Strategické plánování
Obsah:

• Co to je?
• Jak se tvoří?
• Co na to potřebujeme?
• Jak vypadá dobrý výsledek?
• Co všechno obsahuje?
Akční řízení
Strategické přemýšlení
3 – 5 let
Podle čeho rozhodnout kudy jít?
ANALÝZY

- SWOT
- STEEP
- BOSTONSKÁ MATICE
- ANALÝZA KONKURENCE
- ANALÝZA PARTNERŮ POSKYTUJÍCÍCH PROSTŘEDKY
- DOTAZNÍKY
- ROZHOVORY
- ATD.
OBLASTI

1. PR
2. FR A MR
3. HR
4. TÉMATICKÉ / UMĚLECKÉ ZAMĚŘENÍ

Paramita
KDO MÁ STRATEGICKÝ PLÁN VYTVÁŘET?
KDO VŠECHNO SE MÁ TVORBY ÚČASTNIT?
PARTICIPATIVNÍ STRATEGIE může zkreslit data
PARTICIPATIVNÍ STRATEGIE může zkreslit data
VÝBĚR ÚČASTNÍKŮ JE ZÁSADNÍ
KDY JE VHODNÉ ZAČÍT STRATEGICKY PLÁNOVAT?
3 FÁZE VÝVOJE ORGANIZACE
1. Všichni dělají všechno.
1. Všichni dělají všechno.

• PLUSY
• MÍNUSY
2. Máme šéfa.
2. Máme šéfa.

• PLUSY

• MÍNUSY

- PLUSY
- MÍNUSY
KTERÁ FÁZE JE NEJVHODNĚJŠÍ NA STRATEGICKÉ PLÁNOVÁNÍ?
SBĚR DAT PŘEDEM
SWOT – metody sběru
BRAINSTORMING
SWOT – metody sběru
BRAINWRITING
SWOT – metody sběru
SKUPINOVÁ PRÁCE
SWOT – vyjasnění položek
SWOT – agregace položek
**SWOT – bodování položek**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Pokoj č. 4</th>
<th>Neděle</th>
<th>Pondělí</th>
<th>úterý</th>
<th>úterý II</th>
<th>středa</th>
<th>středa II</th>
<th>čtvrtek</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>10</td>
<td>10</td>
<td>9</td>
<td>9</td>
<td>10</td>
<td>8</td>
<td>10</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Pokoj č. 5</th>
<th>Neděle</th>
<th>Pondělí</th>
<th>úterý</th>
<th>úterý II</th>
<th>středa</th>
<th>středa II</th>
<th>čtvrtek</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>9</td>
<td>9</td>
<td>8</td>
<td>8</td>
<td>10</td>
<td>7</td>
<td>10</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Pokoj č. 6</th>
<th>Neděle</th>
<th>Pondělí</th>
<th>úterý</th>
<th>úterý II</th>
<th>středa</th>
<th>středa II</th>
<th>čtvrtek</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>9</td>
<td>10</td>
<td>9</td>
<td>6</td>
<td>7</td>
<td>4</td>
<td>10</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Pokoj č. 7</th>
<th>Neděle</th>
<th>Pondělí</th>
<th>úterý</th>
<th>úterý II</th>
<th>středa</th>
<th>středa II</th>
<th>čtvrtek</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>10</td>
<td>10</td>
<td>9</td>
<td>5</td>
<td>8</td>
<td>6</td>
<td>10</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>silné stránky</td>
<td>slabé stránky</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>--------------------------------------------------------------------------------</td>
<td>--------------------------------------------------------------------------------</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>komplexní služby od těhotenství po 12 let dítěte + dospělí, široká nabídka služeb, denně otevřená herna</td>
<td>nemáme jednoho člověka na fundraising</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>kvalitní vedení, rada</td>
<td>nerovnoměrnost pracovního vytížení, Lída toho má moc, stojíme na Lídě (bez Lídy by nebyl kontakt s radnicí, se zastupitelstvem, grantovými komisemi atd.)</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>umíme psát granty, už víme, co funguje ve FR</td>
<td>je těžké přilákat nové klienty</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>jsme bezkonkureční v programech a službách pro děti do 3 let, mimiklub - nejvíce navštěvovaný - kurzy pro těhotné, péče pro novorozence i s fyzioterapeutkou</td>
<td>paradoxně se ulehčuje rodinný život klientům, ale ztěžuje dobrovolníkům a zaměstnancům (musejí si zajistit hlídání dětí, jejich děti do MC nechtějí)</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>příležitosti</th>
<th>hrozby</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>zájem o keramickou dílnu nebo jiné aktivity pro rodiče / dospělé o víkendech (ideálně zároveň s akcí pro děti)</td>
<td>snižují se dotace</td>
</tr>
<tr>
<td>potřeba malých NNO vzdělávat v tom, jak psát projekty, jak oslovit sponzory, sestavit org. Strukturu, vést tým, pracovat s dobrovolníky atd.</td>
<td>finanční krize - naše služby jsou nadstandard</td>
</tr>
<tr>
<td>spolupráce s družinami (i Staré Milovice), možnost spolupráce s novou ZŠ individuální projekt Středočeského kraje na Nízkoprahový klub</td>
<td>nedostatek zaměstnanců na kroužky</td>
</tr>
</tbody>
</table>

individuální projekt Středočeského kraje na Nízkoprahový klub
Definice témat ze SWOT

- Firemní sponzoring a individuální dárci
- PR – nejsme vidět
- Péče o zaměstnance
- Spolupráce se zahraničím
Definice dlouhodobých cílů

- **S** – konkrétní
- **M** – měřitelné
- **A** – přijatelné
- **R** – reálné
- **T** – termínováno
- + zodpovědná osoba
Rozložení na krátkodobé cíle a pak do akčních plánů
<table>
<thead>
<tr>
<th>Krátkodobý cíl</th>
<th>Aktivity</th>
<th>Co to bude stát navíc</th>
<th>Zodpovědná osoba</th>
<th>Kdo realizuje</th>
<th>2016</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>I.</td>
<td>II.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>III.</td>
<td>IV.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>V.</td>
<td>VI.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>VI I.</td>
<td>II.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>IX.</td>
<td>X.</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td>XI I.</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>
Cesta do mikrokosmu a zase zpátky
Motivace – jdeme do toho společně!
Pravidelná revize
A po 3 letech znovu 😊
Vaše dotazy?