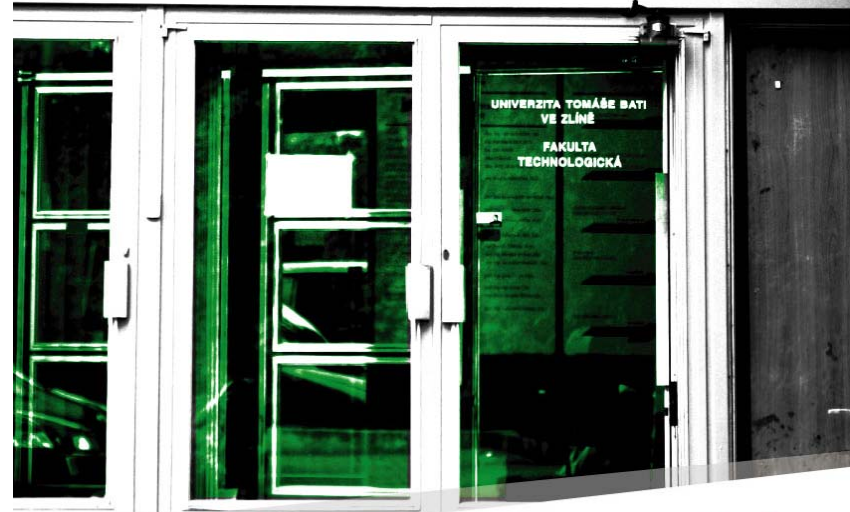


FT jde do **ZELENA**

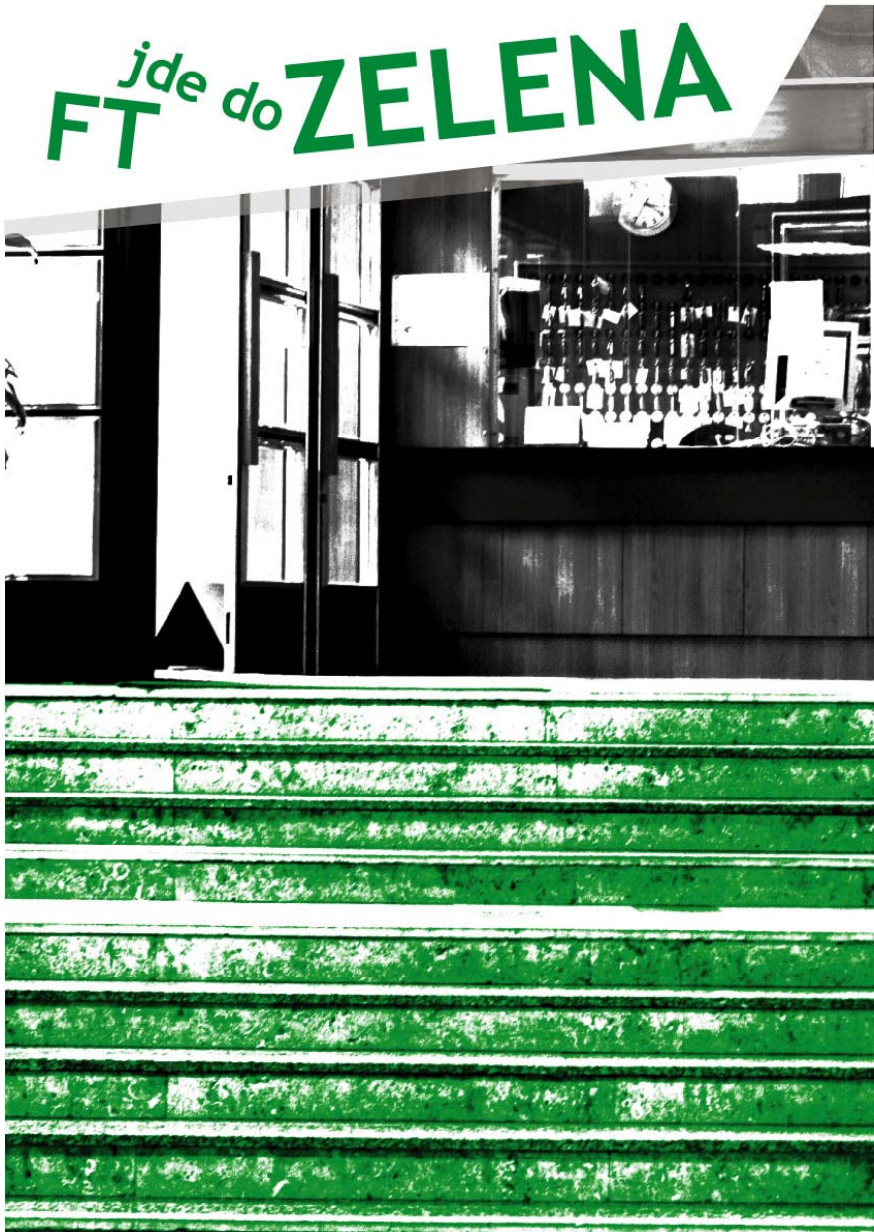
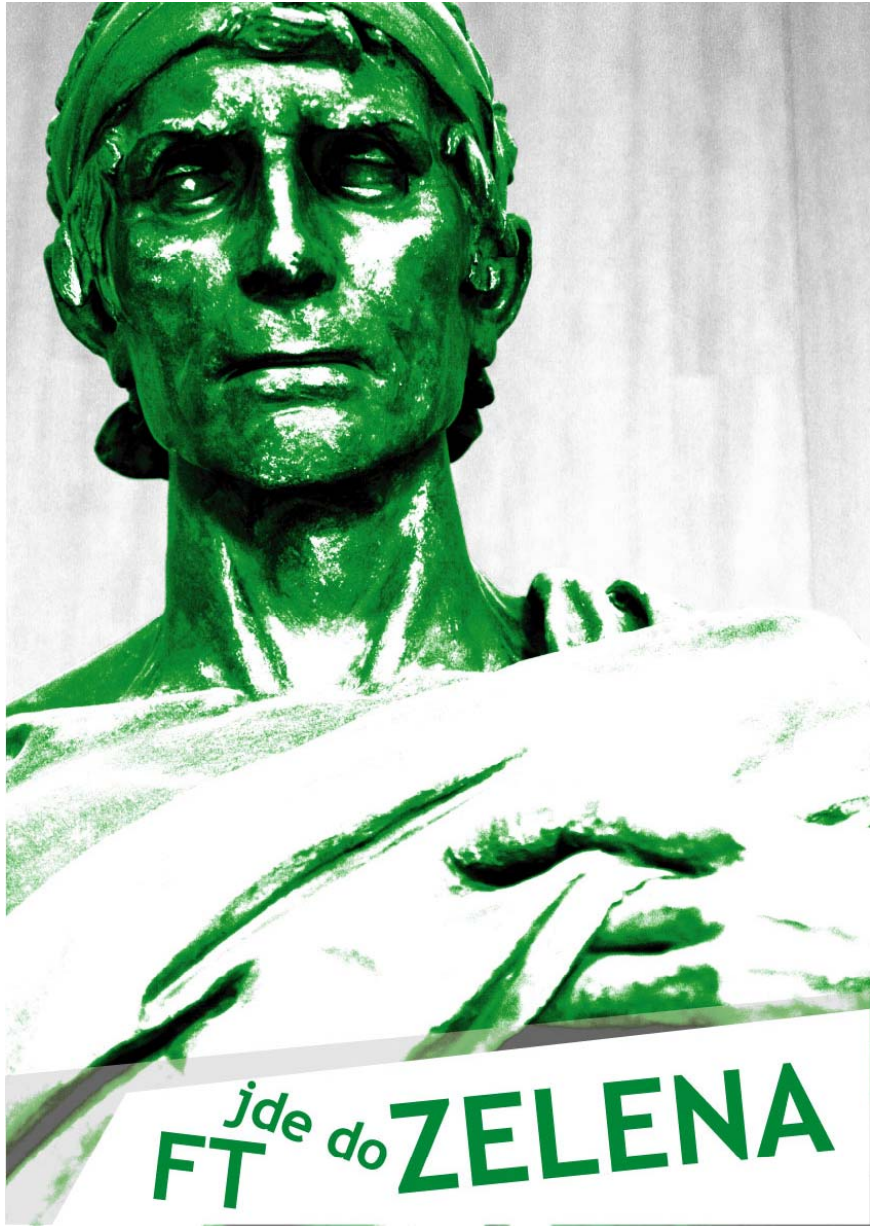




FT jde do **ZELENA**



FT jde do **ZELENA**



Jsem modrý a jsem
na PAPÍR



DO MODRÝCH NÁDOB PATŘÍ:

noviny, časopisy, kancelářský papír, reklamní letáky, knihy, sešity, krabice, lepenku, kartón, papírové obaly (např. sáčky), nápojové kartony, vlakový lístek, tahák, ruličku z toaletního papíru...



PROSÍM, NEVHAZUJTE:

mokvý, mastný nebo jinak znečištěný papír, uhlový a voskovaný papír, použité plenky a hygienické potřeby

Jsem žlutý a jsem
na PLASTY



DO ŽLUTÝCH NÁDOB PATŘÍ:

PET láhve od nápojů (prosím, nezapomeňte je sešlápnout!), kelímky (od aqua bareů, jogurtů, sýrů...), sáčky, fólie, výrobky a obaly z plastů (obaly od baget, bonbonů, oplatků, papírových kapesníků...), polystyrén...



PROSÍM, NEVHAZUJTE:

mastné či hrubě znečištěné plastové sáčky, kelímky se zbytky jídel, novodurové trubky, obaly od nebezpečných látek (motorové oleje, chemikálie, barvy apod.)













Ďakujem za pozornosť