

## Obrazloženje

U skladu s misijom, vizijom i strateškim ciljevima, Hrvatski zavod za zapošljavanje (HZZ) želi poboljšati komunikaciju s građanima i ostalim korisnicima njegovih usluga. Društvene mreže su postale ključni element svake ozbiljnije komunikacijske strategije, neovisno radi li se o realnom ili javnom sektoru. Imajući u vidu posebnosti usluga koje HZZ nudi svojim korisnicima, jasna je potreba za integracijom različitih društvenih mreža u široki komunikacijski okvir zavoda i potreba za jedinstvenom strategijom korporativnih komunikacija. Stoga je započet projekt prisustva HZZ-a na društvenim mrežama, te je u suradnji s konzultantskom tvrtkom Infocumululus napravljen dokument "Strategija nastupa i upravljanje profilima na društvenim mrežama Zavoda" u kojem je definiran plan nastupa i politika korištenja društvenih mreža za zaposlenike Zavoda. Dana 05.10.2012., otprilike pet mjeseci od otvaranja profila, bilo je 2.209 pratitelja („likeova“) na Facebooku, i taj broj svakodnevno raste za 10–ak pratitelja. Broj followera (korisnika koji nas prate) na Twitteru je 286. Na Facebooku je odgovoreno na oko 120 upita na privatne poruke, te svakodnevno budu po 2-3 korisničke objave, na koje se odgovara ako uključuju neki upit. Najveći broj korisnika je dobne skupine 18-34 godine, te se planiraju objave prilagođene ovoj dobnoj skupini, te promicanje mjera aktivne politike zapošljavanja koje provodi Zavod. S obzirom da utjecaj društvenih mreža raste, a broj korisnika se povećava, potrebno je donijeti strategiju kojom bi se definiralo da plan nastupa HZZ na društvenim mrežama predviđa da on-line zajednicu gradimo pažljivo i kvalitetno, a cilj je otvaranjem novim komunikacijskih kanala nastupom na društvenim mrežama poboljšati komunikaciju sa nezaposlenima, poslodavcima i ostalim korisnicima usluga HZZ-a, olakšati pristup bitnim informacijama, dobiti povratnu informaciju o percepciji naše ustanove u očima korisnika, ostalih dionika na tržištu rada i cjelokupne javnosti.