**Zhvillimi i strategjisë së komunikimit**

Përmes punës së TACSO-së dhe bazuar në informatat prapavajtëse (feedback), është vërejtur se shumë OSHC hasin në vështirësi me vendosjen e një strategjie në fushën e komunikimit të punës së tyre. Me synimin për të thjeshtuar procesin në masën më të madhe të mundshme, TACSO ka krijuar Udhëzimet për Zhvillimin e një Strategjie të Komunikimit. Këto udhëzime përmbajnë informacion më të detajuar rreth procesit të krijimit të strategjisë, përcaktimit të qëllimeve, përcaktimit të afateve dhe vlerësimit.

Hartimi i një strategjie komunikimi është art e jo shkencë dhe ka shumë mënyra të ndryshme për t'iu qasur detyrës. Mundësitë për të pasur ndikim dhe për të dëgjuar zërin e një organizate mund të shfaqen papritur. Kështu, është e rëndësishme që të kemi një strategji në mënyrë që të rriten gjasat që të ndodhin  mundësitë e tilla dhe mund të përfitojnë prej tyre kur ato ndodhin.

Ky udhëzues hap pas hapi duhet të përdoret si referencë. Modeli i ofruar në fund do të ndihmojë në realizimin e strategjisë së komunikimit të një organizate.

Pavarësisht nëse strategjia po zhvillohet për një periudhë të caktuar, për të njëjtën periudhë kohore sikur strategjia organizative ose për një projekt specifik, ajo duhet të përmbajë:

1. Deklaratën e qëllimit;
2. Analizën e situatës;
3. Objektivat dhe qëllimet e komunikimit;
4. Audiencat;
5. Mesazhet;
6. Mjetet dhe aktivitetet;
7. Burimet;
8. Afatet kohore;
9. Vlerësimi.