



Broj: 01-GV-02-1058-1/22
Datum, 29.06.2022. godine

Shodno odredbama člana 26. stav 1. tačka 2. Statuta Grada Sarajeva („Službene novine Kantona Sarajevo“, broj 34/08) i člana 148. Poslovnika Gradskog vijeća Grada Sarajeva („Službene novine Kantona Sarajevo“, br. 28/09, 11/20 i 19/20), na 17. sjednici Gradskog vijeća Grada Sarajeva, održanoj 29.06.2022. godine, **predsjedavajući Gradskog vijeća Grada Sarajeva Jasmin Ademović** uputio je **inicijativu** sljedećeg sadržaja.

Potrebno je da nadležni organi Kantona Sarajevo i KJKP „Rad“ d.o.o. Sarajevo provedu kampanju/projekt „Mi smo Sarajevo“ – „Mi smo Rad“ koja ima dva osnovna cilja, a to su povećanje prepoznatljivosti firme (brand awareness-a) i edukacija stanovništva o KJKP „Rad“.
Inicijativa je u prilogu ovog akta.

PREDSJEDAVAJUĆI GRADSKOG VIJEĆA

Jasmin Ademović, s.r.

Prilog: Inicijativa

Dostaviti:

- Ministarstvo komunalne privrede, infrastrukture, prostornog uređenja, građenja i zaštite okoliša
- KJKP „Rad“ d.o.o. Sarajevo
- Gradonačelnici, na znanje
- Evidenciji
- a/a



Jasmin Ademović, predsjedavajući Gradskog vijeća Grada Sarajeva

Bosna i Hercegovina - Federacija Bosne i Hercegovine
Kanton Sarajevo - GRAD SARAJEVO
GRADSKO VIJEĆE

PRIMLJENO: 23 JUN 2022			
Org. jed.	Broj	Prilog	Vrijednost
01-GV-02		1058/22	

GRADA SARAJEVO
GRADSKO VIJEĆE

U skladu sa Statutom Grada Sarajeva i Poslovníkom Gradskog vijeća, u funkciji gradskog vijećnika, podnosim inicijativu nadležnim organima Kantona Sarajevo i KJKP RAD, d.o.o. Sarajevo da provedu kampanju/projekt „Mi smo Sarajevo“ – „Mi smo Rad“ koja ima dva osnovna cilja:

1. Povećanje prepoznatljivosti firme (brand awareness-a)
2. Edukacija stanovništva o KJKP Rad

Obrazloženje koncept kampanje

KJKP RAD preduzeće javnosti predstavljeno kao preduzeće čija je osnovna djelatnost prikupljanja, transporta i deponovanja komunalnog otpada na području Kantona Sarajevo, te najveći izazovi s kojima se preduzeće susreće je u vrijeme zimskog perioda jer građani/građanke nisu upoznati s određenim činjenicama.

Putem kampanje koja se predlaže želi se direktno komunicirati o svim djelatnostima te educirati građane/građanke Sarajeva o dugoročnim aktivnostima te projektima. Koncept #mismoSarajevo #mismoRad bi se odvijao u fazama. Koncept #mismoSarajevo #mismoRad se temelji na pogledu da su vi građani/građanke dijelom KJKP RAD. Uposlenici KJKP RAD-a mogu učiniti grad lijepim i čistim jednokratno, ali učešćem svih građana/građanki on može biti uvijek reprezentativan i čist. U samom konceptu fokus se stavlja na ruke koje su izvršioći usluge. Potaći građane da se opredijele da pokupe papirić s ulice i time potpomognu čišćem gradu, odnosno da odustanu od namjere da bace papirić koji će ga učiniti „prljavijim“.

Koncept jačanja prepoznatljivosti (brand awareness) o preduzeću bi išao u fazama:

I Faza

1. Redizajn i modernizacija web stranice
2. Uvođenje korisničkog servisa (Customer Servis)
3. Aplikacija KJKP RAD
4. Aplikacija za djecu RADKids

II Faza

1. Kampanja za povećanje prepoznatljivosti svih projekata iz prve faze
2. Predstavljanje aplikacije RADKids i izrada u suradnji s obrazovnim institucijama te korištenje u školama.

III Faza

1. Izrada video spota #mismoSarajevo #mismoRad
2. Brandiranje vozila KJKP RAD s ispisom kampanje
3. Kampanja povećanja prepoznatljivosti – digitalna kampanja putem društvenih mreža i Google Display kampanja
4. Informacije za medije
5. Gostovanje u medijima

IV Faza

1. Proljetno čišćenje grada Sarajeva sa građanima/građankama u suradnji s osviještenim influencerima koji će pozvati na aktivnost
2. Poziv građanima na takmičenje „Naš park je najljepši“
3. Poziv školama na takmičenje „Naše dvorište je najljepše“
4. Poziv školama za skupljanje plastičnih boca

Osnovni cilj KJKP RAD je povećanje prepoznatljivosti firme i edukacija građana/građanki.

1. Algoritmi društvenih mreže preferiraju kratke video-e,
2. Instagram i Tik Tok su postale dominantne platforme,
3. Publiku privlače kreativna rješenja koja imaju priču,
4. Facebook/Instagram Reels, Stories, Lives su najuspješniji za širenje publike.

Aktivnosti na društvenim mrežama

1. Kratke vide objave na Instagramu (Instagram Reels) su trenutno glavni način postizanja značajnog organskog dosega.
2. Instagram u prošlosti nije pokazao visoke rezultate kada su u pitanju bile posjete na web stranicu, ali Reels sadržaj bi mogao pomoći u boljem pozicioniranju KJKP RAD-a.
3. Važna napomena: Reels sadržaj koji uključuje osobu (lice) na ekranu ima do 60% bolje rezultate kad je u pitanju doseg i broj interakcija.

U Sarajevu, 22.06. 2022. godine,