



KFW
Bank aus Verantwortung



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Swiss Confederation

State Secretariat for Economic Affairs SECO

HIDRODRINI

LARGIMI I UJERAVE TE NDOTURA NE JP TE KOSOVES FAZA IV (PEJE)

(BMZ N°2014 70 467 / 2020 61 992)

Masat Shoqëruese



Koncepti për Marrëdhënie me Publikun (PR)

(Drafti)

Prill 2019

Prepared by:

SaWa &AHT with Hidroing-DK

sachsenWasser
consulting + operations + management

AHT GROUP AG
Management & Engineering

HIDROING - DK
ENGINEERING AND CONSULTING

PËRMBAJTJA

Përmbledhje ekzekutive	Error! Bookmark not defined.
1. Hyrje	Error! Bookmark not defined.
2. Statusi aktual i KRU Hidrodrini	Error! Bookmark not defined.
3. Koncepti për Marrëdhënie me Publikun PR	Error! Bookmark not defined.
3.1 Zyrtari për Marrëdhënie me Publikun	Error! Bookmark not defined.
3.2 Përmirësimi i ueb faqes dhe prezenca në rrjete sociale ...	Error! Bookmark not defined.
3.3 Fushata vetëdijesimi	Error! Bookmark not defined.
3.3.1 Faza e parë	Error! Bookmark not defined.
3.3.2 Faza e dytë	Error! Bookmark not defined.
3.4 Trajnime në detyrë për stafin e kompanisë, mbikqyrje, fushata PR	Error! Bookmark not defined.
3.5 Mbikëqyrje dhe mbështetje masave të marrëdhënies me publikun	Error! Bookmark not defined.

LISTA E FIGURAVE

Figura 3-1 Organogrami i propozuar – KRU Hidrodrini me funksionin e zyrtarit për marrëdhënie me publikun 10

LISTA OF TABELAVE

Tabela 3-1: Përgjegjësit dhe nevojat ideale të zyrtarit për marrëdhënie me publikun 11
Tabela 3-2 Masat që duhet ndërmerren gjatë fazës së parë të fushatës 14
Tabela 3-3 Masat që duhet ndërmerren gjatë fazës së dytë të fushatës 15
Tabela 3-4 Informata të përgjithshme në lidhje me pozitën e zyrtarit të MP 16
Tabela 3-5 Trajnim në lidhje me aftësimin e përdorimit të kanaleve të ndryshme mediatike 16
Tabela 3-6 Trajnim në detyrë, trajnim në lidhje me fushata të marrëdhënieve me publikun 17

LISTA E SHTOJCAVE

SHTOJCA 1 Plani tregues i implementimit të konceptit për marrëdhënie me publikun

SHTOJCA 2 Përshkrimi i detyrave të zyrtarit për marrëdhënie me publikun

SHTOJCA 3 Shpallja e pozitës së lirë

SHKURTESAT

AM	Masat Shoqëruese
B&C	Faturim dhe Inkasim
BP	Plani i Biznesit
BMZ	Ministria Gjermane për Bashkëpunim dhe Zhvillim
CEO	Kryeshef Ekzekutiv
FC	Bashkëpunim Financiar
HC	Kyçje Shtëpiake
IC	Konsulenti Implementues
IWA	Shoqata Ndërkombëtare e Ujërave
KfW	KfW Banka për Zhvillim
KRU	Kompania Rajonalee Ujësllësit (=KRU)
Icd	Litra në ditë për kokë banori
LMT	Ekipi për Monitorim dhe Ndërlidhje (i KFOR-it)
MOU	Memorandum Mirëkuptimi
NGO	Organizata Joqeveritare
PR	Marrëdhënie me Publikun
RWCH	Kompania Regjionale e Ujësllësit Hidrodrini
SECO	Sekretariat Shtetëror për çështje Ekonomike (Zvicër)
SOP	Procedurat Standarde të Operimit
TAP	Plan Plani për Rregullim Tarifor
TNA	Vlerësim i Nevojave për Trajnim
TOM	Menaxhimi Teknik dhe Operacional
ToR	Kushtet e Referimit
WHO	Organizata Botërore e Shëndetësisë
WSRA	Autoriteti Rregullativ i Shërbimeve të Ujit
WWTP	Impiant për Trajtim të Ujërave të Ndotura

Përmbledhje ekzekutive

Koncepti për marrëdhënie dhe komunikim me publikun paraqet konceptin e përgjithshëm të masave të ndërlidhura me marrëdhëniet me publikun PR, të cilat janë vlerësuar s'i të domosdoshme në kompaninë e ujësjellësit regjional KRU Hidrodrini, veçanërisht në dritën e futjes në një shërbim të ri- trajtimi i ujërave të ndotura, s'i dhe implikimeve të ngjashme siç është struktura e re tarifore.

Ky raport ofron një përmbledhje të shkurtër të statutit aktual të aktiviteteve të marrëdhënieve me publikun nga ana e KRUH-së, të pasuar nga një përshkrim të shkurtër të konceptit të marrëdhënieve me publikun, me fokus të veçantë në:

- 1.** *Pozita e zyrtarit të ri për marrëdhënie me publikun (trajnimet e nevojshme)*
- 2.** *Përmirësimi i ueb faqes së internetit të KRUH-së s'i dhe komunikimit përmes mediave sociale;*
- 3.** *Fushata vetëdijesimi në lidhje me implementim e masave të propozuara*

Duhet të kihet parasysh që ky raport shërben s'i bazë për planin e hollësishëm pasues për implementim të masave të propozuara për marrëdhënie me publikun, në mes të KRUH-së dhe Konsulentit të Masave Shoqëruese.

1. Hyrje

Projekti “Largimi i ujërave të ndotura nga Kosova jugperëndimore faza IV, Pejë” (“Projekti) është duke u implementuar në kornizën e bashkëpunimit për zhvillim në mes të Republikës së Kosovës dhe Republikës Federale të Gjermanisë , përmes KfW-së bankës për zhvillim dhe konfederatës Zvicerane përmes sekretariatit shtetëror për çështje ekonomike.

Të dy konsulentët, i masave shoqëruese dhe ai implementimit janë pjesë të këtij projekti. Qëllimi i komponentit implementues është që të përmirësoj grumbullimin dhe trajtimin e ujërave të ndotura në qytetin e Pejës. Kjo ka për qëllim të kontribuoj në mbrojtjen e burimeve nëntokësore dhe sipërfaqësore të ujit, përshtatjes me ndryshimet klimatike s’i dhe përmirësimin e kushteve të jetës për popullsinë në fjalë.

Shërbimet e komponentit institucional do të mbështesin KRU Hidrodrini në fushat organizative, menaxheriale, komerciale, financiare, operacionale dhe në mirëmbajtje të shërbimeve, zhvillimin e një koncepti për menaxhimin e llumit s’i dhe një vlerësim mbi marrëdhëniet me publikun dhe dialog parimesh.

Ky raport është pjesë e komponentit për ndërtim të përgjithshëm të kapaciteteve nga ana e Konsulentit të MSH-ve, fusha 2.1.5- sensibilizim publik, informim dhe komunikim.

2. Statusi aktual i MP-së në KRU Hidrodrini

Duke pasur parasysh strukturën aktuale organizative në KRU Hidrodrini, komunikimi me publikun kryesisht bëhet përmes dy funksioneve të ndryshme- departamenti për shërbime ndaj konsumatorëve s'i dhe pozita e marrëdhënieve me publikun.

Njësia për ankesa dhe kërkesa, s'i pjesë e departamentit për shërbime ndaj konsumatorëve, është pika kryesore e kontaktit e KRU Hidrodrini me konsumatorët e vet. Gjatë aktiviteteve ditore, departamenti për shërbime ndaj konsumatorëve merret kryesisht me shërbimet vijuese:

- *Zgjidhjen e ankesave dhe kërkesave të konsumatorëve ,*
- *Regjistrimin e konsumatorëve të ri, pas instalimit të kyçeve të reja ,*
- *Riprogramimin e borxheve,*
- *Pranon njoftime; probleme në furnizim me ujë, bllokim ose plasaritje të gypave të kanalizimit, mungesë/reduktim të ujit,lidhje të paregjistruara dhe në lidhje me shkarkim ose derdhje të paligjshme të ujërave në sistem.*

Në dispozicion është një linjë telefoni gjatë orarit të punës, respektivisht prej orës 08:00 deri 16:00, përmes së cilit konsumatorët mund të telefonojnë dhe adresojnë ankesat e tyre. Pas orarit të zakonshëm të punës, fundjavave dhe festave, ky numër telefoni kalon tek rojet e portës së kompanisë. Në hyrje të objektit, ka një regjistër në të cilin roja e objektit mund të marrë shënime në lidhje me ankesën e cila mund të raportohet përmes linjës së telefonit. Sidoqoftë, është vërejtur që KRU Hidrodrini nuk ka një person të caktuar që merret me telefonatat.

Në KRUH, nuk ka një pozitë të veçantë të marrëdhënieve me publikun. Sipas strukturës organizative të KRU Hidrodrini, kompania ka një person në pozitën e zëdhënësit, i cili i raporton drejtpërdrejt kryeshefit ekzekutiv. Megjithatë, i njëjti person kryen edhe detyra tjera në kompani siç është p.sh protokollimi ose arkivimi e dokumenteve, gjë që ndikon në zotimin e plotë të personit në rolin e zyrtarit për marrëdhënie me publikun. Aktualisht ekziston një marrëveshje me një radio lokale, përmes së cilës kompania publikon informacione të përgjithshme në lidhje me gjendjen e furnizimit me ujë brenda zonës së saj përgjegjëse për ofrim shërbimesh. E njëjta radio shfrytëzohet edhe kur qytetarët informohen për punime në terren si; shtrirje gypash, bllokim rrugësh, ose publikime të tjera.

Meqë KRUH është pjesë e Programit Mbështetës për Ujë dhe Hidrosanitari në Zona Rurale, Faza V (RSSP-V), atëherë ekziston edhe një plan që nga viti 2015¹. Qëllimi i këtij plani është përfshirja dhe informimi i të gjithë aksionarëve në lidhje me rëndësinë në qasje në ujë të pastër për pije s'i dhe roli i shërbimeve të ujërave të ndotura në ruajtjen e shëndetit publik s'i dhe nismave mjedisore.

¹Program për mbështetje në Ujëra dhe Hidrosanitari në Zona Rurale , faza V (RWSSP-V)¹

. Një linjë tjetër komunikimi është edhe ueb faqja e KRUH-së, e cila duhet të ristrukturohet me qëllim që të jetë më e kuptueshme për konsumatorë.

3. Koncepti për Marrëdhënie me Publikun - MP

Përmes këtij koncepti synohet përcaktimi i formave dhe kanaleve të komunikimit ose raporteve të KRUH-së me konsumatorët e vet.

Koncepti për MP, është bazamenti përmes së cilit kompania do të vendos marrëdhënie të drejtpërdrejta me konsumatorët e vet s'i dhe partnerët e saj në lidhje me shërbimet që kompania ofron, p.sh çfarë planifikon të bëjë, qëllimi i projektit, zhvillimet e pritshme, shërbimet të cilat pritet të ofrohen, rëndësia e qasjes në këto shërbime s'i dhe kosto e tyre.

Objektivat kryesor të MP-së janë s'i më poshtë:

- 1. Të vendos një lidhje të fortë dhe interaktive në mes të kompanisë dhe konsumatorit**
- 2. Të përmirësoj imazhin e kompanisë në vazhdimësi**
- 3. Informoj konsumatorët në lidhje me aktivitetet të cilat i ndërmerr kompania në përmirësimin e shërbimeve**
- 4. Të informoj konsumatorët në lidhje me ndërtimin e ITUN-it**
- 5. Shpërndaj informata rreth planit tarifor pas futjes në funksion të ITUN-it**
- 6. Mbajë kontakte të vazhdueshme me partnerët dhe t'i informoj ata në lidhje me aktivitetet e planifikuara nga ana e kompanisë.**

Qëllimi i këtij koncepti dokumenti është informimi i qytetarëve dhe partnerëve në lidhje me shërbimet mbi ujërat e ndotura s'i dhe zhvillimet tjera s'i pjesë e këtij projekti. Koncepti gjithashtu parasheh një seri fushatash sensibilizuese në bashkëpunim me median lokale të Pejës s'i dhe me ato qendrore në Prishtinë.

Një komponent tejet i rëndësishëm do të jetë edhe komunikimi me gjeneratat e reja të qytetit të Pejës, posaçërisht me nxënësit nëpër shkolla dhe studentët.

3.1 Zyrtari për Marrëdhënie me Publikun

Koncepti i MP-së përqendrohet në shtimin e kapaciteteve njerëzore brenda KRU Hidrodrini s'i dhe përpilimi i një plani komunikimi me konsumatorë, partnerë s'i dhe me komunitete të cilët në një formë apo tjetër janë të ndërlidhur me shërbimet e ofruara nga ana e KRUH-ja.

Bazuar në strukturën e re organizative të KRU Hidrodrini, e cila është në proces të miratimit, kompania do të ketë një pozitë të posaçme të Marrëdhënieve me Publikun nën ombrellën e menaxhmentit të marrëdhënie me konsumatorë.

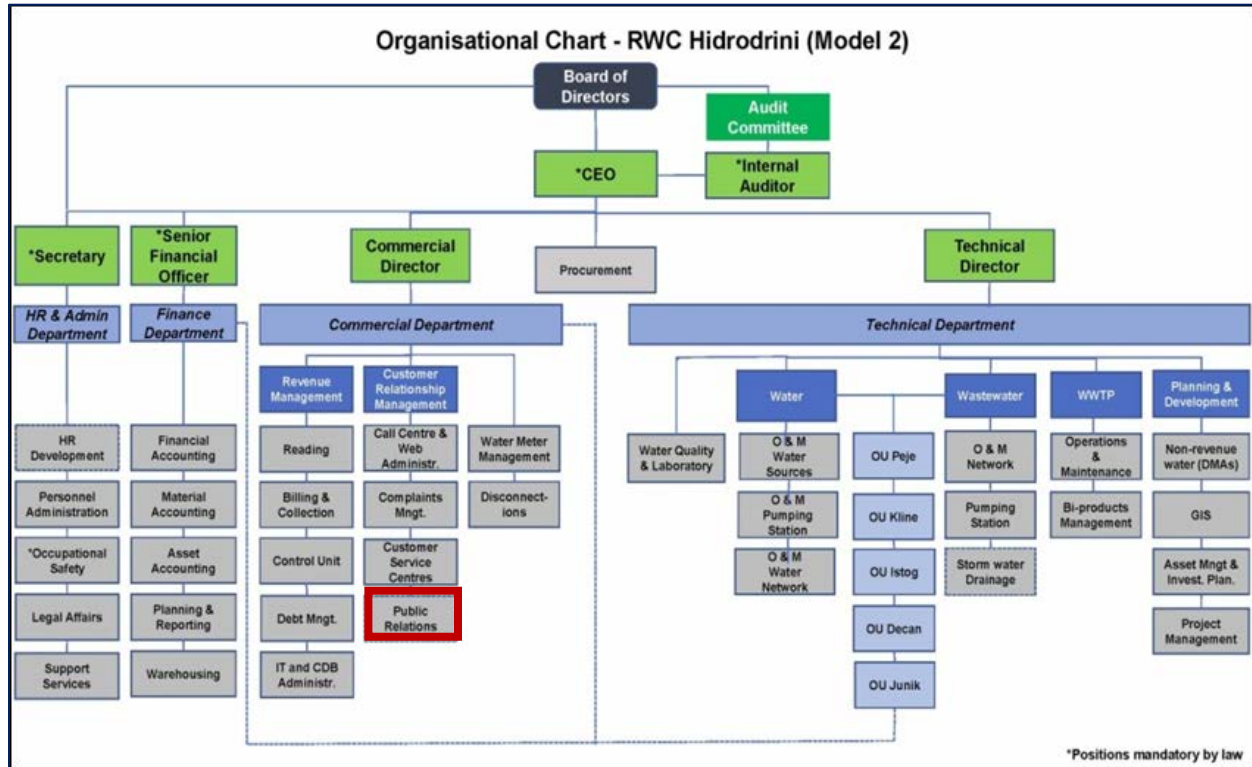


Figura 3-1 Organogrami i propozuar – KRU Hidrodrini me funksionin e MP

Kjo strukturë organizative aktualisht është në procesin final të miratimit nga ana e KRUH-së. Është konfirmuar që funksioni i MP-së është përfshirë në këtë strukturë edhe pse në aspektin organizativ, ky funksion gjendet nën ombrellën e menaxhmentit të marrëdhënieve me konsumatorë. Pozicionim i tillë mund të jetë i përshtatshëm për momentin meqë zyrtarit në fjalë i duhet të familjarizohet dhe të sensibilizohet me çështjet që kanë të bëjnë me konsumatorët e kompanisë. Megjithatë, në aspektin afatgjatë, KRUH-ja duhet të marrë parasysh edhe lëvizjen e këtij funksioni s'a më afër kryeshefit ekzekutiv, pasi që, MP-ja nuk është vetëm funksion i ndërlidhur me konsumatorë, por gjithashtu shërben edhe s'i instrument i rëndësishëm i menaxhmentit të kompanisë dhe s'i i tillë duhet të jetë afër kryeshefit ekzekutiv (p.sh kur publikut duhet t'i jepet përgjigje e shpejtë në lidhje me çështje të rëndësishme në kompani s'i dhe gjatë menaxhimit të fushatave të MP-së, siç është p.sh rritja e tarifave të shërbimeve).

Meqë kjo pozitë deri tani nuk është mbuluar ashtu siç duhet, konsulenti do t'i ofroj kompanisë mbështetje të plotë gjatë procesit të rekrutimit të personit për këtë pozitë, përfshi edhe përshkrimin e detyrave dhe përgjegjësi. Kërkesat dhe detyrat e parapara për këtë pozitë janë paraqitur në tabelën vijuese. Përshkrimi i plotë i detyrave është përfshirë në këtë koncept të MP-së s'i → **ANEKS 2**.

Përgjegjësitë / Detyrat	Kushtet / Edukimi dhe aftësitë
<ol style="list-style-type: none"> 1. Përgatis fushata të MP-së s'i dhe strategji që ndërlidhen me median. 2. Bashkëpunoj me ekipet dhe me departamentet brenda kompanisë 3. Redaktoj dhe përditësoj materiale promovuese dhe publikime (broshura, video materiale, ueb faqe, postime ne median sociale, etj). 4. Përgatis dhe shpërndaj komunikata shtypi në bashkëpunim të plotë me menaxhmentin e kompanisë. 5. Organizojë ngjarje publike (p.sh ditë të hapura, konferenca shtypi) dhe të shërbejë s'i zëdhënës/e e kompanisë. 6. Përgatis dhe përcjell raporte PR-i tek menaxheri i marrëdhënieve me konsumatorë. 	<ol style="list-style-type: none"> 7. BSc/BA ne marrëdhënie me publikun, gazetari, komunikimi ose fusha të ngjashme 8. Përvojë e dëshmuar s'i zyrtar në marrëdhënie me publikun ose të ngjashme. 9. Përvojë në menaxhimin e marrëdhënieve me media (online, transmetuese dhe të shtypura). 10. Përvojë në punë kërkimore, në përpilimin dhe redaktimin e publikimeve të ndryshme. 11. Aftësi në përdorimin e MS Office dhe medieve sociale 12. Aftësi të forta komunikimi (verbal dhe të shkruar) 13. Aftësi të shkëlqyera organizative 14. Aftësi për të punuar nën presion

Tabela 3-1: Kushtet ideale dhe përgjegjësitë e zyrtarit për MP

Është propozuar që trajnimin e zyrtarit të MP, ta bëjë Konsulenti s'i pjesë e projektit aktual. Fokus i veçantë i këtij trajnimi do t'i kushtohet shfrytëzimit të mediave të ndryshme në fushën e komunikimit me publikun, duke përfshi këtu edhe rrjetet sociale. Informata shtesë në lidhje me këtë janë dhënë në kapitullin vijues 3.4 .

3.2 Përmirësimi i ueb faqes dhe prezenca në rrjete sociale.

Ueb faqja aktuale e KRUH-së [<http://hidrodrini.com/>] është funksionale deri në një masë, por që i mungon ndërveprimi. Koncepti i prezantuar ka për qëllim përmirësimin e dizajnit dhe strukturës së ueb faqes përfshi këtu përmbajtjen e tij

Qëllimi i këtij koncepti është garantimi që ueb faqja të përmbaj të gjithë informacionin e nevojshëm në dobi të konsumatorit dhe të garantoj që në çfarë do kohe të ketë ndërveprim në mes KRUH-së dhe konsumatorëve të saj. Një përparësi tjetër është edhe ajo që ueb faqja mund të shfrytëzohet s'i një kanal shumë i dobishëm për prezantimin e aktiviteteve ditore të kompanisë.

Duke pasur parasysh faktin që pjesa dërmuese e popullsisë së Kosovës është e re duke pasur qasje të gjerë në internet, kompanisë i duhet të shtojë prezencën në rrjete sociale.

Krijimi i një profili për kompaninë dhe menaxhimi i tij gjatë tërë kohës, duhet të jetë njëra nga detyrat dhe përgjegjësitë e personit në pozitën e zyrtarit për marrëdhënie me publikun.

Aktivitetet kryesore sa i përket përmirësimit të ueb faqes janë s'i në vijim:

- të bëjë një vlerësim të dizajnit dhe përmbajtjeve ekzistuese
- riorganizoj përmbajtjen e ueb faqes ekzistuese
- përdor informacionet e duhura të cilat do të ishin të dobishme për konsumatorët e KRUH-së, ku më e rëndësishme është informacionet që shihen lehtë.
- ueb faqja duhet të jetë miqësore kundrejt konsumatorëve të kompanisë.
- promovoj ndërveprim në mes konsumatorëve dhe kompanisë
- të ndërlihet me rrjetet tjera sociale
- t'u krijoj mundësi konsumatorëve të kontrollojnë gjendjen e kartelave të tyre përmes ueb faqes së kompanisë.

Shënim: Përmirësimet më gjithëpërfshirëse në ueb faqen e KRUH-së mund të kërkojnë buxhet shtesë. Me faktin që konsulenti i Masave Shoqëruese nuk ka ndonjë buxhet të ndarë specifikisht për këtë qëllim, shtrirja e implementimit sipas këtij opsioni mund të varet nga buxheti në dispozicion i KRUH-së

3.3 Fushata sensibilizimi

Fushatat për sensibilizim kanë për qëllim ofrimin e informacioneve publikut në lidhje me aktivitetet aktuale brenda KRUH-së, si p.sh: cilat janë projektet në implementim e sipër dhe se si këto projekte do të ndikojnë në mjedis rrethues.

Pa dyshim që fushatat e tilla do të fokusohen në publikim e sa më shumë informatave gjatë fazës së implementimit të projektit për ndërtimin e ITUN-it të ri.

Për të garantuar që informacionet e publikuara do të arrijnë tek sa më shumë njerëz dhe grupe të interesit që është e mundur, është propozuar që fushata të tilla të organizohen në faza të ndryshme.

3.3.1 Faza e parë

Kjo fazë përfshinë informacione të përgjithshme për projektin, përfitimet të cilat do të ndikojnë në përmirësimin e jetës së qytetarëve dhe mjedisit të tyre dhe pa dyshim informata në lidhje me financimin e këtij projekti.

Gjatë kësaj faze, në fokus do të jetë:

1. diskutime në lidhje me projektin me udhëheqësit e komuniteteve s'i dhe me publikun në përgjithësi
2. përfshirjen e grupeve të ndryshme të interesit, komuniteteve dhe organizatave të ndryshme jo-qeveritare
3. përfshirjen e aksionarëve s'i dhe informimin e tyre me progresin e projektit.

Nisja e kësaj fushate sensibilizuese e marrëdhënieve me publikun do të mbulohet nga media lokale dhe qendrore me qëllim që projekti të jetë pjesë e lajmeve kryesore dhe që niveli i sensibilizimit të jetë i lartë. Vëmendje e posaçme do t'i kushtohet promovimit të kësaj fushate nëpër rrjete të ndryshme sociale .

N°	Masat	Afati kohor i propozuar
1	Informata të përgjithshme në lidhje me projektin <ol style="list-style-type: none"> 1. Identifikimi i kanaleve potenciale (TV, radio, rrjetet sociale dhe revistat shkollore) 2. Përgatitja e komunikatave për shtyp në lidhje me masat e projektit në fjalë 3. Shpërndarjen e informatave të përgjithshme rreth projektit, donatorëve s'i dhe përfshirjen e autoriteteve lokale në të. 	Aktivitetet kryesisht varen nga KRUH-ja nëse caktojnë zyrtarin e MP, ose jo Aktivitete planifikohen të nisin në qershor dhe të vazhdojnë deri në shtator 2019.
2	Përfshirja e komunitetit <ol style="list-style-type: none"> 1. Identifikimin e grupeve të interesit në Pejë; udhëheqësit e komuniteteve, OJQ-të, përfaqësuesit fetar, autoritetet e shkollave, etj. 2. Takime të veçanta do të organizohen me të gjitha grupet e interesit me qëllim të informimit në lidhje me rëndësinë e projektit, përfitimet që ky projekt do t'i sjellë, dhe rëndësia që ka mbështetja e tyre. 3. Aktivitetet e tilla do kenë nevojë të mbështeten me broshura të ndryshme. Pasi që konsulenti nuk ka një buxhet për një të tillë, atëherë mbetet detyrë e dizajnit dhe shtypjes së tyre. 	Në fillim të shtatorit 2019 deri ka mesi i dhjetorit 2019
3	Përfshirja e aksionarëve <ol style="list-style-type: none"> 1. Takime me të dy komponentët e projektit; MSH dhe KI me qëllim të harmonizimit të statusit të punëve ndërtimore s'i dhe informacionet të cilat do të shpërndahen për publikun 2. Identifikimi i partnerëve lokal dhe atyre qendror 3. Takime individuale me partnerët për t'i informuar rreth 	Tetor 2019 –Dhjetor 2020 Takimet me partnerët mund të marrin më shumë kohë se që është planifikuar, varësisht nga roli i tyre në këtë projekt.

statusit të projektit, s'i dhe rëndësinë që ka mbështetja e tyre.

Tabela 3-2 Masat që do të ndërmerren gjatë fazës së parë të fushatës

3.3.2 Faza e dytë

Fokusi kryesor gjatë fazës së dytë do të jetë:

- a) informimi i qytetarëve për rëndësinë e grumbullimit dhe trajtimit të ujërave të ndotura, përfshi këtu edhe të mirat që sjell ky projekt dhe*
- b) çështja e dytë ka të bëjë me tarifat për ujëra të ndotura dhe sqarimi se cila do të jetë kostoja që ata do të paguajnë dhe se s'i është bërë përlllogaritja e tyre.*

Objektivi kryesor gjatë kësaj faze do të jetë përfshirja e sa më shumë partnerëve, përfshi këtu edhe institucionet që merren me menaxhimin e ujërave s'i në regjionin e Pejës dhe të Kosovës poashtu. Grupet e fokusit gjatë kësaj faze do të jenë grupet që kanë të bëjnë me aspektin teknik të projektit e të cilat do të jenë me efekt në prezantimin e shërbimeve të ujërave të ndotura s'i dhe trajtimit i tyre.

Arsye e lëvizjes drejt trajtimit të ujërave to ndotura është e ndërlidhur me aspiratat e Kosovës për t'ju bashkuar vendeve të BE-së, s'i dhe ndikimi që kanë ujërat tona të patrajtuara që rrjedhin nëpër Kosovë por edhe drejt vendeve fqinje. Një gjë e tillë pritet të sqarohet gjatë kësaj faze.

N°	Masat	Afati kohor i propozuar
1	<p>Vazhdimi i informimit në lidhje me ITUN</p> <p>4. informimi i qytetarëve/konsumatorëve për rëndësinë e grumbullimit dhe trajtimit të ujërave të ndotura, përfshi edhe përfitimet që sjell ky projekt;</p> <p>5. Kjo fushatë është planifikuar të mbahet me grupe të ndryshme të interesit, përfshi shkollat dhe nxënësit e klasave të III-ta, organizimin e “ditëve të hapura”, s’i dhe vizita në KRUH;</p> <p>6. Kjo fushatë pritet të mbështet edhe përmes broshurave të ndryshme, varësisht nga vullneti i KRUH-së</p>	<p>Aktivitetet kryesisht varen nga KRUH-ja nëse caktojnë zyrtarin e MP, ose jo</p> <p>Është planifikuar që të fillohet në janar 2020 dhe të vazhdohet deri ka fundi i të njëjtit vit.</p>
2	<p>Informim në lidhje me koston e ITUN-it s’i dhe tarifatat që pritet të aplikohen</p> <p>7. Fokus kryesor i kësaj fushate është të jetë informimi i konsumatorëve në lidhje me koston e ITUN-it s’i dhe tarifatat për shërbime të ujërave të ndotura.</p> <p>8. Synimi është që të ketë sa më shumë takime me grupe të ndryshme të interesit dhe që të merren garanci nga ato grupe që do të mbështesin këtë projekt përfshi këtu edhe vullnetin për të paguar për shërbimet që do t’u ofrohen.</p> <p>9. Do të shfrytëzohen kanale të ndryshme mediatike për të arritur deri te secili konsumator.</p>	<p>Fushata do të nis në mars të 2020 dhe do të vazhdoj deri në fund të të njëjtit vit.</p>

Tabela 3-3 Masat që do të ndërmerren gjatë fazës së dytë të fushatës

3.4 Trajnim në detyrë për stafin e kompanisë, mbikëqyrje e fushatave të MP

Konsulenti planifikon të organizoj dhe mbajë trajnime të përgjithshme për stafin e përzgjedhur të kompanisë me qëllim që t'i mundësoj KRUH-së implementimin e konceptit të MP-së. Vëmendje e veçantë do t'i kushtohet konsumatorëve përmes trajnimit të stafit të kompanisë, inkasantëve dhe të tjerëve të cilët kanë kontakte të vazhdueshme me konsumatorë. Në këtë rast do të përfshihen edhe praktika të trajnimit dinjitoz të konsumatorëve, përfshi edhe përmirësimin e marrëdhënieve me konsumatorë brenda objekteve të kompanisë, me qëllim që stafi të jetë më "miqësor ndaj konsumatorëve".

Trajnimi	<i>informimi i përgjithshëm në lidhje me pozitën e zyrtarit për MP</i>
Objektivi	Të kuptohen detyrat dhe përgjegjësitë e kësaj pozite
Dedikuar për	Zyrtari për Marrëdhënie me Publikun
Ofruesi i trajnimit	Konsulenti
Përmbajtja	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sqarimi i rëndësisë së kësaj pozite ne KRUH 2. Roli i komunikimit me konsumatorë dhe nevoja për t'i mbajtur ata të informuar 3. Si kjo pozitë është e ndërlidhur me departamente tjera brenda KRUH-së dhe se s'i të bashkëveprohet me at.
Kohëzgjatja	Prill- Qershor 2019, varësisht nga koha kur KRUH cakton zyrtarin për MP, s'i dhe nga përvoja që ai person ka në këtë lami.

Tabela 3-4 Informacion i përgjithshëm në lidhje me pozitën e zyrtarit për MP

Trajnimi	<i>Trajnim në përdorimin e kanaleve të ndryshme mediatike për komunikim me publikun</i>
Objektivi	Komunikim interaktiv me konsumatorë
Dedikuar për	Zyrtari për Marrëdhënie me Publikun
Ofruesi i trajnimit	Konsulenti
Përmbajtja	<p>Trajnim në lidhje me përdorimin e kanaleve të ndryshme mediatike, përfshi rrjetet sociale</p> <p>Si të informohen konsumatorët në lidhje me aktivitetet që ndërmerr kompania me qëllim të përmirësimit të shërbimeve dhe mjedisit.</p>
Kohëzgjatja	Qershor2019 – Dhjetor 2020

Tabela 3-5 Trajnim mbi përdorimin e kanaleve të ndryshme mediatike për komunikim me publikun

Trajnim	<i>Trajnim në detyrë, mbikëqyrje të fushatave të MP-së</i>
Objektivi	Roli i zyrtarit të MP në kompani- ndërveprimi me departamentet e tjera
Dedikuar për	Zyrtari për Marrëdhënie me Publikun
Ofruesi i trajnimit	Konsulenti
Përmbajtja	Të kuptuarit e rëndësisë së kësaj pozite brenda kompanisë Koordinimi me departamentet tjera me qëllim të publikimit të informatave të duhura në publik Përcjelljen e programeve të fushatave sensibilizuese Krijimi i një liste të medieeve ku kompani dëshiron të jetë prezentë
Kohëzgjatja	Qershor2019 – Dhjetor2020

Tabela 3-6 Trajnim në detyrë , mbikëqyrje e fushatave të MP.

3.5 Mbikëqyrje dhe mbështetje e masave të MP

Konsulenti së bashku me KRUH-në planifikon të përgatis dhe pastaj të implementoj fushata të ndryshme në lidhje me MP-në, bazuar në një marrëveshje paraprake në lidhje me konceptin e MP-së. Fushatat sensibilizuese në lidhje me shërbimet e KRUH-së do të implementohet rregullisht. Sponsorizimi i aktiviteteve qytetarë do të bëhet vazhdimisht, ditët e hapura dhe vizitat nëpër objekte të kompanisë do të ndihmojnë në përmirësimin e imazhit publik të kompanisë dhe do të përçojnë porosi që kompania ka për publikun. Konsulenti do të bashkëpunoj ngushtë me KRUH-në në të drejtim duke diskutuar dhe dakorduar mbi qasjen më të përshtatshme sa i përket lansimit të fushatave për marrëdhënie me konsumatorë dhe duke mbështetur kompaninë me përgatitjen e një koncepti për MP-në dhe duke asistuar në trajnimin, mbikëqyrjen, implementimin dhe përgatitjen e aktiviteteve të ndërlidhura me këto fushata.

SHTOJCAT

Shtojca 1

Treguesi i afatit kohor për implementim të konceptit të MP

Shtojca 2

Përshkrimi i detyrave të zyrtarit të MP

Shtojca 3

Shpallja e vendit të punës për zyrtar të MP

Shtojca 1

Treguesi i afatit kohor për implementim të konceptit të MP

INDICATIVE IMPLEMENTATION SCHEDULE: PR / COMMUNICATIONS CONCEPT										
No.	ACTIVITY	Timing/By	Involved parties	2019			2020			
				Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
1	Worshop: PR Concept	Apr-19	RWCH - AM PR	■						
2	Public Relation Position	Apr. - June 19	RWCH - AM PR	■						
3	Website improvement and social media presence	Jul. - Oct. 19	RWCH - AM PR		■	■				
4	Awareness campaign First Phase	Jun. - Dec 19	RWCH - AM PR		■	■				
5	Awareness campaign Second Phase	Jan. 20 - Dec 20	RWCH - AM PR				■	■	■	■
6	On-the-job training of utility staff, Coaching PR campaign	Jun 19 - Dec 20	RWCH - AM PR	■	■	■	■	■	■	■
7	Supervision and support of PR measures	Jun 19 - Dec 20	RWCH - AM PR	■	■	■	■	■	■	■

LOGO e KRUH KOMPANIA REGJIONALE E UJESJELLESIT PEJE Përshkrimi i detyrave		
Titulli i pozitës : Zyrtar për Marrëdhënie me Publikun	Data e publikimit : XXX	Përpiluar nga: XXX
Departamenti: Departamenti Komercial	Divizioni : Marrëdhëniet me Konsumatorë	Njësia Punuese : Zyrat kryesore të KRUH
I përgjigjet : Menaxhmentit të marrëdhënieve me konsumatorë	Numri i raporteve direkte : XXX	Numri i raporteve indirekte : XXX
Kategoria e pagesës / Shkalla e pagës: XXX		
Qëllimi i përgjithshëm dhe objektivat e pozitës: Organizoj dhe mbikëqyrë aktivitetet e ndërlidhura me marrëdhënie me publikun, të garantoj komunikim efektiv me aksionarët, median s'i dhe publikun. Të përgatis metoda dhe aktivitete të reja në favor të portofolit të kompanisë në lidhje me marrëdhëniet me publikun.		
Detyrat dhe përgjegjësitë: <ul style="list-style-type: none"> • Përgatis fushata PR dhe strategji bashkëpunimi me median • Bashkëpunoj me stafin e brendshëm dhe me të gjitha departamentet • Redaktoj dhe përditësoj materiale promovuese dhe publikime (broshura, video materiale, ueb faqe, postime ne median sociale, etj). • T'u përgjigjet pyetjeve dhe kërkesave të shtypit, medias dhe konsumatorëve. • Përgatis dhe shpërndaj komunikata shtypi në bashkëpunim të plotë me menaxhmentin e kompanisë. • Organizojë ngjarje publike (p.sh ditë të hapura, konferenca shtypi) dhe të shërbejë s'i zëdhënës/e e kompanisë. • Përgatis dhe përcjell raporte PR-i tek menaxheri i marrëdhënieve me konsumatorë. 		
Përgatitja shkollore dhe kualifikimi : <ul style="list-style-type: none"> • BSc/BA ne marrëdhënie me publikun, gazetari, komunikimi ose fusha të ngjashme 		
Aftësitë kryesore: <ul style="list-style-type: none"> • Përvojë e dëshmuar s'i zyrtar në marrëdhënie me publikun ose të ngjashme. • Përvojë në menaxhimin e marrëdhënieve me media (online, transmetuese dhe të shtypura). • Përvojë në punë kërkimore, në përpilimin dhe redaktimin e publikimeve të ndryshme. • Aftësi në përdorimin e MS Office dhe mediave sociale • Aftësi të forta komunikimi (verbal dhe të shkruar) • Aftësi të shkëlqyera organizimi • Aftësi të punoj nën presion 		
Aftësitë fizike/ nevojat (nëse aplikohet):NA		
Mjedisi ku do të punohet: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zyrat e KRUH-së dhe terren ▪ 		
Programet e aplikuara : <ul style="list-style-type: none"> ▪ Microsoft Office, Power point ▪ Ndonjë program tjetër i ndërlidhur me multimedial do të ishte përparësi 		
Miratur nga: XXX	Nënshkrimi i punëmarrësit: XXX	Data: XXX

Vend i lirë pune “Zyrtar për Marrëdhënie me Publikun “

Kompania Regjionale e Ujësjellësit dhe Kanalizimit K.R.U. “Hidrodrini” SH.A në Pejë, është themeluar në vitin 2004 dhe është ndërmarrje publike nën ombrellën e Ministrisë së Zhvillimit Ekonomik të Republikës së Kosovës. KRU Hidrodrini është një institucion profesional publik i licencuar nga ana e autoritetit rregullues të shërbimeve të ujit (ARRU) për ofrimin e shërbimeve bazike, s’i uji i pijes dhe shërbime të kanalizimit. Kompania në fjalë u ofron shërbime pesë komunave të ndryshme siç janë: Peja, Deçani, Istogu, Klina dhe Juniku.

. Aktualisht KRUH është në kërkim të një kandidati për pozitën e zyrtarit për marrëdhënie me publikun, i cili do të jetë pjesë e departamentit komercial. Ky zyrtar do të jetë përgjegjës për të gjitha aktivitetet e ndërlidhura me komunikimi me publikun s’i dhe aktivitete marketingu. Zyrtari për marrëdhënie me publikun do të jetë përgjegjës për implementimin e aktiviteteve të KRUH-së të ndërlidhura me marrëdhënie me publikun të cilat synojnë zhvillimin e metodave dhe shërbimeve të reja e që kanë të bëjnë me portofolin e kompanisë sa i përket marrëdhënieve me publikun.

në këtë roli, kandidati do të:

- Përgjigjet pyetjeve dhe interesimeve nga ana e shtypit dhe medias
- Formulimin e artikujve për shtyp dhe buletineve informative
- Redaktoj dhe përditësoj materiale promovuese e publikime (broshura, video dhe banderola të ndryshme)
- Ndërmarrë aktivitete krijuese në lidhje me PR-in me qëllim të informimit të konsumatorëve dhe publikut.
- Organizoj konferenca për shtyp dhe “ditë të hapura” për publikun.
- Mirëmbaj dhe optimizoj prezencën e KRUH-së në mediat sociale.
- Të mbaj lidhje me gazetarë dhe media
- Të organizoj aktivitete të ndryshme dhe forume që kanë të bëjnë me informimin e publikut.
- Bashkëpunoj profesionalisht me të gjithë departamentet e KRUH-së.

Nga ju kërkohet që :

- Të diplomuar në marrëdhënie me publikun/ komunikim, marketing, gazetari ose të ngjashme.
- Të keni përvojë në fushata të marrëdhënieve me publikun, ideale do të ishte me autoritete publike
- Të keni njohuri mbi mjetet dhe metodat e komunikimit modern
- Të keni përvojë në organizimin e ngjarjeve publike dhe ndërlidhjeve me publikun dhe klientë.
- Të keni përvojë në menaxhimin e marrëdhënieve me media (online, transmetuese dhe të shtypura)
- Të keni njohuri kërkimore, në shkrimin dhe redaktimin e publikimeve të ndryshme.
- Të jeni të aftë që shpejt t’i kuptoni proceset dhe detyrat e KRUH-së.
- Të keni aftësi në MS office dhe njohuri ne programe tjera multimediale.
- Të jeni me përvojë dhe të jeni një komunikues efektiv në të gjitha nivelet.
- Të jeni pro-aktiv dhe mendje-hapur.

Ne ofrojmë:

- Pagë konkurruese
- Kontratë të përhershme sipas ligjeve të Kosovës
- Mundësi që të punoni për një organizatë mirë të organizuar.

- Mundësi që të punoni me menaxhmentin e lartë të kompanisë
- Mundësi që të krijoni reputacion brenda organizatës

Nëse jeni të interesuar dhe besoni se posedoni cilësitë e kërkuara më lartë për këtë rol, atëherë u lutim që të aplikoni duke bashkëngjitur një letër përcjellëse, CV-në dhe certifikatat, jo më vonë se **XXX**, në email adresën : **XXX**. Në rast se keni ndonjë pyetje, mund të kontaktoni: **XXX**.