

MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ
Národní orgán pro koordinaci

Evaluace komunikačních aktivit v praxi MMR

VEŘEJNÉ ZAKÁZKY V MARKETINGU STÁTNÍ SPRÁVY

Radek KOBZA

Odbor publicity a evaluací fondů EU

21.10.2022, MMR - AVI



EVROPSKÁ UNIE
Fond soudržnosti
Operační program Technická pomoc



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

Shrnutí na úvod

1

Evaluace nám umožnují lépe směřovat rozvoj našich aktivit

Lépe se nám cílí a rozvíjí naše „produkty“. Snáze se rozhoduje, co posílit a co nedělat. Zpřesňujeme si na koho komunikací míříme.

2

Není třeba měřit a vyhodnocovat vše a vždy

...ale s ohledem na velikost investice, lidi, proveditelnosti a dostupnosti dat. A především: K čemu mi to bude? Chci s tím něco dál dělat?

3

Obracejme směr myšlení



Citace: Simon Sinek: Začněte s PROČ

Proč děláme evaluace komunikačních aktivit?

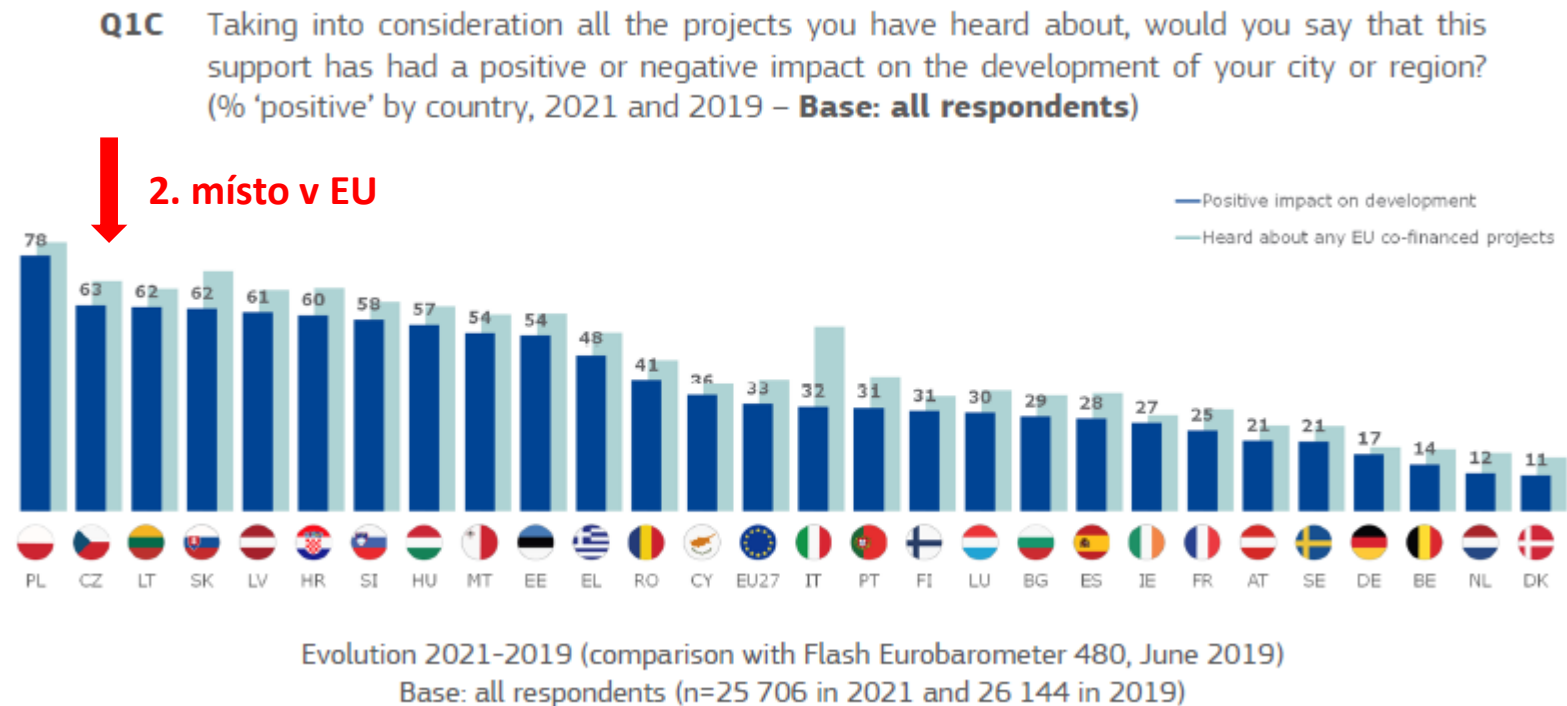
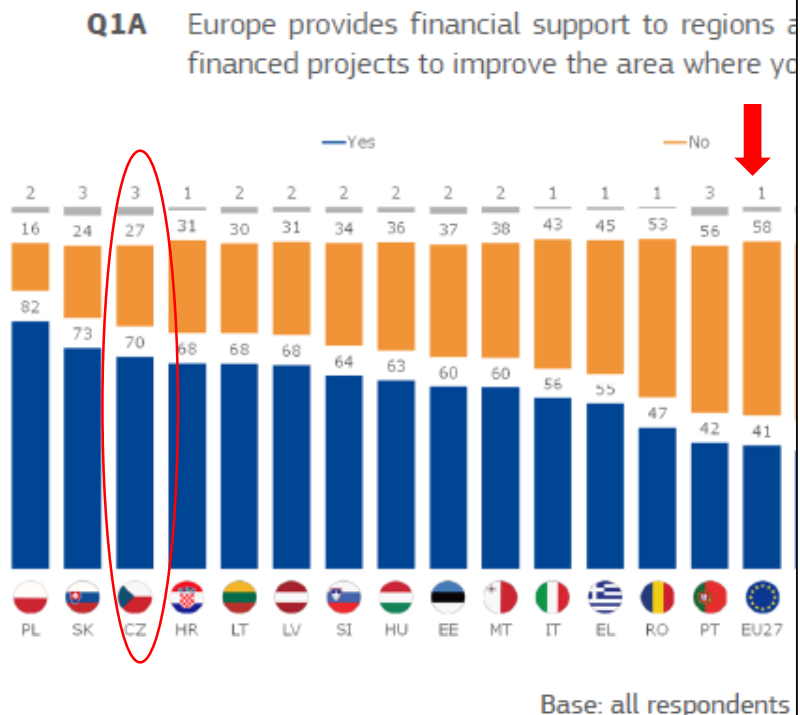
Jak to začalo?

Za vše může
DIKTÁT Z BRUSELU!



Eurobarometr

- dotazníková šetření EK napříč EU (dříve CATI, dnes CAWI)
- pro politiku soudržnosti 1x za 2 roky



Tabulka č. 1 – Naplňování indikátorů ze Společné komunikační strategie 2014–2020

HLAVNÍ INDIKÁTORY	VÝCHOZÍ HODNOTA	Eurobarometr	STEMMARK	IBRS	IBRS	Eurobarometr	Eurobarometr	STEMMARK	STEMMARK	STEMMARK	STEMMARK	CÍLOVÁ HODNOTA	Eurobarometr	STEMMARK	Rozdíl od posledního šetření (VIII 2020)	Rozdíl od cílové hodnoty 2020
	2013	2016	L16	IL16	VL17	2017	2019	IL19	VL19	V.20	VIII.20	2020	2021	XII.21		
Míra povědomí široké veřejnosti o fondech EU																
Stýle(l)a jste někdy o evropských fondech (fondy EU, evropských dotacích)?	83%	-	92%	88%	86%	-	-	94%	95%	97%	97%	85%	80%	94%	pokles o 3 p. b.	nárůst o 9 p. b.
Míra informovanosti o fondech EU u cílové skupiny široké veřejnost																
Domníváte se, že informace o evropských fondech jsou pro zájemce dobře dostupné?	65%	-	-	76%	59%	-	-	62 %	38%	38%	39%	68%	-	29%	pokles o 10 p. b.	pokles o 39 p. b.
Míra znalosti podpořených projektů u cílové skupiny široké veřejnost																
Znáte nějaký projekt, který byl financován z evropských fondů?	67%	73%	-	60%	56%	68%	75%	57 %	66%	66%	68%	70%	70%	45%	pokles o 23 p. b.	pokles o 25 p. b.
VEDLEJŠÍ INDIKÁTORY	VÝCHOZÍ HODNOTA	Eurobarometr	STEMMARK	IBRS	IBRS	Eurobarometr	Eurobarometr	STEMMARK	STEMMARK	STEMMARK	STEMMARK	CÍLOVÁ HODNOTA	Eurobarometr	STEMMARK	Rozdíl od posledního šetření (VIII 2020)	Rozdíl od cílové hodnoty 2020
	2013	2016	L16	IL16	VL17	2017	2019	IL19	VL19	V.20	VIII.20	2020	2021	XII.21		
Míra pozitivního vnímání přínosů kohezní politiky u cílových skupin	65%	85%	60%	75%	66%	-	-	76%	73%	65%	47%	-	-	60%	nárůst o 17 p. b.	NR
Jak hodnotíte přínosy evropských fondů pro život obyvatel ČR ?					pro život obyvatel ČR			pro život obyvatel ČR	pro život obyvatel ČR	pro život obyvatel ČR	pro život obyvatel ČR	-	-	pro život obyvatel ČR		
Jak hodnotíte přínosy evropských fondů pro život obyvatel ve Vašem regionu/kraji ?					pro kraj/region	65%	85%	86%	71%	70%	68%	47%	89%	56%	nárůst o 9 p. b.	NR
					pro kraj/region	(průměr EU: 70 %)	(průměr EU: 61 %)	pro kraj/region	pro kraj/region	pro kraj/region	pro kraj/region	-	(průměr EU: 80 %)	pro kraj/region		
Jak hodnotíte přínosy evropských fondů pro Vás osobně ?					pro Vás osobně	56%	50 % osobní prospěch z projektu (2.místo za PL, průměr EU: 24 %)	50 % osobní prospěch z projektu (průměr EU: 28 %)	47%	63%	49%	38%	39 % (druhé místo za Polskem, průměr EU: 16 %)	55%	nárůst o 13 p. b.	NR
					pro Vás osobně	pro Vás osobně	pro Vás osobně	pro Vás osobně	pro Vás osobně	pro Vás osobně	pro Vás osobně	-	-	pro Vás osobně		
Míra vnímání transparentnosti procesů spojených s čerpáním ESI fondů																
Řekl(a) byste, že peníze z evropských fondů jsou v ČR využívány transparentně/průhledně?	22%	-	-	34%	31%	-	-	30%	29%	-	-	-	-	21%	2020 nebyl dotaz položen	NR

* U Míry pozitivního vnímání přínosů kohezní politiky u cílových skupin jde o součet % za rozhodně přínosné a spíše přínosné

Eurobarometr 2015 (č. 423): http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/reports/eurobarometer/423/citizen_awareness_summary_en.pdf

IBRS II. 2016 (sběr dat proběhl po kampani): <http://www.strukturalni-fondy.cz/cs/Fondy-EU/Narodni-organ-pro-koordinaci/Evaluace/Knihovna-evaluaci/Informovanost-o-fondech-EU-unar-2016>

Eurobarometr 2017 (č. 452): <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/ResultDoc/download/DocumentKy/79240>

Eurobarometr 2019 (č. 480): <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/ResultDoc/download/DocumentKy/88044>

Eurobarometr 2021 (č. 497): <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2286>

Podrobnější dotazníkové šetření MMR-OPEFEU

- cca 1x ročně
- metoda CAWI
- sledování indikátorů na úrovni programu (OP Technická pomoc)
- detaillněji hodnocení přínosů:
 - pro ČR
 - region / kraj
 - pro Vás osobně

=) ovlivňuje naše hypotézy a komunikační cíle kampaní; využíváme pro segmentaci CS („přesvědčitelní“) a zpřesnění popisu CS.

Dotazník jako součást větších POST-TESTŮ i PRE-TESTŮ nadlinkových kampaní. Někdy doplněn o FOKUS GROUPS.

FOKUS GROUPS

- [illegible]

[illegible][illegible]

EVROPSKÉ FONDY DĚLAJÍ ČESKO BEZPEČNĚJŠÍM

Miliardové prostředky z EU pomáhají hasičům, policistům a záchranářům čelit katastrofám a zachraňovat životy

KDE
fondy EU
pomáhají

Výzva pro Integrovaný ziskový systém (IZS) - Nový výzva je IZS je požadována k tomu, aby zvyšuje schopnost malých a středních podniků přeměnit se v podniky ziskové - Služby IZS jsou vyvíjeny experimentální metodou, například pro ziskové u tržních podniků	Nové či modernizované prvky IZS - Číslo podniků, které jsou schopny být ziskové, se zvyšuje - Podpora vnitřního přesunu v rámci podniků a jednotek a vnitřního ziskového systému, aby zvýšily ziskové prostředky podniků
---	---

- Ytjwksiozsk 125
- Coronapod frezdy podpostu
moze ruzoz: wykowozno
a kszozkzoz comter. Kszozkz
trezm kje. zskozkzozm ozoz
kzozkzoz zskozkzoz.
- Piszozkzoz na ozozkzoz
simulozkzoz a trezm kszozkzoz
kzozkzoz skozkzoz kszozkzoz
zskozkzoz u wykzozkzoz ozozkzoz
ozozkzoz ozozkzoz ozozkzoz.
- Napozkzoz ozozkzoz
ozozkzoz ozozkzoz ozozkzoz
ozozkzoz ozozkzoz ozozkzoz.

Prostředí
Integrované

ROP
4,536 miliardy Kč

Nový investiční

15,8
miliardy Kč

Model
Příjem
Cíl pro
nových
něj vy
na Vyso



PRIZACE VYBAVENÍ

ce: Kraj Vysočina

jektu: Získání čtrnácti
sanitek, ale i moder-
banitek pro záchranáře
čině. K dispozici mají



**NOVÁ HASIČSKÁ CISTERNA
PRO GOLČOV JENÍKOV**

Příjemce: Město Golčův Jeníkov

Cíl projektu: Modernizace
vybavení hasičského sboru
Nová cisterna pomáhá řešit

LEPŠÍ VYBAVENÍ

Příjemce: Ministerstvo vnitra

Cíl projektu: Pořízení 711 kusů vybavení pro české republiky. Nové vybavení umožní rychle

Jaké
pro n
v obe



POLICIE

stvo vnitra

ení celkem
ro Policii
vé vyba-
tí a bez-

příležitosti přine
rozvoj regionů
dobí 2021–2027

Z fondů se například financovalo

 618

Vice Information

PHASE

 MINISTERS

**Veřejné z
Dotace EU**

1: 65 300 105 Kč

Dotace EÚ: 7 24

1281348 Kc
50972 Kc

Dotace EU: 910 862

741 350 Kč
7 650 Kč

11

Co jsme ještě vyzkoušeli? (II)

EXPERTNÍ PANEL

- propagační předměty (2017)

*Profesní pohled na výběr
předmětů vzhledem k
požadovanému cíli, jejich kvalita a
zpracování, cenový benchmark,
doporučení.*



Co jsme ještě vyzkoušeli? (III)

MYSTERY CALLING (2019)

Provozujeme bezplatnou telefonní linku Euforon 800 200 200 k problematice EU a evropských fondů.

Cíl evaluace: Ověřit profesionalitu operátorů jak po věcné stránce (poskytnutí správné odpovědi), tak mezilidské komunikace (jakým způsobem řeší různé situace).

MYSTERY SHOPPING (2019)

Řídíme síť 13 regionálních informačních Eurocenter, poskytují poradenství a primární konzultace o dotacích z fondů EU v krajích.

Cíl evaluace: Ověřit profesionalitu komunikačních úředníků jak po věcné stránce (poskytnutí správné odpovědi), tak mezilidské komunikace (jakým způsobem řeší různé situace).

UX testování vybraných částí webu DotaceEU.cz (2020)

4 zástupci 3 cílových skupin, forma řízeného rozhovoru, zadání a úkolů + následný rozbor

Vyhodnocování a evaluace eventů

**Den otevřených dveří na projektu podpořeném z fondů EU (2017)
Dolní Břežany – ELI a HILASE („světově nejvýkonnější lasery“)**

- **3000 účastníků**, z toho **1 000 absolvovalo** komentovanou prohlídku výzkumných center
- „plné“ stánky a aktivity pro celou rodinu po celý den



**Otázka do publika:
BYLA TATO AKCE ÚSPĚŠNÁ?**



Vyhodnocování a evaluace eventů (II)

Od roku 2018 musí naši eventoví koordinátoři umět **popsat úspěch akce již při přípravě** (stanovení cíle již při návrhu rozpočtu).

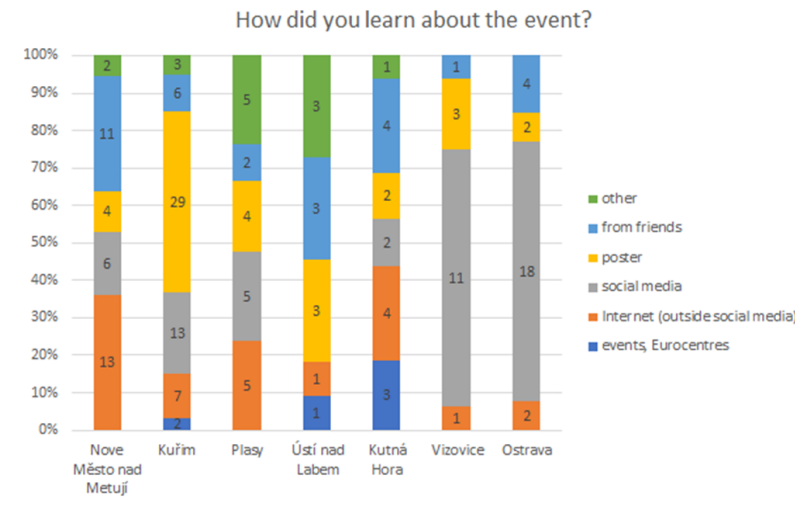
Snažíme:

- **Formukovat hypotézu** – Ohodnotí účastníci přínos projektů podpořených z fondů EU více pozitivně, když mají příležitost vidět projekt, když si mohou „šáhnout“ na přínosy?
(! indikátor – vnímání přínosu pro můj region / kraj a pro mne osobně)
- **Kvantifikovat cíle**
 - návštěvnost bude nejméně 500 účastníků / 1 event;
 - z toho více než 50 % z nich ohodnotí event známkou lepší než 2 (1-5); nejméně 50% z nich bude vnímat vliv prostředků z EU, více než 50 % z nich bude znát více jak 3 projekty podpořené EU v daném regionu

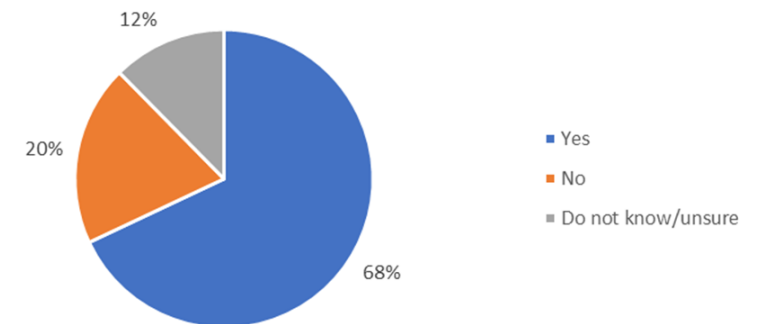
Vyhodnocování a evaluace eventů (III)

Jak to děláme?

- **Dotazníky na místě** (hosteska, tablet, 3 otázky...)
- **Dotazník mailem s odstupem po akci** – společně s odkazem na fotky z akce / mail máme z hlasovacího lístku na místě...



Have you known any project co-funded from the EU Funds before you attended this event?



EVALUCE VSTUPUJE DO DESIGNU PŘÍŠTÍCH AKCÍ VČ. JEJICH PROPAGACE

Shrnutí v mezičase...

1

Evaluace nám umožnují lépe směřovat rozvoj našich aktivit

Lépe se nám cílí a rozvíjí naše „produkty“. Snáze se rozhoduje, co posílit a co nedělat. Zpřesňujeme si na koho komunikací míříme.

2

Není třeba měřit a vyhodnocovat vše a vždy

...ale s ohledem na velikost investice, lidi, proveditelnosti a dostupnosti dat. A především: K čemu mi to bude? Chci s tím něco dál dělat?

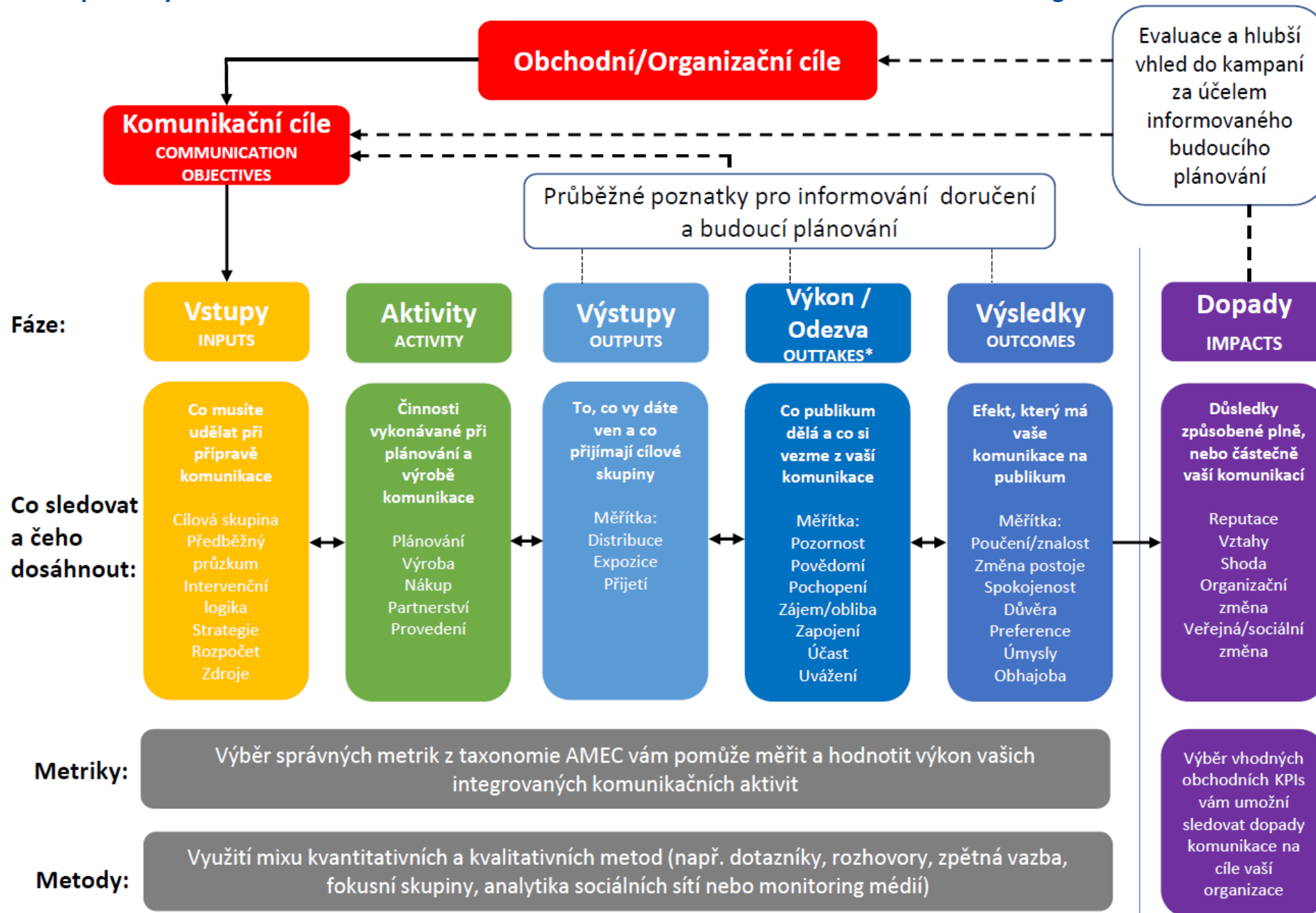
3

Obracejme směr myšlení



Citace: Simon Sinek: Začněte s PROČ

Model inspirovaný British Government Communication Service evaluation framework a AMEC's Integrated Evaluation Framework



* outtakes - někdy také překládané jako střednědobé výsledky

STAGES MACRO-LEVEL	INPUTS ²	ACTIVITIES	OUTPUTS	OUT-TAKES ³	OUTCOMES ⁴	IMPACTS ⁵
Short definition	What you need in preparation for communication	Things you do to plan and produce your communication	What you put out that is received by target audiences	What audiences do with and take out of your communication	Effects that your communication has on audiences	The results that are caused, in full or in part, by your communication
EXAMPLE METRICS & MILESTONES MICRO-LEVEL	• SMART objectives • Targets / KPIs	• Baselines / benchmarks (e.g., current awareness) • Audience needs, preferences, etc. • Strategic plan • Evaluation plan • Pre-test data (e.g., creative concepts) • Content produced (e.g., media releases, Websites) • Media relations	• Publicity volume • Media reach • Impressions/OTS • Share of voice • Tone/sentiment/ favourability • Messages placed • Posts, tweets, etc. • Advertising TARPs • E-marketing volume • CPM • Clickthroughs • Event attendance	• Unique visitors • Views • Response (e.g., follows, likes, tags, shares, retweets) • Return visits/views • Recall (unaided, aided) • Positive comments • Positive response in surveys, etc. • Subscribers (e.g., RSS, newsletters) • Inquiries	• Message acceptance • Trust levels • Statements of support or intent • Leads • Registrations (e.g., organ donor list) • Brand preference • Trialling • Joining • Reaffirming (e.g., staff satisfaction)	• Public/s support • Meet targets (e.g., blood donations; cancer screening membership, etc.) • Sales increase • Donations increase • Cost savings • Staff retention • Customer retention/ loyalty • Quality of life / wellbeing increase
METHODS OF EVALUATION	• Internal analysis • Environmental scanning • Feasibility analysis • Risk analysis	• Metadata analysis (e.g., past research and metrics) • Market/audience research (e.g., surveys, focus groups, interviews) • Stakeholder consultation • Case studies (e.g., best practice) • SWOT analysis (or PEST, • PESTLE, etc.) • Pre-testing panels • Peer review / expert review	• Media metrics (e.g., audience statistics, impressions, CPM) • Media monitoring • Media content analysis (quant) • Media content analysis (qual) • Social media analysis (quant and qual) • Activity reports (e.g., events, sponsorships)	• Web statistics (e.g., views, downloads) • Social media analysis (qual – e.g., comments) • Feedback (e.g., comments, letters) • Ethnography¹⁰ (observation) • Netnography¹¹ (online ethnography) • Audience surveys (e.g., re awareness, understanding, interest, opinion) • Focus group (as above) • Interviews (as above)	• Social media analysis (qual) • Database statistics (e.g., inquiry tracking identifying sources) • Ethnography (observation) • Netnography (online ethnography) • Opinion polls • Stakeholder surveys (e.g., re satisfaction, trust) • Focus groups (as above) • Interviews (as above) • Net Promoter Score (NPS)¹²	• Database records (e.g., blood donations, health outcomes, membership, etc.) • Sales tracking • Donation tracking • CRM data • Staff survey data • Reputation studies • Cost Benefit Analysis/ Benefit Cost Ratio • ROI (if there are financial objectives) • Econometrics¹³ • Quality of life scales & wellbeing measures

NA ZÁVĚR OKÉNKO PRO AGENTURY

Jak se soutěží dodavatel výzkumu / evaluace?

Předpokládá hodnota (Kč bez DPH) a předmět plnění veřejné zakázky určuje režim

soutěžení („typ“, náročnost na předložení množství dokumentů, ale i kdo na ministerstvu VZ podepisuje a následně vypisuje...)

SLUŽBY	objednávka	veřejná zakázka malého rozsahu (VZMR)	podlimitní řízení	nadlimitní řízení
	< 500.000 Kč	< 2.000.000 Kč	<3.873.000 Kč	> 3.873.000 Kč

Pozn.: Jedná se o nejnižší limity, jsou i vyšší podle §4 ZZVZ Zadavatel

Nicméně: problematika „sčítání“ VZ do přísnějšího režimu pokud se jedná o podobný předmět plnění ve stejném čase jednoho zadavatele (jedno IČO)

Nákup přes **podlimitní / nadlimitní VZ** vedoucí k:

- uzavření rámcové smlouvy s 1 dodavatelem (nebo RS na části s 1 dodavatelem, méně často více dodavatelů)
- zavedení dynamického nákupního systému (DNS) – případ MMR, část 3 pro evaluaci komunikačních aktivit



Dotazy?

Děkuji za pozornost.

[radek.kobza\(@\)mmr.cz](mailto:radek.kobza(@)mmr.cz)



EVROPSKÁ UNIE
Fond soudržnosti
Operační program Technická pomoc



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR