

تتقيف وإشراك السكان في إدارة النفايات الصلبة



نقطة الانطلاق

- سياسة إعلامية غير فعالة
- الصفحة الرئيسية قديمة مع عدم وجود هيكل أو ميزات
- لا يوجد تصميم مؤسسي في جميع أنحاء الشركة بأكملها
- الجمهور لا يعلم بمجموعة الخدمات
- لا يوجد نشرات إعلامية للدوائر الفردية
- لا يوجد شخص مسؤول عن العلاقات العامة
- خط ساخن واحد للشركة بأكملها

EUV
Stadtbetrieb
Castrop-Rauxel
Abfall des
Öffentlichen Rechts
Der Vorstand

Wir informieren !

Folgende Stoffe müssen unter anderem in die Restmülltonne:

Aus dem Haushalt

Staubsaugerbeutel und Kehricht, Ofenasche, Zigarettenkippen und -asche, Servietten, beschichtete Papiere, Pergamentpapier, Wischtücher, Schwämme, Schrubber, Fliegenfänger, Gefrierbeutel, Porzellan, Keramik, Spiegel, Fensterglas, Glühbirnen, feuerfestes Glas, Blumentöpfe, Thermoskannen, Kochtöpfe, Kunststoffschüsseln, Eimer, Wärmflaschen, Einmalhandschuhe, leere Einwegfeuerzeuge, verunreinigte/s Lumpen und Leder

Vom Schreibtisch und aus dem Büro

Leere Kugelschreiber, Filzstifte, Patronen, Kohlepapier, Aktenordner, Klebebänder, Disketten

Aus dem Bad und Hygienebereich

Hygieneartikel, Windeln, Binden, Tampons, Ohrenstäbchen, Papiertaschentücher, Einwegrasierer, Rasierklingen, Kosmetik (außer Nagellack), Kleintier- und Katzenstreu (wenn nicht kompostierbar)

Aus dem Hobby- und Bastelbereich

Tapeten, Pinsel, Rollen zum Anstreichen, verschmutzte Papiere und Pappe, Sägemehl von imprägniertem Holz, Kitt, Zementsäcke, Dämmmaterialienreste, geschäumte Deckenverkleidungen, Montageschaumreste, Glaswollereste, Mineralwollereste, Abdeckplanen und jegliche Planen aus Kunststoff, Fahrradschläuche, Spielzeug, Heimwerkerabfälle (z. B. Holzreste, alte Nägel und Schrauben, defekte Werkzeuge)

Und

Gürtel, Kleiderbügel, Gardinen, Wolle, Nähreste, Strumpfhosen, Kassetten, Kerzen, Teppichbodenreste, Regenschirme und vieles andere mehr

Sollten Sie noch Fragen haben, wenden Sie sich bitte an die Abfallberatung des Stadtbetriebes EUV

Tel. 96 86-26 0



المقاربة



- ما هي المتطلبات للجمهور / العملاء؟
 - معلومات منظمة وبسيطة
- كيف يمكن مخاطبة العملاء من القطاع الخاص والشركات التجارية بشكل ملائم؟
 - المعلومات الصادرة في وسائل الإعلام المطبوعة، وعلى الصفحة الرئيسي، ومن خلال وسائل الإعلام الجديدة/ الاجتماعية
- ما هي أهدافنا وكيف يمكن أن نخاطبها؟
 - بيانات مبسطة وواضحة لكل هدف (يجب مخاطبة الشباب من خلال الفيسبوك، أما الأكبر سنّاً فستتم مخاطبتهم على الصفحة الرئيسية أو من خلال بيانات قصيرة وواضحة على الصحافة المطبوعة).
- ما هي الأدوات التي نحتاج لتلبية المتطلبات؟
 - البنية التحتية الفنية والموظفين الخبراء

المقاربة

- ما هي وسائل الإعلام الأخرى التي ستستخدم لمخاطبة السكان؟
 - منشورات تعريفية بكامل نطاق الخدمة من قبل الأقسام
 - معلومات حول جمع النفايات على شكل روزنامة سنوية
 - ملصقات، غالباً ما تزود معلومات للعملاء التجاريين



الإعدادات المؤسسية

- الشكاوى الواردة من السكان حول نقص المعلومات (تعطى أحدث المعلومات فقط من خلال الصحافة المطبوعة/ المعلومات غير كافية على الصفحة الرئيسية، لا يوجد شريط إخباري/الصفحة الرئيسية غير منظمة)
- الشكاوى من العملاء التجاريين بسبب عدم نشر نطاق الخدمات
- الشكاوى من السياسيين بسبب عدم إبلاغهم من السكان بشأن العيوب والنواقص
- فقدان التكامل بين وسائل الإعلام الجديدة/الاجتماعية
- المقاربة المطروحة من قبل الإدارة/الرئيس ومن قبلي قبل ما يقرب من 6 سنوات

- إدخال التصميم والشعار المؤسسي لتحقيق قيمة عالية للتعرف على العلامة (الكلفة تقارب 10.000 يورو)
- خط ساخن فردي لكل قسم، كل قسم يتلقى 20 إلى 50 مكالمات في اليوم
- تم تعيين موظف مهني واحد للتصميم الإعلامي (الكلفة تقارب 80.000 يورو في السنة)
- جميع المنشورات محررة من قبل مهني واحد بلغة واضحة ومفهومة اعتماداً على الأفراد المستهدفين.
- اعتماداً على الطلب، مهني واحد أو اثنان سيكونان مسؤولين عن تحديثات الفيسبوك

المخرجات

- منشورات تفصيلية توضح المعلومات حول أهم الموضوعات والأسعار وكذلك كامل نطاق الخدمة من كل قسم مثل:

- خدمة النفايات السائبة

- تجميع الفضلات المنزلية

- خدمة تنظيف الشوارع

- تجميع الفضلات العضوية

- تجميع النفايات الورقية من العملاء التجاريين

- توزيع ما يقرب من 10.000 منشور في السنة، وصلت إلى ما يقرب من 15% من إجمالي السكان

- وصلت كلفة الطباعة إلى ما يقرب من 2.000 يورو في السنة



المخرجات

- معلومات حول جمع النفايات صادرة على شكل روزنامة سنوية (23 ألف روزنامة سنويا، كلفة الطباعة تقارب 8.000 يورو سنويا)
- ملصقات قابلة للتبادل ملصقة على شاحنات النفايات ومركبات الشركات الأخرى، غالبا ما تعطي معلومات للعملاء التجاريين

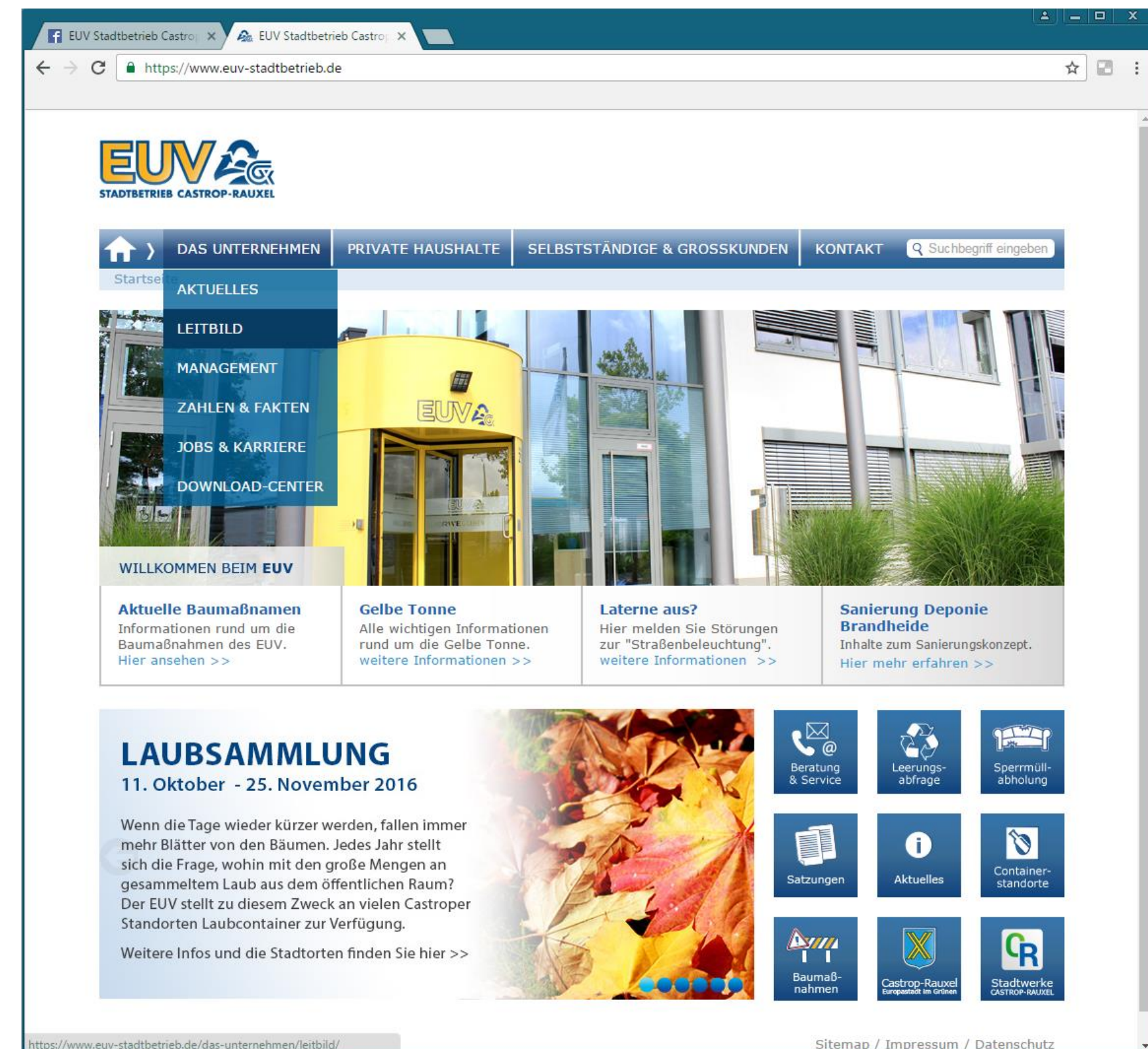


المخارجات

- ملصقات مثبتة على حاويات التدوير (الزجاج، الورق، الملابس المستعملة)
- تم تفعيل ملف الفيسبوك كخطوة أخيرة قبل سنة واحدة.



- توفير تصميم جديد للصفحة الرئيسية
 - شريط إخباري حي يتضمن أهم الأخبار على الصفحة الأولى
 - قوائم منسدلة سهلة الاستعمال لملف الشركة، وعملاء القطاع الخاص والعملاء التجاريين وتفاصيل الاتصال
 - أزرار سهلة الوصول من أجل الأسئلة المتكررة

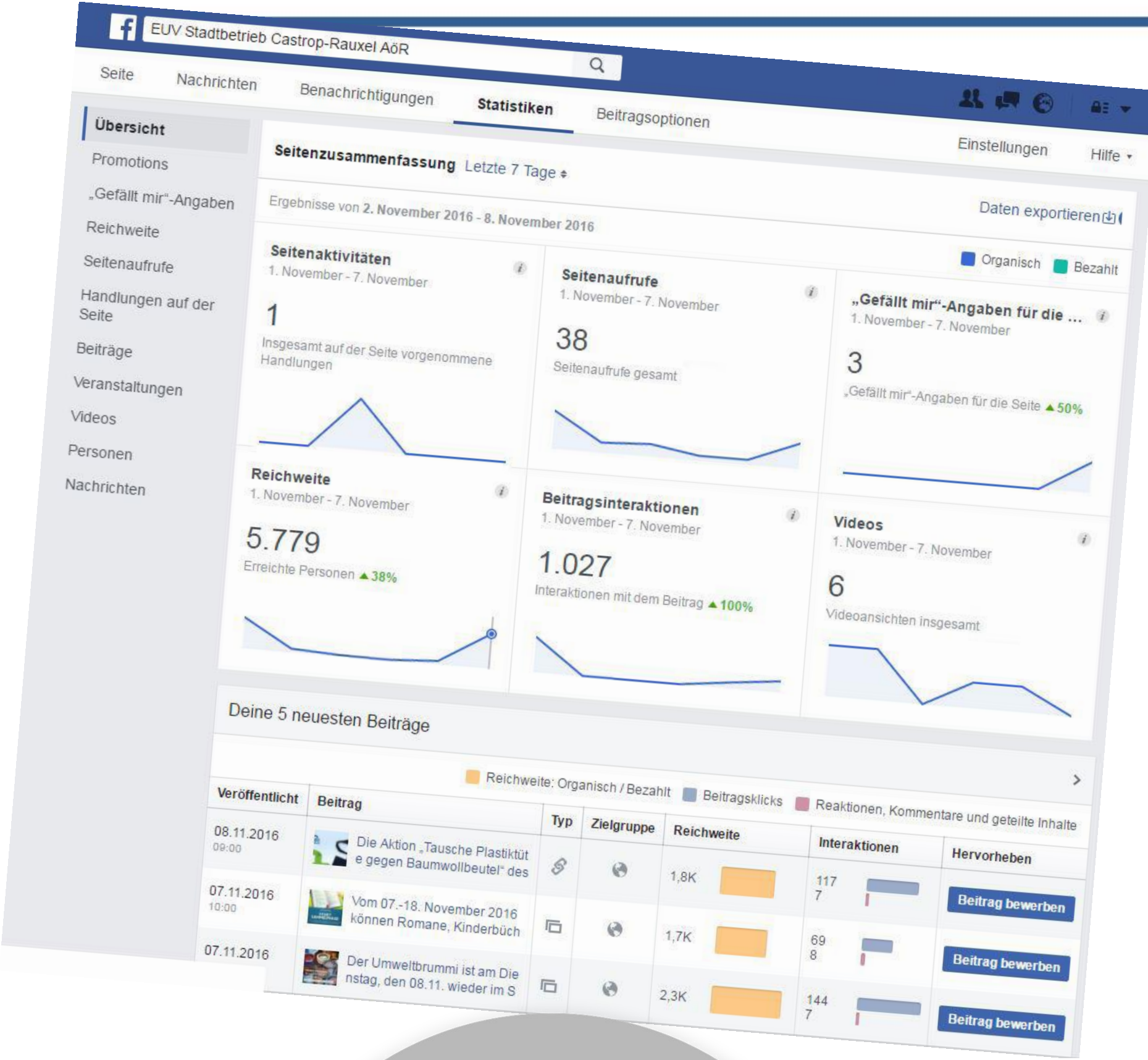


الدروس المستفادة

- يجب تحديث المعلومات باستمرار على الصفحة الرئيسية والمنشورات
- يمكن استخدام الفيسبوك لنشر المعلومات بشكل أسرع ولتحقيق استجابة أسرع
- اللغة المستخدمة في الفيسبوك تميل أكثر إلى العامية مقارنة مع اللغة المستخدمة في الصفحة الرئيسية والمنشورات الأخرى
- يجب تعيين مهني واحد أو اثنين (مع بدلائهم) وتدريبهم باستمرار
- نشر ما يتم جمعه شهرياً من الأخبار الهامة – استخدام تلك الأخبار
- على الموظفين الانتباه إلى الأخطاء وإبلاغ المهنيين/ رئيس القسم
- «الصورة ترسم ألف كلمة»

- تقييم «قنوات الأخبار» الأكثر تأثيرا – كيف يمكن مخاطبة غالبية السكان؟
- تقييم المتطلبات الفنية والشخصية بناء على المهام الضرورية
- تعيين الموظفين المسؤولين أو المستشارين الخارجيين





- الوعي بطلبات السكان
- تحليل شكاوى وطلبات السكان
- السؤال والاستماع لموظفيك: عليهم أن يدعموا قراراتك
- إشراك الموظفين لتفادي السلبية
- التقدم لا يتحقق إلا خطوة وراء خطوة ويجب أن يكون تحت المراقبة والرصد
- إطلاع السكان حول آخر المستجدات حول التغيرات القادمة والتقدم المحرز
- دائما اطلب التغذية الراجعة