

# KOMUNIKACIJOS STRATEGIJA

## 2026–2030

# TURINYS

---

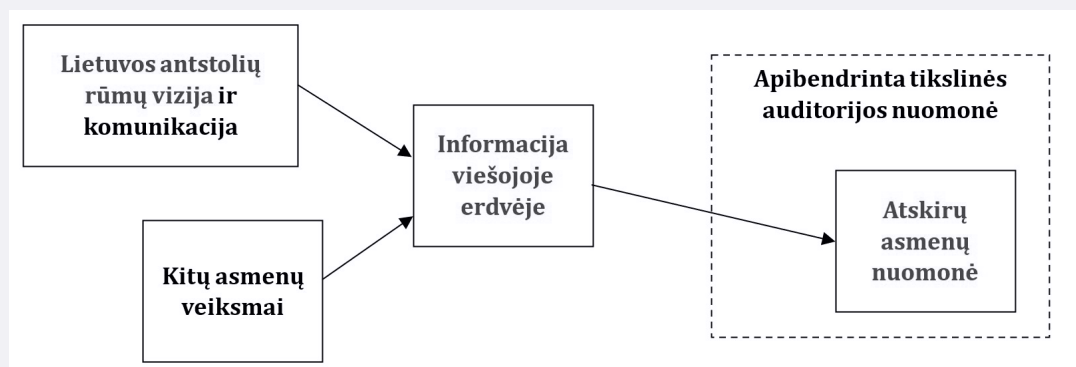
KODĖL KOMUNIKACIJOS STRATEGIJA?	03
SITUACIJOS ANALIZĖ, NAUDOS GAVĖJAI	04
TYRIMAI	06
KAS YRA ANTSTOLIS? (VIZIJA, MISIJA, TIKSLAI)	07
VERTYBĖS	08
KOMUNIKACIJOS TEMOS	10
MŪSŲ PAŠNEKOVAI (TIKSLINĖS AUDITORIJOS)	11
KOMUNIKACIJOS ĮRANKIAI	12
REZULTATŲ MATAVIMAS, PLANŲ ATNAUJINIMAS	14

---

# KODĖL STRATEGIJA?

Strategija pagrįsta klasikiniu komunikacijos modeliu, kuris organizacijos įvaizdį nagrinėja trimis požiūriais:

1. pačios organizacijos turima (ideali) vizija;
2. informacijos visuma viešojoje erdvėje;
3. atskirų tikslinių auditorijų narių susikurta asmenine nuomone.



## Bendruomenės (Lietuvos antstolių rūmų) vizija

Net jeigu siekiamas profesijos įvaizdis nėra konkrečiai apibrėžtas, vis tiek kiekvienas bendruomenės narys turi savo idealų įsivaizdavimą ir lūkestį, kaip turėtų būti vertinama profesija bendrai ir atskiri antstoliai konkrečiai.

Šį idealų modelį realybėje apibrėžia praktikoje suformavusi (kylanti iš teisinio reguliavimo normų) vertybių sistema. Kiekviena vertybė gali būti sėkmingai viešai eksponuojama, liudijama ir pastebima, o gali likti nepastebėta ir todėl neįvertinta, nesuprasta. Taip pat įmanoma situacija, kai dėl nenuoseklios ar natūraliai susiklosčiusios prieštaringos vertybes liudijančios komunikacijos, kitų asmenų poveikio viešojoje erdvėje susidaro klaidingas organizacijos ir profesijos suvokimas.

Todėl nuoseklus komunikacijos plėtojimas turi siekti stiprinti (išpildyti) reikalingus vertybinius požymius (charakteristikas, sąsajas, asociacijas), nuolatos juos liudyti (kartoti) ir siekti, jog bendruomenės turimi lūkesčiai (vizija) dominuotų viešojoje erdvėje.

## Informacija viešojoje erdvėje

Viešojoje erdvėje informacijos vienetų visuma yra tai, iš ko bendrai visuomenė ir atskirų tikslinių auditorijų nariai susidaro savo nuomonę. Dalį informacijos tikslinių auditorijų nariai gali gauti ir iš uždarytų (neviešų) šaltinių, kuriuos bendruomenė ir jos nariai kontroliuoti gali labai ribotai.

Viešojoje erdvėje turinys gali reikšmingai skirtis nuo bendruomenės turimos vizijos – nepaisant jos pastangų. Iškraipymai gali atsirasti dėl netinkamai pasirinktų komunikacijos priemonių ir formų (pavyzdžiui, retai skaitančiam teikiama klampi teisinė informacija), dėl tikslinės auditorijos nenaudojamų komunikacijos kanalų (pavyzdžiui, atskiros skolininkų grupės beveik nesinaudoja išmaniaisiais telefonais), dėl netinkamo laiko, vietos ar kitų individualių priežasčių.

## Atskirų asmenų suvokimas

Net jeigu organizacija viską padarė tinkamai ir viešojoje erdvėje pateikta korektiška informacija, atskirų tikslinių auditorijų narių suvokimas gali susiformuoti priešingai, nei siekiama. Toks individualus požiūris gali skirtis nuo bendrinio suvokimo dėl specifinės asmeninės patirties (pavyzdžiui, asmuo vertina emocines asociacijas, o ne dalykinę informaciją) arba suvokimo klaidų (pavyzdžiui, asmuo neturi bazinių matematikos žinių, kurių reikia norint suvokti pateikiamą finansinę informaciją).

# KAS MES?

## SITUACIJOS ANALIZĖ, PROFESIJOS ĮVAIZDIS

Antstoliai Lietuvos viešojoje erdvėje dažnai vaizduojami (ir suvokiami) itin neigiamai. Jie asocijuojami su finansiniu spaudimu ir baime – institucija, galinčia be įspėjimo areštuoti sąskaitas ar reikalauti turto išieškojimo. Daugeliui žmonių antstolis atrodo ne kaip žmogus, bet kaip nuolatinė grėsmė, pasiruošusi bet kurių akimirką imtis griežčiausių priemonių. Socialiniuose tinkluose nuolat pasigirsta skundų dėl netikėtų pranešimų ir nesupratimo, ką daryti, kai antstolis jau įsikiša.

Ypač daug nepasitenkinimo kelia, daugelio žmonių vertinimu, didelės teismo sprendimų vykdymo išlaidos – net ir mažų skolų išieškojimo atvejais gali tekti mokėti dideles sumas. Skolininkai dažnai skundžiasi, kad antstolis nesidomi individualiomis aplinkybėmis, neatsižvelgia į laikinas problemas ar žmogaus pastangas susitarti. Tokia patirtis visuomenėje kuria įspūdį, jog žmogaus teisės čia nėra tinkamai apsaugotos, o antstolių institucijos veiksmai – pernelyg mechaniški.

Dėl tokio įsitvirtinusio įvaizdžio antstolio veiksmai neretai suvokiami ne kaip pagalba sprendžiant finansinius ginčus, o kaip prievarta, kuri dar labiau sustiprina socialinę stigmą ir izoliaciją. Antstolis retai matomas kaip teisingumo įgyvendintojas – dažniau jis tampa piktuojų personažu, kuris simbolizuoja žmogaus finansinę nesėkmę.

Tuo pat metu būtent antstoliai yra esminė pagalba didelėms visuomenės grupėms, kurios (kitu atveju) negautų joms priklausančių lėšų. Tai (1) vaikai ir jų atstovai, (2) darbuotojai, (3) valstybė ir savivaldybės, (4) bankai, kredito įstaigos, (5) įmonės, paslaugų tiekėjai, (6) privatūs asmenys.

Ilgalaikio neigiamo įvaizdžio susidarymo esminė prielaida – sėkmingas antstolio veiklos rezultatas retai susilaukia viešo dėmesio, jis traktuojamas kaip „normali situacija“. Tuo metu antstolio veiklos nerezultatyvumas (kartais tiesiog objektyviai neįmanoma išieškoti lėšų, nes skolininkas jų neturi ir neturės) reiškia neigiamas emocijas, o antstolio veiklos metu patiriami nemalonumai neįsigilinusios visuomenės vertinami kaip antstolio veiklos brokas, bet ne kaip tariamo „nukentėjusiojo“ netinkamo gyvenimo būdo ir elgesio rezultatas.

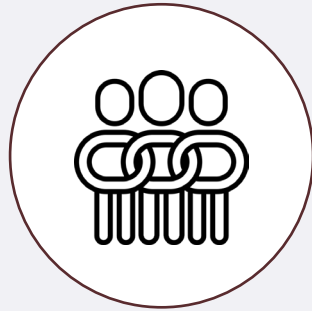
Būtent neigiamos/teigiamos informacijos balanso kūrimas, visuomenės švietimas, atskirų situacijų aiškinimas yra raktas į esminius ilgalaikius viešosios komunikacijos pokyčius.

# NAUDOS GAVĖJAI



## VAIKAI IR JŲ ATSTOVAI

Neišmokėti alimentai (išlaikymas vaikui) - lėšos išieškamos iš vengiančio mokėti tėvo / motinos



## DARBUOTOJAI

Neišmokėtas atlyginimas, kompensacija už atostogas - priverstinai išieškoma iš darbdavio įmonės sąskaitų ar turto



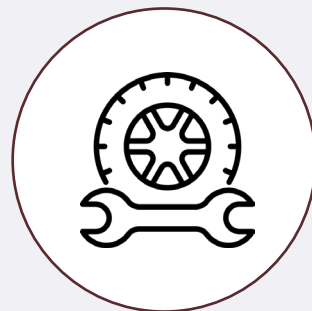
## VALSTYBĖ IR SAVIVALDYBĖS

Nesumokėti mokesčiai, baudos, socialinės įmokos - areštuojamas skolininko sąskaitos, turtas, vykdomas išieškojimas



## BANKAI, KREDITO ĮSTAIGOS

Negrąžintos paskolos, lizingo įmokos, nepadengti kreditinių kortelių kreditai - išieškamos skolos, galimai realizuojamas įkeistas turtas (pavyzdžiui, butas)



## ĮMONĖS, PASLAUGŲ TIEKĖJAI

Neapmokėtos sąskaitos už elektrą, vandenį, telekomunikacijų paslaugas - naudojamos priverstinio išieškojimo priemonės



## PRIVATŪS

Skolos tarp fizinių asmenų, priteista žala - siekiama, kad teismo sprendimas būtų įvykdytas realiai

Nors teisės aktai nustato, jog antstoliai savo veikloje turi remtis teisės aktais ir juose įtvirtintu šalių interesų balansu, tačiau praktikoje pagrindinę antstolių veiklos vertę jaučia įvairios visuomenės grupės, kurioms būtent antstoliai užtikrina laimėto teisinio ginčo rezultatų įgyvendinimą.

# TYRIMAI

## VISUOMENĖS NUOMONIŲ APKLAUSOS IR TYRIMAI

Bendrieji antstolių vertinimai (naudoti klausimai „Pagalvokite apie antstolių kontorą apskritai. Kokios pirmos asociacijos, vaizdiniai, epitetai Jums ateina į galvą?“, „Kuria teisine profesija ir institucija pasitikite?“, „Ar pasitikite antstoliais?“ ir kt.) visuomenės nuomonių tyrimų bendrovių apklausose (LAR užsakymu atlikti tyrimai pažymėti žvaigždute; likusieji tyrimai atlikti kitų organizacijų užsakymu):

METAI	VYKDYTOJAS	RESPONDENTŲ	TEIGIAMAS	NEUTRALUS	NEIGIAMAS	NEŽINO
2004*	TNS	-	9,2%	33,6%	50,9%	15,1%
2005	SPINTER TYRIMAI	1 007	6%	-	68%	-
2007*	TNS	1 026	3,7%	30,1%	41,4%	28,9%
2010*	VILMORUS	300 KLIENTŲ	70-80%	10-25%	4%	17%
2013	VILMORUS	1 000	23%	-	-	-
2014	VILMORUS	1 004	23,4%	-	75,0%	1,6%
2014	RAIT	1 010	-	-	37%	-
2015	VILMORUS	~1 000	17%	-	-	-
2016*	PRIME CONSULTING	1 007	63,8%	-	15,3%	21,0%
2016	VILMORUS	-	16-17%	-	-	-
2017	VILMORUS	-	22%	35%	37%	7%
2018*	PRIME CONSULTING	507	65,5%	-	14,4%	20,1%
2019	VILMORUS	-	13%	33%	47%	7%
2023	VILMORUS	-	34%	-	-	-
2023*	PRIME CONSULTING	1 027	49,0%	-	22,7%	28,3%
2024*	SPINTER RESEARCH	1016	41%	-	24	21

Ryškūs kiekybiniai skirtumai tarp respondentų, kurie yra su antstoliais susidūrę kaip skolininkai ar jų aplinka ar kaip išieškotojai ar jų aplinka. Kai kuriais atvejais šios dvi grupės reikšmingai skiriasi dydžiais (pavyzdžiui, 18,7% ir 10,1%).

Daugelyje tyrimų antstoliams skiriamas šalutinis vaidmuo, turimi duomenys yra paremti skirtingomis metodikomis, nagrinėjami skirtingi viešojo įvaizdžio aspektai, reikšmingai skiriasi tiriamos grupės ir kt. aplinkybės, todėl tiesiogiai lyginti turimus rodiklius galima tik atsižvelgiant į reikšmingas paklaidas lemiančias aplinkybes.

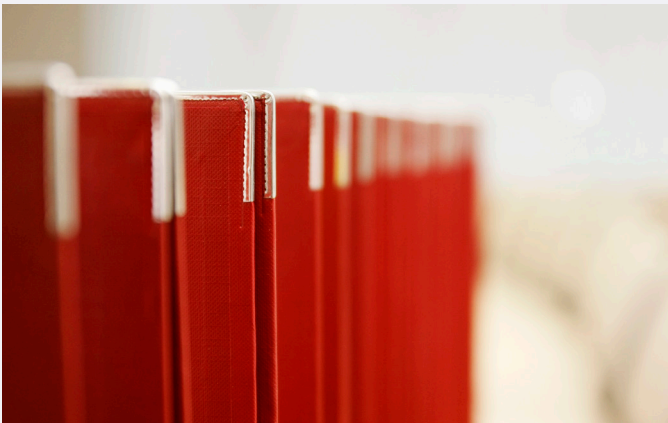
# VIZIJA IR MISIJA

Vizija - kur norime atsidurti?

Misija - kokią vertę kuriame visuomenei?

Antstoliai visuomenėje vertinami ir gerbiami kaip patikimi profesionalai, padedantys užtikrinti žmogaus teises ir proceso dalyvių interesų pusiausvyrą.

**- VIZIJA**



Įvykdome teismų sprendimus, veikdami sąžiningai, profesionaliai ir pasitelkdami šiuolaikines technologijas.

**- MISIJA**

## TIKSLAI

Vertybės turi būti suprantamos ne „Kaip kovojame?“, o „Už ką kovojame?“. Klausimas „Kaip?“ turi kilti tik vėlesniame etape, kai jau aišku, kokių tikslų siekiame.

Taigi, antstoliai savo veikla siekia šių vertybių įgyvendinimo (tikslų):

- Užtikrinti teisėtus ginčo šalių interesus;  
*Šios veikos rezultatas - teismų sprendimų įvykdymas, žmogaus teisės į teisingą teismą užtikrinimas;*
- Antstolių darbas užtikrinant teisėtus asmenų interesus yra apmokamas.

# VERTYBĖS

## VISUOMENĖJE ANTSTOLIAI ŽINOMI DĖL ŠIŲ SAVYBIŲ

### Profesinės kompetencijos:

- Gilios teisinės žinios ir analitinis mąstymas
- Procesinis tikslumas ir kruopštumas
- Strateginis požiūris į sprendimų vykdymą
- Objektyvumas ir nešališkumas
- Technologinis raštingumas - gebėjimas efektyviai naudotis šiuolaikinėmis technologijomis

### Asmeninės savybės:

- Kantrybė
- Sąžiningumas ir nepriekaištinga reputacija
- Nepriklausomumas ir nešališkumas
- Atsakomybė ir patikimumas
- Pasirengimas padėti
- Psichologinis atsparumas įtemptose situacijose
- Humoro jausmas

### Komunikaciniai gebėjimai:

- Aiškus, pagarbus ir profesionalus bendravimas
- Derybiniai įgūdžiai ir gebėjimas valdyti konfliktus
- Gebėjimas girdėti, suprasti ir sugebėjimas būti išgirstam, suprastam
- Empatija ir socialinis jautrumas
- Gebėjimas stiprinti profesijos prestižą ir viešąjį pasitikėjimą

### Vertybines nuostatas:

- Teisingumo ir teisėtumo principų laikymasis
- Skaidrumas ir aukšti profesinės etikos standartai
- Suvokimas, kad antstolio veikla skirta teisėtų interesų apsaugai
- Nuolatinis tobulėjimas ir prisitaikymas prie pokyčių

### Veiklos įkainiai

- Ekonomiškai pagrįsti
- Suprantamai paaiškinti

# PAVYZDYS

## SIEKIAMOS SAVYBĖS FORMUOJAMOS KASDIENĖJE VEIKLOJE

Kaip šie tikslai/vertybės sutampa su pagrindinių auditorijų vertinimais? Svarbu vertinti, kiek šios vertybės yra universalios, o kiek gali būti skirtingai vertinamos skirtingose tikslinėse grupėse (pavyzdžiui, tas pats įkainis aukštesnių pajamų asmenų grupei gali būti priimtinas, o žemesnių pajamų - neįkandamas).

Šių vertybių naudojimas kasdienėje komunikacijoje būtų taktinis sprendimas, leidžiantis siekti ilgalaikių tikslų. Kitaip tariant, kiekvienas LAR veiksmas turi būti orientuojamas (planuojamas ir įgyvendinamas) kaip tiesiogiai realizuojantis, iliustruojantis tam tikro vertybinės požymio patvirtinimą. Ilguoju laikotarpiu toks nuoseklus tam tikrų požymių fiksavimas visuomenės narių sąmonėje užtikrintų pozityvių profesijos požymių formavimąsi.

### PAVYZDYS

Skolininkas Petras pyksta ant antstolio Jono, kuris ne tik nuskaičiavo nuo jo sąskaitos baudą už automobilio stovėjimą netinkamoje vietoje, bet ir dar priskaičiavimo vykdymo išlaidas.

#### **Netinkamas komentaras:**

*Vykdymo išlaidos skaičiuojamas pagal teisingumo ministro nustatytą tvarką.*

#### **Tinkamas komentaras:**

*Antstolis Jonas trimis skirtingais būdais buvo pranešęs skolininkui Petrai apie skolą miesto savivaldybei, tačiau jis nereagavo. Ginant viso miesto gyventojų interesus ir siekiant išieškoti skolą, buvo imtasi vykdymo veiksmų, kuriuos atliekant ir buvo patirtos vykdymo išlaidos. Visada raginame skolininkus rūpintis savo skolomis ir jas padengti nelaukiant, kol išieškojimas bus perduotas antstoliams.*

# TEMOS

## PAGRINDINĖS PLĖTOJAMOS KOMUNIKACIJOS TEMOS

Komunikacijos temos kyla arba iš aktualijų (į jas reaguojant), arba aktyviai formuojant sau palankias (t. y., organizacijos vertybes atitinkančias ir stiprinančias) asociacijas. Numatomos šios informacinių žinučių grupės:

### 1. Atstovavimas teisėtiems asmenų interesams

a) „Skolų žemėlapis“ - tęstinė iniciatyva, liudijanti antstolių profesinę kompetenciją, sistemaiškai kaupiamas žinias ir jų taikymą kasdienėje veikloje; po visos šalies gyventojų skolų apžvalgos detaliau išanalizuojama ir pristatoma skolų situacija viename ar keliuose regionuose.

b) Ryšiai su suinteresuotomis išieškotojų grupėmis:

i. **Vaikai ir jų atstovai** (organizacija „Mama mums rūpi“, mamos, tėčiai, seneliai, globėjai ir t. t.) - bendradarbiavimo susitarimai, sėkmingos bendros veiklos pavyzdžiai, problemas patiriančių mamų istorijos, spaudos konferencijos;

ii. **Privatūs kreditoriai** - plėtojant kontaktus su bankais, kredito unijomis, Lietuvos verslo konfederacija, Lietuvos darbdavių konfederacija, Lietuvos buhalterių ir auditorių asociacija;

### 2. Asmenų teisėtų interesų užtikrinimas ir pagalbos teikimas

a) **Sėkmingai išieškotos skolos** - komunikacija paremta atskirais atvejais ir apie juos sutinkančiais pasakoti buvusiais kreditoriais;

### 3. Nacionalinė teisėkūra ir jos problematika, tarpinstitucinis bendradarbiavimas

Viešinimas turėtų būti sudėtinė ryšių su valdžios institucijomis (Teisingumo ministerija, Seimo Teisės ir teisėtvarkos komitetu, kitais antstolių veiklos teisinio reguliavimo sprendimus formuojančiais ir teikiančiais subjektais), akademinėmis įstaigomis (universitetais, Teisės institutu ir kt.) dalis.

# PAŠNEKOVAI

## PAGRINDINĖS TIKSLINĖS AUDITORIJOS

Nagrinėtinos pirminės (bendraujama tiesiogiai) ir antrinės (bendraujama per įvairius tarpininkus) tikslinės auditorijos. Atskirų veiklų atveju (pavyzdžiui, jaunimo grupės, atskirų regionų bendruomenės ir t. t.) gali būti naudojamos ir kitos, čia neaprašytos tikslinės auditorijos.

AUDITORIJOS TIPAS	TIKSLINĖ AUDITORIJA	TRUMPAS APIBŪDINIMAS
PIRMINĖS AUDITORIJOS	SKOLININKAI	ASMENYS, KURIEMS TAIKOMAS PRIVERTSINIS IŠIEŠKOJIMAS; SVARBU INFORMUOTI APIE TEISES, PAREIGAS IR PASEKMES
	KREDITORIAI	ASMENYS AR ORGANIZACIJOS, SIEKIANČYS ATGAUTI SKOLAS (VAIKAI IR JŲ ATSTOVAI, DARBUOTOJAI, ĮMONĖS, VALSTYBĖ)
	VALSTYBĖS INSTITUCIJOS	TEISMAI, VMI, „SODRA“, SAVIVALDYBĖS; BENDRADARBIAVIMAS VYKDANT SPRENDIMUS IR UŽTIKRINANT TVARKĄ
	KOMERCINIAI (TECHNINIAI) VEIKLOS PARTNERIAI	FINANSŲ ĮSTAIGOS, „REGISTRŲ CENTRAS“, KITOS ĮSTAIGOS, KAUPIANČIOS PRIVAČIĄ INFORMACIJĄ, NAUDOJAMĄ IŠIEŠKOJIMO PROCESU
	TEISININKŲ BENDRUOMENĖ	ADVOKATAI, TEISĖJAI, AKADEMINĖS BENDRUOMENĖS ATSTOVAI; REIKALINGAS PROFESIONALUS DIALOGAS DĖL PRAKTIKOS IR TEISĖS TAIKymo
	ŽINIASKLAIDA	ŽURNALISTAI, KURIE TIESIOGIAI DOMISI SKOLŲ IŠIEŠKOJIMO NAUJOVĖMIS IR ATSKIRAIS IŠIEŠKOJIMO ATVEJAIS
ANTRINĖS AUDITORIJOS	NVO	ORGANIZACIJOS, GINANČIOS SOCIALIAI PAŽEIDŽIAMUS ASMENIS (PVZ., VAIKUS, NEPASITURINČIUOSIUS )
	SOCIALINIAI DARBUOTOJAI, BENDRUOMENĖS CENTRAI	TARPININKAI TARP SKOLININKO IR ANTSTOLIO, PADEDANTYS SUPRASTI PROCESUS
	POLITIKAI IR ĮSTATYMŲ LEIDĖJAI	ATSAKINGI UŽ ANTSTOLIŲ VEIKLOS REGULIAVIMĄ IR TEISINĖS BAZĖS FORMAVIMĄ
	ŠVIETIMO ĮSTAIGOS IR JAUNIMAS	FINANSINIO RAŠTINGUMO UGDYMAS, SIEKIANT UŽKIRSTI KELIĄ ATEITIES SKOLŲ PROBLEMOMS
	VERSLO ASOCIACIJOS	SUINTERESUOTI VEIKSMINGU SKOLŲ IŠIEŠKOJIMU IR SUTARTINIŲ SANTYKIŲ UŽTIKRINIMU
	TARPTAUTINĖS INSTITUCIJOS IR PARTNERIAI	UŽTIKRINA BENDRĄ ES STANDARTŲ LAIKYMĄSI, DALIJASI GERĄJA PRAKTIKA
	VISUOMENĖ	PILIEČIAI, KURIEMS FORMUOJAMAS ANTSTOLIO ĮVAIZDIS, AIŠKINAMA VEIKLOS ESMĖ, PANEIGIAMAI MITAI

# ĮRANKIAI

## ANTSTOLIŲ KOMUNIKACIJOS PRIEMONĖS

Lietuvos antstolių rūmai gali naudotis šiomis komunikacijos priemonėmis informacijai skleisti ir antstolių veiklai populiarinti:

PESO KATEGORIJA	KOMUNIKACIJOS PRIEMONĖ	TRUMPAS APIBŪDINIMAS (ATSKIRO ANTSTOLIO VEIKLOJE)
PAID (MOKAMA)	GOOGLE ADS, FACEBOOK REKLAMA	MOKAMI SKELBIMAI, NUKREIPIANTYS Į ANTSTOLIO SVETAINĘ, SIEKIANT PRITRAUKTI KREDITORIUS (PVZ., DĖL ALIMENTŲ AR DARBO UŽMOKESČIO IŠIEŠKIJIMO)
	VIETOS SPAUDOS REKLAMA	NEDIDELĖS REKLAMOS REGIONINIUOSE LAIKRAŠČIUOSE, KAD VIETOS BENDRUOMENĖ ŽINOTŲ APIE KONTOROS VEIKLĄ IR KONTAKTUS
EARNED (PELNYTA)	STRAIPSNIAI ŽINIASKLAIDOJE	ANTSTOLIO KOMENTARAI AR INTERVIU NACIONALINIAME, REGIONINIAME AR RAJONO PORTALE APIE SKOLŲ PREVENCIJĄ, TEISINĘ PRAKTIKĄ
	BENDRADARBIAVIMAS SU EKSPERTAIS	DALYVAVIMAS KONFERENCIJOSE, SEMINARUOSE, KUR ŽINIASKLAIDA CITUOJA KAIP EKSPERTĄ
SHARED (DALINAMOSI)	SOCIALINIŲ TINKLŲ PASKYROS	PVZ., FACEBOOK ARBA LINKEDIN PUSLAPIS, KURIAME SKELBIAMA APIE VEIKLĄ, PATEIKIAMAI TEISINIAI PATARIMAI
	BENDRUOMENĖS GRUPĖS	INFORMACIJA VIETINĖSE „FACEBOOK“ GRUPĖSE (PVZ., RAJONO AR MIESTO BENDRUOMENĖS PUSLAPIUOSE)
OWNED (NUOSAVAS)	INTERNETO SVETAINĖ	PATEIKIAMA VISA PRAKTINĖ INFORMACIJA - PASLAUGOS, DOKUMENTŲ ŠABLONAI, KONTAKTAI
	ELEKTRONINIS PAŠTAS	PAGRINDINĖ BENDRAVIMO PRIEMONĖ SU VISOMIS TIKSLINĖMIS AUDITORIJOMIS, TAČIAU NETINKAMA, KAI BŪTINA GARANTIJA DĖL INFORMACIJOS PERDAVIMO IR/AR GAVIMO
	PAŠTAS	TEISĖS AKTAI DAŽNIAUSIAI NUMATO PAREIGĄ SKOLININKUS INFORMUOTI ŠIA FORMA
	TELEFONAS	GREIČIAUSIA IR PIGIAUSIA KOMUNIKACIJOS PRIEMONĖ, TAČIAU NEPALIEKA TURINIO KOPIJOS
	GYVAS BENDRAVIMAS	DAŽNIAUSIAI TAI ĮGYVENDINAMA BENDRAUJANT SU INTERESANTAIS IR KLIENTAIS ANTSTOLIŲ KONTOROJE AR ANTSTOLIO TEISINIŲ PASLAUGŲ TEIKIMO VIETOJE
	LANKSTINUKAI	SPAUSDINTI INFORMACINIAI BUKLETAI ANTSTOLIO BIURE AR TEISMUOSE APIE PASLAUGAS IR PROCEDŪRAS
	NAUJIENOS, TINKLARAŠTIS AR NAUJIENLAIŠKIS	TRUMPI STRAIPSNIAI APIE SKOLŲ IŠIEŠKIJIMO PROCESUS, TEISINIUS POKYČIUS, PRAKTINIUS PATARIMUS. GALI BŪTI PASIEKIAMAS SVETAINĖJE, TAIP PAT GALI BŪTI PRENUMERUOJAMAS EL. PAŠTU AR SPAUSDINAMAS IR DALINAMAS GYVAI

# KAM – PER KĄ?

## TIKSLINIŲ AUDITORIJŲ IR KOMUNIKACIJOS PRIEMONIŲ SUDERINAMUMAS

	SKOLININKAI	KREDITORIAI	VALSTYBĖS INSTITUCIJOS	KOMERCINIAI PARTNERIAI	TEISININKAI	ŽINIASKLAIDA	NVO	SOCIALINIAI DARBUOTOJAI	POLITIKAI	ŠVIETIMO ĮSTAIGOS	VERSLO ASOCIACIJOS	TARPTAUTINIAI PARTNERIAI	VISUOMENĖ
GOOGLE ADS, FACEBOOK REKLAMA	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
VIETOS SPAUDOS REKLAMA						+			+	+			+
STRAIPSNIAI ŽINIASKLAIDOJE			+		+	+	+		+		+		+
BENDRADARBIAVIMAS SU EKSPERTAIS			+	+	+			+		+	+	+	
SOCIALINIŲ TINKLŲ PASKYROS	+	+			+	+			+		+		+
BENDRUOMENĖS GRUPĖS	+	+					+	+	+	+			+
INTERNETO SVETAINĖ			+	+									
ELEKTRONINIS PAŠTAS	+	+	+	+	+	+	+			+	+	+	+
PAŠTAS	+	+	+						+	+	+	+	
TELEFONAS	+	+			+	+	+		+	+	+		
GYVAS BENDRAVIMAS	+	+			+					+			+
LANKSTINUKAI	+	+			+		+	+		+	+		+
NAUJIENOS, TINKLARAŠTIS AR NAUJIENLAIŠKIS	+	+			+	+	+	+			+	+	

# MATAVIMAS

## STRATEGINIAI TIKSLAI IR JŲ VERTINIMO RODIKLIAI

Planavimas vidutiniu laikotarpiu vykdomas 3-5 metų laikotarpiui. Ši strategija orientuota į laikotarpį iki 2030 metų rudens, kada turi būti peržiūrėta ir atnaujinta.

Komunikacijos veiklos planavimas ir vertinimas pagrįstas pagrindiniais komunikacijos efektyvumo rodikliais, kurie Lietuvos antstolių rūmų atveju yra tokie:

### 1. Pasiekiamumo rodikliai

- a) Interneto svetainės lankytojų skaičius - bendras ir unikalių vartotojų srautas, puslapio peržiūrų skaičius.
- b) Socialinių tinklų pasiekiamumas - įrašų parodymų, paspaudimų (impressions & clicks) skaičius.

### 2. Įsitraukimo rodikliai

- a) Komentarų, pasidalinimų ir „patinka“ skaičius socialiniuose tinkluose.
- b) Užklausų FB , el. paštu skaičius - rodo, kiek vartotojų susidomėjo paslaugomis.
- c) Dalyvavimas renginiuose ir seminaruose, kur dalyvavo Lietuvos antstolių rūmų savivaldos atstovai.

Iš šiuo metu kaupiamų duomenų galima nustatyti tokius strateginius tikslus artimiausiems 3 metams:

RODIKLIS	2024	TIKSLAS 2026	TIKSLAS 2028	TIKSLAS 2030
LAR PARUOŠIAMŲ IR IŠPLATINAMŲ NAUJIENŲ SKAIČIUS PER METUS	24	20-26	20-26	20 -26
TEIGIAMAS ARBA NEUTRALUS PROFESIJOS VERTINIMAS VISUOMENĖJE (APKLAUSOSE)	55%	56%	57%	58%

# KITI VEIKSMAI

---

Siekiant mažinti biurokratizmą antstolių komunikavime su proceso dalyviais, bendradarbiaujant su Teisingumo ministerija, parengti supaprastintas antstolių procesinių dokumentų formas (kurios apima informavimą apie: bylos pradžių, atliktus veiksmus, vykdymo išlaidas, bylos pabaigą ir kt.) Parengti pavyzdinius dažnai pasikartojančių komunikavimo situacijų ruošinius ir juos sistemaiškai diegti (mokymai - naudojimas - tobulinimas; ne mažiau kaip dveji mokymai komunikacijos tema per metus) antstolių praktikoje:

1. Atsakymas į žiniasklaidos užklausą;
2. Reagavimas į emocingą neigiamą komentarą socialiniuose tinkluose;
3. Informavimas apie klaidą ir jos ištaisymą;
4. ...

# ATNAUJINIMAS

Pagal patvirtintą Komunikacijos strategiją ruošiamas metinis komunikacijos planas, kuriame detalizuojama:

- Kurioms kryptims (temoms, naratyvams) bus skiriamas pagrindinis dėmesys;
- Kokius kiekybinius rodiklius planuojama pasiekti šiose kryptyse kiekvienai atskirai, kaip tai bus matuojama;
- Komunikacijos priemonės;
- Jų parengimas, naudojimo pradžia, reikalingi biudžetai;
- Tikslinės auditorijos, į kurias tos priemonės orientuotos;
- Kaip intensyviai jos bus naudojamos (informacinių vienetų per mėnesį skaičius), kokių išteklių tai pareikalaus;
- Viešosios erdvės stebėseną ir jos teikiamų duomenų naudojimas planavimo procesams keisti/tikslinti;
- Preliminarus (kasmėnesinis) reikalingų išteklių ir išlaidų planas ir biudžetas.



[info@antstoliurumai.lt](mailto:info@antstoliurumai.lt)



+370 (614) 61105



Konstitucijos pr. 15, Vilnius  
Lietuva LT-09319

---