

Modelo Innovación Organizativa - Marketing

BLOQUE ¿Qué logro?	TEMÁTICAS ¿Dónde innovar?	RETOS ¿Qué se pretende al innovar?	INT.	VIA.	TOT
OM-RU. RELACIONES CON USUARIOS	OM-RU1. Evaluación de expectativas y satisfacción	OM-RU1a. Buscar nuevos formatos de análisis de expectativas, de tendencias que posibiliten a futuro la revisión de las actuaciones			
		OM-RU1b. Buscar nuevos formatos de evaluación de la satisfacción que aporten variedad y aceptación a los actuales			
		OM-RU1c. Incorporar nuevos dispositivos (móviles, caras,...) en la evaluación			
	OM-RU2. Evaluación del impacto y política de publicidad	OM-RU2a. Descubrir nuevos métodos de análisis de resultados que den efectividad e impacto interno a las evaluaciones			
		OM-RU2b. Conocer los resultados y el impacto que tienen los servicios y actividades			
		OM-RU2c. Aplicar prototipos de evaluación de políticas públicas			
	OM-RU3. Sistemas de relación de servicios	OM-RU3a. Fomentar habilidades de comunicación en la ciudadanía, en usuarios y grupos de interés en pro de la bidireccionalidad			
		OM-RU3b. Buscar nuevos formatos de relación y colaboración con los usuarios en cuanto a los servicios prestados			
		OM-RU3c. Incorporar nuevos métodos de análisis de datos, de quejas, demandas, tendencias en aportaciones,...			
OM-CE. COMUNICACIÓN EFECTIVA Y BIDIRECCIONAL	OM-CE1. Comunicación externa y promoción	OM-CE1a. Fomentar habilidades de comunicación en personas y unidades de alta relación, poner en valor la comunicación			
		OM-CE1b. Explicar de forma más novedosa y efectiva la acción municipal, propuestas, actividades y actuaciones, proyectos,...			
		OM-CE1c. Dar a conocer y explicar quién somos, qué hacemos, qué servicios prestamos y como acercarse a ellos, ...			
	OM-CE2. Modernizar la comunicación	OM-CE2a. Protocolizar la comunicación externa como un valor o una parte importante del proceso			
		OM-CE2b. Buscar nuevas vías, nuevos canales, nuevas herramientas a la comunicación			
		OM-CE2c. Incorporar el diseño, nuevas técnicas de promoción y difusión de actividades			
	OM-CE3. Imagen y promoción institucional	OM-CE3a. Cambiar la imagen de administración poco abierta y receptiva, poco "escuchadora" de la ciudadanía			

		OM-CE3b. Trasladar imagen de administración cercana, enfocada a resultados, colaboradora, fiable,...			
		OM-CE3c. Aumentar en la ciudadanía la visión de administración "propia", la fidelización, la afección y el apego, el sentido de pertenencia			
OM-GA. GOBIERNO ABIERTO	OM-GA1. Participación ciudadana	OM-GA1a. Insertar la participación como un elemento transversal a la organización y activo en los departamentos de alta relación, protocolizar,...			
		OM-GA1b. Afrontar de forma activa a la vez que controlada y sostenible nuevas formas de participación más efectiva (codecisión,...)			
		OM-GA1c. Incorporar nuevos formatos electrónicos o no en la participación (voto electrónico,...)			
	OM-GA2. Gobernanza, transparencia	OM-GA2a. Incrementar de forma efectiva la cultura de la gobernanza a la vez que ajustarla a la realidad de la acción municipal			
		OM-GA2b. Incorporar fórmulas que aceleren y hagan sostenible y seguro las aplicaciones de transparencia (información activa, portal,...)			
		OM-GA2c. Incorporar experiencias que fomenten la ética y el cumplimiento de valores y principios en la actuación municipal (códigos,...)			
	OM-GA3. Datos abiertos	OM-GA3a. Impulsar la cultura del dato abierto como un servicio más de la administración para con la sociedad, su utilidad externa e interna			
		OM-GA3b. Incorporar y descubrir nuevas posibilidades o nichos de datos abiertos, formatos de estructuración, de búsqueda, de uso,...			
		OM-GA3c. Adoptar medidas y buenas prácticas en la gestión de datos abiertos para que impacte en el desarrollo social y económico			