

Strategický plán Tosara, z.s. (od 2024)

Strategický dokument vznikl na dvoudenním setkání v květnu 2024 (30.-31.5.) za účasti velké části zaměstnanců a lektorů organizace Tosara, za facilitace společnosti GovLab. V září 2024 pak na tvorbu strategického plánu navázalo metodické setkání, kde facilitátor zaškolil již užití kolektiv zaměstnanců (manažerský tým) v tom, jak s plánem průběžně pracovat, vyhodnocovat naplánované cíle a stanovovat si nové. Strategický plán je totiž koncipován jako průběžný – nestanovuje sadu cílů, kterých je třeba do určitého termínu dosáhnout a pak vytvořit plán nový, ale pracuje s definováním základních pilířů a cílů, které se průběžně naplňují, upřesňují a redefinují a zároveň vyhodnocují. Plán tak umožňuje naplňování cílů propojit s běžnou činností organizace a vyhodnocování zapojit do běžného systému porad.

Strategické cíle

V rámci strategického plánu jsme si definovali a průběžně sledujeme 3 hlavní – strategické cíle, z nichž každý se dělí ještě na několik podcílů.

1. Zavedené a reagující služby

- 1.a Funkční a využitelné nástroje práce
- 1.b Fungující spolupráce s aktéry
- 1.c Sledování dopadu na klienty

2. Funkční a spokojený tým

- 2.a Dostatečné kapacity a zastupitelnost v týmu
- 2.b Efektivní komunikace a struktura pozic
- 2.c Otevřený kolektiv, který společně roste

3. Silný FR/PR a osvěta

- 3.a Osvěta a lobbying
- 3.b Viditelná značka a čitelná komunikace
- 3.c Finanční stabilita

U každého podcíle jsme stanovili, jak konkrétně vypadá úspěšné naplnění cíle a jak se projevuje (viz tabulka dále).

Práce s plánem

Plán nastavujeme/vyhodnocujeme jednou za čtvrt roku v rámci strategických manažerských porad. Cíle, kterým se na toto období chceme nejvíce věnovat, zapisujeme do tzv. karet taktik, kde je vždy vypsáno konkrétně čím se budeme zabývat a kdo má tento cíl na starosti. Karty taktik pak stručně probereme ještě na každé měsíční manažerské poradě, kde cíle připomeneme a zjistíme jejich průběžné naplňování.

Na čtvrtletní strategické poradě pak vyhodnocujeme v rámci manažerského týmu posuny v celém plánu za kvartál s důrazem na cíle popsány v kartách taktik. Jednotlivé strategické a dílčí cíle označíme barevně (barvy semaforu) dle míry naplnění. Následně stanovíme priority pro další tříměsíční období.

Cíle, které se týkají jednotlivých sužeb/týmů, představují koordinátoři služeb na svých týmových poradách, případně zajišťují jejich naplňování a informace o naplnění sdělují zpět na manažerské poradě.

Jednou za rok pak strategický plán revidujeme v rámci celé organizace, kde mohou být také upraveny strategické a dílčí cíle podle aktuálních potřeb organizace.

STRATEGICKÝ PLÁN 2024 - 2027

VIZE	Šance pro všechny děti vzdělávat se podle svých potřeb.
MISE	Pomáháme znevýhodněným dětem získat dovednosti nezbytné pro školu i život.

Strategické cíle	Dílčí cíle	Jak konkrétně vypadá úspěch?	Jak se to projevuje?
1. Zavedené a reagující služby	Funkční a využitelné nástroje práce	Živá metodika, která se využívá a pomáhá lidem v práci.	Víme, kde je živá metodika. Máme systém, jak metodiku aktualizovat a revidovat o sdílenou praxi. funguje i jinde. Máme seznam organizací, kam můžeme jít pro inspiraci, naslech, staž.
	Fungující spolupráce s aktéry	máme důvěru a respekt dalších aktérů /institucí	Ostatní aktéři o nás vědí, aktivně a včas nás informují a zapojují.
		aktivně spolupracujeme a používáme funkční komunikační kanály a dohody	víme, na koho se obracet, máme seznam spolupracujících organizací máme sepsané, kdy, koho a jak kontaktovat a tyto možnosti využíváme s aktéry máme podepsané dohody o spolupráci
		máme kontext	sledujeme dění na místní i státní - zákonné úrovni
Sledování dopadu na klienty	kontinuální a efektivní spolupráce s klienty	umíme vyhodnotit, kdy ještě službu poskytovat a kdy už ne (pracujeme s hranicemi a mírou našeho nasazení) víme, co chceme sledovat (jaké dopady služeb/intervencí chceme mít) a jaké nástroje k tomu používáme vzrůstající kompetence klientů - dětí i rodičů pracovníci mají dobrý pocit ze spolupráce	
2. Funkční a spokojený tým	Dostatečné kapacity a zastupitelnost v týmu	jsme zastupitelní	nemoci - seznam zastupujících zaměstnanců
		Nejsou dlouhé čekací lhůty na zapojení klientů	programů a vypisujeme výběrová řízení;
		máme dostatečné kapacity zaměstnanců k naplnění stanovených cílů	máme obsazeny všechny pozice v přímé práci i administrativní, s adekvátními úvazky
		bezpečný a vybavený prostor pro práci	spokojený tým ve funkčním prostoru pravidelně vybavujeme prostor materiálně a provádíme opravy
	Efektivní komunikace a struktura pozic	efektivně komunikujeme napříč celým týmem	emailech Máme nastavenou reakční dobu komunikace máme nastaven pravidelný režim porad máme jasnou strukturu a náplň porad - všem je jasné, co se na poradě řeší a kdy je nastavený systém předávání informací - kdo komu co předává
		máme nastavenou strukturu pozic	máme grrficky znázorněnou strukturu pozic a ke každé pozici sepsané role Každý ví, na koho se obrátit
Otevřený kolektiv, který společně roste	jsme otevření	je nám tu dobře Nebojíme se říct svůj názor pozitivní i negativní	
	společně se učíme	dostáváme možnosti školení a vzdělávání a využíváme je máme dobře nastavené supervize a intervize máme prostor přicházet s novými názory a nápady a přinášíme je	
3. Silný FR/PR a osvěta	Osvěta a lobbying	publikujeme odborné články	máme zmapované možnosti, kde publikovat a veletrhy, kde se odborně prezentovat publikujeme 2 x ročně článek v periodických
		spolupracujeme s MČ Praha 7/městem Slaný	získáváme od municipalit finanční podporu publikujeme v místních periodických 2 x ročně zástupci měst se účastní našich akcí a naopak přispíváme k tvorbě místní sociálně vzdělávací politiky
		jsme součástí odborných platforem, síťujeme	aktivně fungujeme v Platformě pro včasnou péči, síti MČ Praha 7, případně dalších, účastníme se pravidelně setkání
	Viditelná značka a čitelná komunikace	máme jednotný vizuální styl a grafický/logo manuál	dostáváme pozitivní zpětnou vazbu od uživatelů propagaci nahodile
		srozumitelně, transparentně a cíleně komunikujeme	máme odbornou kapacitu na PR máme PR strategii (odborná) veřejnost ví co a pro koho děláme
	Finanční stabilita	naplněný každoroční rozpočet	správně a včas cílíme na grantové příležitosti - podáváme včas všechny relevantní granty; sledujeme grantové diáře
		máme rezervu	jsme schopní z rezervy pokrýt 2 měsíce provozu
		máme silný individuální fundraising	máme strategii na oslovování individuálních dárců máme 15-20 pravidelných dárců aktivně o dárci pečujeme 1 x ročně pořádáme benefiční akci
		máme aktivní firemní fundraising	od firem získáváme hmotné dary, volné vstupy či finance

Strategický plán je definován na úrovni strategických a dílčích cílů a ukazatelů úspěchu. Naplnění jednotlivých dílčích cílů je realizováno průběžně na základě "karet taktik", které jsou zadávány na strategických poradách koordinátorského týmu organizace jednou za 3 měsíce a revidovány/kontrolovány na poradě každý měsíc. V rámci karty taktiky jsou definovány dílčí kroky k dosažení naplnění cíle a garant jejich naplnění.

VIZE

Šance pro všechny děti vzdělávat se podle svých potřeb.

MISE

Pomáháme znevýhodněným dětem získat dovednosti nezbytné pro školu i život.

STRATEGICKÝ CÍL 1	STRATEGICKÝ CÍL 2	STRATEGICKÝ CÍL 3
Zavedené a reagující služby	Funkční a spokojený tým	Silný FR/PR a osvěta
●●●●●●●●●●	●●●●●●●●●●	●●●●●●●●●●
DÍLČÍ CÍLE		
Funkční a využitelné nástroje práce <small>(živá metoda)</small>	Otevřený kolektiv, který společně roste <small>(otevřenost, společné učení, superzice)</small>	Osvěta a lobbying <small>(odborné články, síťování, spolupráce s municipalitami)</small>
Funkční spolupráce s partnery <small>(respekt, důvěra, dohody, kontakty a kontext)</small>	Dostatečné kapacity a zastupitelnost týmu <small>(zastupitelnost, spokojení klienti, bezpečný prostor)</small>	Viditelná značka a čitelná komunikace <small>(vizuální styl, srozumitelné a cílené komunikace)</small>
Sledování dopadu na klienty <small>(kontinuita a efektivita spolupráce)</small>	Efektivní komunikace a struktura práce <small>(komunikace napříč týmem, povady, role, úlohy)</small>	Finanční stabilita <small>(naplněný rozpočet, iniciativa, individuální a firemní PR)</small>
A. Pro každý strategický cíl: 1. Projít všechny dílčí cíle 2. Vyhodnotit celý cíl	B. Pro každý dílčí cíl: 1. Vyhodnotit úkoly 2. Naplánovat navazující úkoly 3. Vyhodnotit dílčí cíl	C. Na závěr: 1. Zkontrolovat množství úkolů 2. Stanovit priorititu pro další období

STRATEGICKÝ CÍL: SILNÝ FR/PR A OSVĚTA

Dílčí cíl: Viditelná značka a čitelná komunikace

Aktuální taktika:

MĚSÍC, ROK

NÁZEV TAKTIKY

AKTUÁLNÍ ÚKOLY / KROKY:

KDO:

CO: