

КОМУНИКАЦИОННА СТРАТЕГИЯ НА ПРОЕКТ TWIN4ECO

Наименование на проекта:	Туининг за научни постижения: Стимулиране на устойчивата енергийна икономика и насърчаване на научните изследвания в областта на управлението на иновациите в България (TWIN4ECO)
Финансиран от:	Национален план за възстановяване и устойчивост
Начална дата на проекта:	Декември 2023 г.
Продължителност:	30 месеца
Координатор:	Стопански факултет, Софийски университет „Св. Климент Охридски“
Партньори:	Институт за енергийна икономика (EWI) към Кьолнския университет; Институт за енергийни системи и електрически проводници (EEG) към Виенския технически университет; Дъблински технически университет; Университета Грьонинген.
Ръководител на проекта:	доц. д-р Атанас Георгиев

1. Стратегически цели

Проектът Twin4ECO е разработен с цел подобряване на постиженията в научните изследвания и видимостта на Стопанския факултет на Софийски университет „Св. Климент Охридски“ (СУ-СФ) в областта на устойчивата енергийна икономика и управлението на иновациите в отговор на националните и регионални нужди и целите на ЕС в областта на енергетиката и устойчивостта.

В основата на проекта са трансдисциплинарни холистични научни изследвания и управление на изграждането на капацитет, като целта е да се разработи и приложи всеобхватен набор от мерки, включително съвместно изготвяне на научни стратегии, работа в мрежа, трансфер на знания, обмен на най-добри практики, съвместни изследователски дейности и установяване на дългосрочно сътрудничество между Стопанския факултет и четири водещи научни институти с международен профил от

държави от ЕС: EWI (Германия), UG (Нидерландия), TU WIEN (Австрия) и TU Dublin (Ирландия).

По този начин чрез проекта TWIN4ECO ще се допринесе за превръщането на Стопанския факултет в национален център за научни постижения и институция със значимо регионално (и международно) присъствие в областта на устойчивата енергийна икономика и управлението на иновациите. Фокусът на проекта е върху две научни цели: разработване на модел на енергийни системи и разпространение на иновативни устойчиви практики и нови енергийни технологии.

Целта на проекта TWIN4ECO е да се консолидира целият изследователски капацитет на СФ с помощта на учени от други университети, които ще подпомогнат процеса на разработване на всеобхватна научна стратегия. Чрез проекта ще се насърчи създаването на дългосрочни партньорства, както и установяването на мрежи с други изследователски организации, което ще спомогне за насърчаването на участието в научноизследователски програми и проекти на ЕС.

2. Комуникационна стратегия

Комуникационната стратегия на проекта TWIN4ECO се основава на цялостната идея за повишаване на осведомеността и подобряване на видимостта на проектните цели, дейности и резултати. Стратегията включва определяне на целевите аудитории и подбор на комуникационни канали и техники. Целта на комуникационната стратегия е да се гарантира прозрачност и да се предостави информацията относно дейностите и резултатите от проекта, както и да се предизвика интересът на всички идентифицирани целеви групи; да се насърчи целевата аудитория да потърси повече информация за проекта; да се постигне максимална степен на публичност и да се предостави достъп до информацията на всички равнища.

Комуникационните дейности ще включват разнообразни комуникационни канали, както традиционни, така и онлайн такива, като целта е постигане на по-широко разпространение с фокус върху всички идентифицирани заинтересовани страни. Комуникационният екип на проекта ще ръководи дейностите и ще е отговорен за тяхното изпълнение, така както са описани в комуникационната стратегия. Освен това екипът ще се стреми да привлече вниманието на различни външни партньори (власти, бизнеси, НПО), които да подпомогнат усилията за разпространение на информацията и които да действат като посланици на резултатите от проекта. Комуникационните дейности ще се планират с цел да отговорят на информационните нужди на различни специализирани целеви групи, в това число и академичния сектор, бизнеса, законодателни и изпълнителни органи, НПО и медиите. Същевременно чрез комуникационните дейности ще се цели достигането до широката общественост в максимална степен, като

съдържанието ще бъде адаптирано и преведено на достъпен език, за да може всеки да разбере посланията и целите на проекта, без да е необходимо да вниква в дълбочина във всички технически и научни подробности.

Основни цели на комуникационната стратегия:

- Координиране на комуникационни дейности и дейности по разпространение на информация за проекта TWIN4ECO, осигуряване на обща рамка и последователна стратегия на отговорния екип, както и съответните инструменти и ефективни възможности за популяризиране на проекта и неговите резултати;
- Повишаване на осведомеността и гарантиране на видимостта на проекта, разпространение на проектните резултати, насърчаване на сътрудничеството и създаване на мрежа от заинтересовани страни чрез предоставяне на актуална, всеобхватна и обективна информация относно напредъка по проекта, дейностите и резултатите;
- Популяризиране на основните инициативи на проекта – разработване на модел на енергийни системи и разпространение на иновативни устойчиви практики и нови енергийни технологии;
- Привличане на вниманието на целевите групи и насърчаване на усилията им да потърсят повече информация за проекта TWIN4ECO;
- Издигане и укрепване на имиджа и репутацията на СФ като водещ научноизследователски център в областта на устойчивата енергийна икономика и управлението на иновациите в отговор на националните и регионалните нужди и целите на ЕС в сектора на енергетиката и устойчивостта;
- Гарантиране на изпълнението на комуникационните цели в съответствие с добрите практики в ЕС.

Съпътстващи цели на комуникационната стратегия:

- Привличане на интереса на заинтересованите страни към целите на проекта;
- Насърчаване на участието на учени и партньори;
- Установяване на дългосрочни отношения с целевите групи;
- Предоставяне на информация и оказване на влияние върху представители на законодателни органи.

3. Теми, които да бъдат включени в комуникационните послания

- Стопанският факултет на Софийски университет „Св. Климент Охридски“ ще обедини научноизследователския потенциал на водещи академични институции в областта на устойчивата енергийна икономика и управлението на иновациите в отговор на националните и регионалните нужди и целите на ЕС в сектора на енергетиката и устойчивостта;
- Целта на проекта TWIN4ECO е да се подобри актуалната рамка за научни изследвания и иновации в СФ и да се адаптира към новите възможности за изследвания, които произтичат от прехода на Европа към нисковъглеродна икономика и съответните политики на ЕС в областта на устойчивата енергия, като Зеления пакт, „Подготвени за цел 55“, интегриран национален план в областта на енергетиката и климата и други законодателни инициативи;
- Основните задачи на проекта включват насърчаване на постиженията в изследователската сфера, подобряване на изследователския капацитет на Стопанския факултет в Софийски университет „Св. Климент Охридски“, придобиване на нови експертни знания и изграждане на ключови компетенции за устойчиво развитие;
- В резултат от дейностите по проекта СФ значително ще разшири изследователския си потенциал в сферата на устойчивата енергийна икономика и управлението на иновации, което ще се изрази в увеличаване брой висококачествени иновативни продукти, повече финансиране за изследователски проекти, организиране и участие в изследователски форуми, престижни изследователски награди и др.;
- В рамките на проекта TWIN4ECO чрез серия от събития и инициативи Стопанския факултет в Софийски университет „Св. Климент Охридски“ ще насърчи дискусията относно прехода към устойчива енергия на национално и регионално равнище;
- Чрез проекта TWIN4ECO ще се подкрепи изготвянето на целева и добре обоснована изследователска стратегия на СФ с методологическата помощ на водещи специалисти и учени от реномирани европейски университети;
- Основната цел на проекта е да се насърчат иновативните устойчиви практики и новите енергийни технологии, което означава повече конкурентоспособност за страната и подобрена инвестиционна среда посредством предвидима и устойчива енергийна система;

- Проектът TWIN4ECO ще допринесе за укрепването и разширяването на успешните партньорства на СФ с водещи европейски научноизследователски институти;
- Чрез проекта ще се насърчи създаването на устойчиви мрежи от партньорски организации, в това число институции, публичния сектор, бизнеси, НПО и законодателни органи, с цел създаване на благоприятна среда за дискусии и обратна връзка;
- Проектът цели да използва изследователския и човешкия потенциал на СФ, като по този начин го издигне като институция от регионално значение в областта на устойчивата енергийна икономика и управлението на иновациите. Ключова цел е СФ да заеме водещите позиции в Европейското научно пространство и да се превърне в регионален изследователски център в тази област. Превръщането му в значим изследователски институт в региона означава, че СФ може да действа като основния регионален и национален изследователски център в тази сфера и да споделя експертните си знания и умения с други изследователски институции и иновативни организации;
- Основен фокус на проекта е разработването на модел на енергийния пазар за България и по-конкретно пазара на електроенергия. С помощта на експертните знания и умения и ноу-хау на Института за енергийна икономика в Кьолнския университет, СФ ще разработи модел за създаване на неутрални спрямо климата енергийни системи на равнище ЕС и по-конкретно в България.
- Признати учени от реномирани партньорски изследователски групи ще бъдат поканени да допринесат за изпълнението на дейностите по проекта, свързани с трансфер на знания, обмен на реални практики, свързани академични проучвания и работа в мрежа.
- Проектът има две основни научни цели: разработване на модел на енергийни системи и разпространение на иновативни устойчиви практики и нови енергийни технологии.

4. Целеви групи

Чрез комуникационната стратегия се цели ефективното привличане на вниманието на разнообразни целеви групи, в това число заинтересовани страни от енергийния сектор, екологични организации, правителствени органи, бизнес партньори, медии и населението. Чрез проучване на ролята, конкретните интереси и нужди на всяка целева група ще бъдат разработени специални подходи, за да се гарантира максимално влияние. Чрез целево изпращане на послания и инициативи за привличане на участие стратегията

цели да увеличи нивото на информираност и познания, да изгради здрави връзки и да насърчи значим диалог с всички заинтересовани страни на проекта. Комуникационната стратегия е предназначена за следните целеви групи:

- Учени

Тази група включва учени, които се интересуват от изследователска работа в областта на устойчивата енергийна икономика и управлението на иновации – признати и млади учени от Софийски университет, учени от партньорски институции, учени от нововъзникващи мрежи, постдокторанти, редактори на публикации в Web of Science и Scopus. Целта е да бъдат информирани, да се увеличи интересът им към целите на проекта и да се насърчи участието в инициативи по проекта TWIN4ECO в подкрепа на научния напредък в областта на устойчивата икономика и управлението на иновациите в България.

- Академични и научноизследователски институции

Насочването на фокуса към представители на академични и научноизследователски институции на национално, регионално и международно равнище ще допринесе за увеличаване на видимостта на научноизследователския профил на учени от СФ, както и подобряване на видимостта, репутацията и привлекателността на факултета в Европейското научно пространство. Целта е да се издигнат имиджът и репутацията на СФ като водещ научноизследователски център в областта на устойчивата енергийна икономика и управлението на иновации.

- Представители на бизнеса, НПО, асоциации

Заинтересованите страни от сектора на енергетиката и околната среда, като бизнеси, иновационни центрове, НПО, асоциации и предприемачески екосистеми на национално и европейско равнище, са основната целева група в комуникационната стратегия. Основната цел е да се популяризират инициативите и резултатите от проекта и да се насърчи активното участие в диалог, като се гарантира изграждането на устойчиви връзки с широко разнообразие от представители на отраслови организации. Една от целите на комуникационните дейности е в тази общност СФ да стане разпознаваем като водеща институция за висококачествени научни изследвания, анализ и данни относно моделирането на енергийна система, стратегии за преход на енергийния пазар и управлението на иновации в сферата на възобновяемата енергия.

- Представители на законодателни органи

Представителите на законодателни и изпълнителни органи, общини, държавни правителствени агенции, регулатори, отговорни за енергийната политика и устойчивото развитие, са ключови заинтересовани страни. Те следва да са добре информирани и да участват активно във всички етапи от проекта TWIN4ECO. Целта е да се изградят устойчиви отношения с тях, да се насърчат активен диалог и участие в дискусиите и

инициативите. Изграждането на отношения с тази целева група е от основно значение за достъпа до законодателства и регулаторни рамки и прилагането на придобитите научни знания за енергийния преход.

- Служители на СФ

Преподавателите и административните служители в СФ са целева група на комуникационната стратегия с цел увеличаване на информираността и осведомеността им относно проектните резултати, възможности и дейности, които са насочени към подобряване на компетентностите на преподаватели, учени и административни служители. Чрез предоставянето на последователна и достъпна информация, стратегията цели да насърчи усещането за принадлежност, да стимулира генерирането на нови идеи и да допринесе за разработването, подобряването и устойчивостта на постигнатите резултати.

- Медии

Журналистите и представителите на медиите имат изключително важна роля в разпространението на информация за проекта и резултатите от него, както и за оформянето на имиджа на Стопанския факултет на Софийски Университет „Св. Климент Охридски“ като ключов партньор в областта на устойчивата енергийна икономика. Целта е да се изградят дългосрочни отношения и партньорства с медиите. Това включва организирането на специални медийни събития, брифинги и изпращане на прессъобщения, както и неформални работни срещи. Част от стратегията са и редовната комуникация с медиите относно информация за събития и новини за напредъка по проекта наред с предоставянето на информационни материали, презентации и актуализирано съдържание.

- Обществото

Идентифицирането на обществото като целева група в стратегията гарантира широк обхват и разпространение на информация относно приноса на проекта TWIN4ECO към енергийния преход и устойчивостта. Чрез специално подбрана информация проектът ще споделя най-новите открития и познания, които отговарят на информационните нужди на обществото. Този подход ще послужи и за популяризирането на СФ като водещ стопански факултет в България в дългосрочен план.

- Проектен консорциум

Целевата група на комуникационната стратегия по отношение на вътрешната комуникация са проектният екип и консорциумът. Комуникационните дейности за тази целева група имат за цел да предоставят всеобхватна, надеждна и актуална информация относно изпълнението на проектните дейности, като се предостави възможност за лесен обмен на идеи, информация и дискусия между участниците.

5. Комуникационни канали и необходими ресурси

Комуникационни и канали	Целеви групи	Цели	Роля на партньорите	Необходими ресурси
Уеб базиран комуникационен портал за участниците в проекта	Участници в проекта	Обмен на информация, идеи, обсъждане на задачите, изпълнението на проекта и възникналите трудности	Членовете на консорциума ще имат активна роля в процеса и дискусиите и ще предоставят актуална и надеждна информация, за да подпомогнат изпълнението на проекта	Информация Документи Обратна връзка
Уеб страница на проекта	Учени Студенти Представители на бизнеса Представители на законодателни органи Преподаватели от СФ Обществото Медии	Повишаване на осведомеността, увеличаване на видимостта, разпространение на информация, свързана с икономическите и бизнес аспектите на зелената енергия и научните изследвания в областта на устойчивостта; популяризиране на проектните инициативи,	Членовете на екипа ще предоставят информация и документация с цел подобряване на информационната среда на уеб страницата на проекта	Домейн Уебсайт Визуална идентичност Позиция в Google ranking Линкове Необходима информация и материали

		публикации, резултати;		
Профили на проекта TWIN4ECO социалните мрежи	на в Учени Студенти Представители на бизнеса Партньори Медии Обществото	Повишаване на осведомеността, подобряване на видимостта, разпространяване на резултатите от проекта, насърчаване на сътрудничеството и работата в мрежа; Насърчаване на целевите аудитории да потърсят повече информация за проекта	Екипът на проекта ще участва активно в създаването на съдържание и ще използва профилите в социалните мрежи, за да разпространява информация и да привлича вниманието на обществото	Създаване на профили на проекта в социалните мрежи (Twitter, LinkedIn) Разнообразни информационни материали (новини, видеоклипове, снимки) Реклами във Facebook
Институционалните канали на СФ (уеб страници/профили в социалните мрежи/бюлетин)	Учени Студенти Представители на бизнеса Представители на законодателни органи, Преподаватели	Популяризиране на проекта, дейностите и резултатите; Издигане на репутацията на СФ	СФ ще разпространява и споделя цялата информация и материали чрез собствените си комуникационни канали	Визуална идентичност Разнообразни и подбрани информационни материали
Външни партньори	Студенти	Популяризиране на проекта,	Екипът по проекта ще	Визуална идентичност

<p>(бизнеси, публичен сектор, НПО)</p> <p>Уеб страница/профили в социалните мрежи</p>	<p>Представители на бизнеса</p> <p>Представители на законодателни органи</p> <p>Медии</p> <p>Обществото</p>	<p>дейностите и резултатите;</p> <p>Насърчаване на целевите аудитории да търсят повече информация и привличане на вниманието им с темата за зелената енергия</p>	<p>положи усилия да убеди различни външни партньори (органи, бизнеси, НПО) да подкрепят информационните усилия чрез техните канали</p>	<p>Разнообразни информационни и материали като видеоклипове, текстове, инфографики и др., адаптирани за аудиторията на всеки от партньорите</p>
<p>Медии</p>	<p>Обществото</p> <p>Представители на бизнеса</p> <p>Представители на законодателни органи</p>	<p>Предоставяне на различни платформи за разпространение на информация и разширяване на обхвата им;</p> <p>достигане до широка публика с различни демографски показатели и интереси</p>	<p>Екипът на проекта е необходимо да изгради устойчиви отношения с представители на медиите, да планира различни дейности, насочени към медиите, да предоставя редовно разнообразна и интересна информация, подбрана съгласно професионалните им нужди</p>	<p>Медийни събития;</p> <p>Прессъобщения;</p> <p>Адаптирана информация;</p> <p>Научнопопулярни статии;</p> <p>Интересни инфографики, снимки и текстове;</p> <p>Медийни говорители;</p> <p>Изграждане на медийни партньорства.</p>

Ключови ресурси

С цел постигане на целите, заложи в комуникационната стратегия за идентифицираните целеви групи, ще се използват следните комуникационни канали: електронни медии – радио и телевизия (гостуване в предавания); печатни медии (статии, интервюта); онлайн медии (статии, публикации, интервюта); социални медии (публикации, фотографии, видеоклипове, спонсорирани реклами); уеб страница на проекта; уеб страница/социални медии/бюлетин на СФ; уеб страници и профили в социалните мрежи на партньорски организации, които са външни за проекта (НПО, бизнеси и др.); специализирани научноизследователски публикации и портали (научни статии, рецензии); пряка комуникация (семинари, научни форуми, летни/зимни училища, медийни събития, дискусии).

Уеб страницата на проекта е от основно значение в комуникационната стратегия и ще съдържа подробна информация на български и на английски за целите на проекта, дейностите, напредъка и резултатите. Комуникацията чрез традиционни и нови медии, както и пряката комуникация, ще спомогнат за популяризирането на основната страница на проекта, където различните целеви аудитории могат да открият допълнителна информация.

Ключови медии

Онлайн медии: news.bg, dir.bg, www.dnevnik.bg, www.capital.bg, www.segabg.com, www.24chasa.bg, bnt.bg, bnr.bg, www.manager.bg, bta.bg, cross.bg; mediapool.bg; economic.bg; investor.bg;

Традиционни: БНТ, БТВ, Нова ТВ, Bulgaria ON AIR, Bloomberg, БНР, Дарик Радио;

Специализирани медии: press.azbuki.bg, nauka.offnews.bg, nauka.bg, science.azbuki.bg, mediabricks.bg, nauteka.bg, Алма Матер TV, Радио програма за наука и образование (БНР Христо Ботев), „Зелени минути“ с Ася Чанева (БНР Христо Ботев „Лабиринти на познанието“), beautifulscience.bg; БНТ2 (Znanie.bg), nabludatel.media/home/education/, publics.bg, 3e-news.bg, euronewsbulgaria.com, Euronews, ScientixEU, Research gate, Academia.edu.

Ключови пиар дейности:

Прессъобщения; медийни пакети; специални медийни събития/пресконференции; кръгли маси; интервюта в медиите; публикации; научнопопулярни статии, различни видове информационни материали, в това число снимки, адаптирани текстове, видеоклипове, инфографики, брошури и др.

Проектни дейности/резултати, които да се включат в комуникационната стратегия:

- Обявяване на началото на проекта;
- Лятно училище „Преход към зелена енергия“
- Зимно училище „Иновации и устойчивост“;
- Регионална конференция „Енергийни пазари в преход“;
- Трите политически декларации;
- Дискусионен труд, подготвен с представители на обществените власти и законодателните органи, в който са включени препоръки за разработването на добре обоснован изследователски механизъм, който цели подобряване на развитието на устойчива регионална икономика;
- Разработен модел на пазар на електроенергия за България, който включва търговия със съседните страни;
- Популяризиране на най-новите познания, които се прилагат в сферата на икономиката и бизнес науките във връзка с енергийния преход и устойчивостта;
- Кръгла маса с представители на обществените власти и законодателните органи;
- Медийни и други специални събития;
- Обявяване на края на проекта, постигнатите резултати и възможностите за разработване на инициативи.

Етапи на комуникационната стратегия

Цялостната стратегия е с фокус върху комуникацията през цялата продължителност на проекта с конкретен акцент върху публичното обявяване и приключване, както и ключови събития и изследователски резултати. Стратегията започва с подготвителна фаза, която цели полагането на основите и организирането на основните компоненти преди официалното стартиране. След това стратегията ще се развива в рамките на пет етапа, като всеки е разработен така, че да се постигнат заложените комуникационни цели, включително повишаване на осведомеността, което да подтикне заинтересованите страни да потърсят допълнителна информация за проекта, и повишаване на видимостта на СФ. Редовните комуникационни дейности (новини и актуализиране на информацията на уеб страницата на проекта TWIN4ECO в социалните мрежи, прессъобщенията и медийните изяви, информация на уеб страницата, профилите в социалните мрежи и бюлетина на СФ и др.) ще спомогнат за постигането на резултати. Комуникационната

стратегия се основава на принципите на прозрачност, партньорство, отчетност и публичност, всеобхватност и гъвкавост.

Предварителен етап: Комуникационна стратегия, отговорности и подготовка

Основният фокус е създаването на всеобхватна комуникационна стратегия, която е пригодена за целите на проекта. Това включва разработване на интригуващи материали като визуална идентичност, брошури, образци на документи и презентации. Тази фаза включва създаването на профили в социалните мрежи и разработването на лесен за ползване уебсайт, който да служи като основния източник на информация за проекта. Целта е да се гарантира, че всички необходими инструменти са готови по ефективен начин да достигнат до целевата аудитория и да предадат посланията на проекта.

Дейности: подготовка на комуникационна стратегия; създаване на визуална идентичност; уеб страница на проекта (на български и на английски); създаване на профили в социалните мрежи, избор на потенциални медийни партньори, създаване на информация и промоционални материали (брошури, плакати, банери). Периодът за изпълнение е от началото на проекта до края на април 2024 г.

Етап 1: Официален старт

Първият етап включва няколко ключови дейности за даване на начален тласък на проекта и установяване на ефективни комуникационни канали. На първо място включва организирането на обществено събитие за отбелязване на официалния старт на проекта, изготвяне на прессъобщения и медийни пакети за разпространение на ключова информация за проекта до медите. Изграждане на връзки с медиите и други външни партньори като НПО, бизнес организации, обществени агенции, които могат да спомогнат за разпространението на информация чрез техните канали, за да се гарантира правилно отразяване и максимална видимост. Каналите на проекта и на СФ ще бъдат използвани активно за разпространение на всеобхватна информация за проекта TWIN4ECO. Освен това подготовката на информационните материали ще продължи, за да се гарантира достъп до подробни данни от проекта. Етап 1 ще продължи до края на юни 2024 г.

Етап 2: Постоянна ангажираност и създаване на съдържание

След официалния старт вторият етап от комуникационната стратегия е с фокус върху разпространението на допълнителна информация за проектните инициативи и резултати, навременно актуализиране на информацията за разработките на проекта, като същевременно се насърчава участието на заинтересованите страни. Този етап включва използването на разнообразни комуникационни тактики с цел поддържане на интереса и предоставяне на актуална информация на заинтересованите страни относно напредъка по проекта. Това включва постоянна ангажираност чрез различни канали, в това число

уеб страницата и социалните мрежи на TWIN4ECO, създаване на съдържание за външни партньори; разпространение на информационни материали на видими места в партньорските институции, както и по време на важни събития; медийни изяви; пряка комуникация на специализирани форуми и др.

Период на изпълнение: юли 2024 – февруари 2025 г.

Етап 3: Междинна оценка на проекта

Междинната оценка на проекта включва всеобхватна оценка на напредъка по проекта и постиженията до момента. Това включва оценка на ефективността на приложените стратегии, идентифициране на предизвикателства, коригиране на плана и времевия хоризонт, ако е необходимо, за да се гарантира съответствие с целите на проекта. Така се създава възможност да се направи преглед на използването на бюджета и разпределението на ресурсите. Обратната връзка от заинтересованите страни се събира и анализира, за да се оцени задоволителността и да се обърне внимание на опасения, ако има такива. Възможно е да бъдат отправени препоръки за оптимизиране и подобряване въз основа на констатациите от прегледа. Текущите комуникационни дейности като новини за проекта, уеб страницата и публикациите в социалните мрежи ще продължат. Този етап ще се проведе от началото на 2025 г. до март 2025 г.

Етап 4: Ангажираност и информираност

На този етап информационната кампания ще е с фокус върху представянето на резултатите и постиженията от проекта. С оглед на специфичността на проекта се очаква, че в рамките на този период ще има изобилие от интересно съдържание за медиите и целевите групи т.е. ще има реални резултати от дейностите по проекта. Четвъртият етап ще бъде най-интензивен по отношение на работата с медиите с цел популяризиране на резултатите. Дейности: Новини и актуална информация на уеб страницата на проекта и социалните медии; писане и изпращане на прессъобщения относно проектните дейности и резултати; организиране на медийно събитие и кръгла маса, където медиите и целевите групи могат да се информират за истинските резултати и ползи от проекта; разпространение на информация относно проекта посредством различни канали; интервюта в медиите и публикации; пряка комуникация за проекта на специализирани научни форуми. Период на изпълнение: март 2025 – февруари 2026 г..

Етап 5: Финална кампания, оценка и отчет

Последният етап от комуникационната стратегия включва провеждането на всеобхватна финална кампания с цел приключване на проекта и разпространение на ключови открития. Тази кампания ще включва различни комуникационни дейности, насочени към обобщаване на резултатите от проекта, изтъкване на значими резултати и последно

ангажиране на вниманието на заинтересованите страни. Освен това ще включва оценка на ефективността на цялата комуникационна стратегия, оценка на ключовите показатели за ефективност и събиране на обратна връзка от заинтересованите страни. Ще бъде изготвен и специален доклад, в който са описани резултатите, поуките и препоръките за бъдещи проекти. Ще включва и създаването на комуникационен план за поддържане на уеб страницата и профилите в социалните мрежи в рамките на 2 години след края на проекта. Период на изпълнение: март 2026 – май 2026 г.

План за комуникационната стратегия

Предварителен етап: Комуникационна стратегия, отговорности и подготовка (01.01-31.04.2024 г.)

- Подготовка на комуникационната стратегия на проекта;
- Определяне на екип, който да отговаря за комуникационните дейности;
- Анализ на заинтересованите страни и целевите групи;
- Поставяне на критерии за наблюдение и оценка на комуникационните дейности;
- Закупуване на домейн за уеб страницата на проекта;
- Създаване на визуална идентичност на проекта;
- Отваряне на раздел, посветен на проекта, на уебсайта на СФ;
- Създаване на профили в социалните мрежи;
- Започване на подготовката на информационни и промоционални материали: брошури, фактологична справка, плакати, официален образец за кореспонденция, банер, презентация за проекта;
- Избор на дата за обществено събитие за отбелязване на официалния старт на проекта;
- Избор на медийни партньори и осъществяване на връзка с тях (писма до обществените медии в България с молба за медийно партньорство:) БНТ и БНР, други специализирани медии).

Етап 1: Официален старт (до края на юни 2024 г.)

- Обявяване на началото на проекта на официалната уеб страница и профилите в социалните мрежи на проекта TWIN4ECO;
- Информация за проекта в бюлетина, на уебсайта и в социалните мрежи на СФ;
- Организиране на обществено събитие за отбелязване на официалния старт на проекта;
- Написване и изпращане на прессъобщение относно общественото събитие за официалния старт на проекта;
- Разпространение на информационни материали;
- Издаване на бюлетин (мин. 4 стр.), качване във формат PDF на уеб страницата, популяризиране чрез социалните мрежи);
- Интервю/медийни публикации;
- Медиен мониторинг.

Етап 2 Ангажираност и информираност (юни 2024-февруари 2025 г.)

- Популяризиране на дейностите/напредъка по проекта чрез публикации на уебсайта и профилите на TWIN4ECO в социалните мрежи;
- Интервю/медийни публикации;
- Подготовка на научнопопулярна статия;
- Разпространение на информационни материали;
- Написване и изпращане на прессъобщение;
- Оповестяване на дейностите/напредъка по проекта на уеб страниците/профилите в социалните мрежи на външни партньорски организации;
- Публикуване на информация за проекта/дейностите по проекта в Research Gate, ScientixEU, Academia.edu;
- Поместване на информация за проекта на каналите на СФ;
- Представяне на проекта проекта/пряка комуникация по време на международна научна конференция, организирана от СФ;
- Медиен мониторинг.

Етап 3 Междинна оценка на проекта (до март 2025 г.)

- Оценка на ефективността от комуникационните усилия въз основа на предварително зададени показатели;
- Събиране на обратна връзка от партньори и заинтересовани страни и коригиране на комуникационната стратегия, ако е необходимо;
- Оценка на комуникационните дейности за предходния период;
- Актуализиране на ключови послания и съдържание въз основа на реакцията и ангажираността на аудиторията;
- Актуализиране на времевите хоризонти заради промени в дейностите, ако е необходимо;
- Добавяне на комуникационни дейности за третата информационна кампания.

Етап 4 Ангажираност и информираност (март 2025– февруари 2026 г.)

- Популяризиране на дейностите/напредъка по проекта чрез публикации на уебсайта и профилите на TWIN4ECO в социалните мрежи;
- Интервю/медийни публикации/научнопопулярна статия;
- Написване и изпращане на прессъобщение;
- Разпространение на информационни материали;
- Оповестяване на дейностите/напредъка по проекта на уеб страниците/профилите в социалните мрежи на външни партньорски организации;
- Публикуване на информация за проекта/дейностите по проекта в Research Gate, ScientixEU, Academia.edu;
- Поместване на информация за проекта на официалните канали на СФ;
- Популяризиране на регионалната конференция „Енергийни пазари в преход“ (2026 г.)
- Медиен мониторинг;

Етап 5 Финална кампания, оценка и отчет (март-май 2026 г.)

- Публикации на уеб страницата и в социалните мрежи на TWIN4ECO за финалните проектни дейности/резултати;
- Оповестяване на финалните проектни дейности/резултати по официалните канали на СФ;
- Организиране на медийно/специално събитие;
- Написване и изпращане на прессъобщение след събитието;
- Интервю/медийни публикации;
- Разпространение на информационни материали;
- Медиен мониторинг;
- Финална оценка на комуникационните дейности;

Съпътстващи комуникационни дейности

1. януари- март 2024 г. (М1-М3)

- Подготовка на комуникационната стратегия и план;
- Публикуване на актуална информация на уеб страницата на проекта – на български и на английски;
- Оповестяване на дейностите/напредъка по проекта на официалната уеб страница на СФ;
- Интервю/публикации относно полученото финансиране;
- Създаване на визуална идентичност на проекта;
- Закупуване на домейн за уеб страницата на проекта;
- Създаване на визуална идентичност на проекта;
- Отваряне на раздел, посветен на проекта, на уебсайта на СФ;
- Създаване на профили в социалните мрежи;
- Подготовка на информационни и промоционални материали: брошури, фактологични справки, плакати, официален образец за кореспонденция, банер, презентация за проекта;

- Избор на дата за обществено събитие за отбелязване на официалния старт на проекта;

2. април-юни 2024 г. (M4-M6)

- Публикуване на актуална информация на уеб страницата и в профилите в социалните мрежи на проекта;
- Провеждане на специално събитие за публично оповестяване на проекта (дискусия, пресконференция, бизнес обяд, среща с представители на целевите групи);
- Написване и изпращане на прессъобщение за събитието;
- Издаване на бюлетин (мин. 4 стр.), качване във формат PDF на уеб страницата, популяризиране чрез социалните мрежи);
- Оповестяване на дейностите/напредъка по проекта на официалната уеб страница на СФ;
- Публикуване на информация за проекта в Research Gate, ScientixEU, Academia.edu;
- Разпечатване и разпространение на информация и промоционални материали: брошури, фактологични справки, плакати, банери;
- Интервю/публикации;
- Поместване на информация за проекта в бюлетина на СФ;
- Медиен мониторинг.

3. юли-септември 2024 г. (M7-M9)

- Публикуване на актуална информация на уеб страницата на проекта;
- Публикации в социалните мрежи за дейностите/напредъка по проекта;
- Написване на първата научнопопулярна статия;
- Интервю/публикации;
- Оповестяване на дейностите/напредъка по проекта на официалната уеб страница на СФ;

- Поместване на информация за проекта в бюлетина на СФ;
- Медиен мониторинг.

4. октомври-декември 2024 г. (M10-M12)

- Популяризиране на организацията, възможностите за участие и резултатите от зимното училище „Зелен енергиен преход“ (M10);
- Написване и изпращане на прессъобщение за напредъка по проекта;
- Публикуване на актуална информация на уеб страницата на проекта;
- Оповестяване на дейностите/напредъка по проекта на официалната уеб страница на СФ;
- Публикации в социалните мрежи за дейностите/напредъка по проекта;
- Издаване на бюлетин (мин. 4 стр.), качване във формат PDF на уеб страницата, популяризиране чрез социалните мрежи;
- Поместване на информация за проекта в бюлетина на СФ;
- Медиен мониторинг.

5. януари- март 2025 г. (M13-M15)

- Оценка на ефективността от комуникационните усилия въз основа на предварително зададени показатели;
- Среща на екипа по проекта;
- Актуализиране на ключови послания и съдържание въз основа на реакцията и ангажираността на аудиторията;
- Актуализиране на времевите хоризонти и определяне/коригиране на комуникационните дейности, ако е необходимо;
- Публикуване на актуална информация на уеб страницата на проекта TWIN4ECO;
- Публикации в профилите в социалните мрежи;
- Написване на втората научнопопулярна статия;
- Оповестяване на дейностите/напредъка по проекта по официалните канали на СФ;

- Публикуване на информация за проекта/дейностите по проекта в Research Gate, ScientixEU, Academia.edu;
- Медиен мониторинг.

6. април-юни 2025 г. (M16-M18)

- Популяризиране на организацията, възможностите за участие и резултатите от лятното училище „Иновации и устойчивост“ (M10);
- Написване и изпращане на прессъобщение за първата политическа декларация (M18);
- Публикуване на актуална информация на уеб страницата на проекта;
- Оповестяване на дейностите/напредъка по проекта на официалната уеб страница на СФ;
- Публикации в социалните мрежи за дейностите/напредъка по проекта;
- Издаване на бюлетин (мин. 4 стр.), качване във формат PDF на уеб страницата, популяризиране чрез социалните мрежи);
- Медиен мониторинг.

7. юли-септември 2025 (M19-M21)

- Публикуване на актуална информация на уеб страницата на проекта – на български и на английски;
- Публикации в социалните мрежи за дейностите/напредъка по проекта;
- Оповестяване на дейностите/напредъка по проекта на официалната уеб страница на СФ;
- Поместване на информация за проекта в бюлетина на СФ;
- Разпространение на информационни материали;
- Публикуване на информация за проекта/дейностите по проекта в Research Gate, ScientixEU, Academia.edu;
- Написване на третата научнопопулярна статия;
- Медиен мониторинг.

8. октомври-декември 2025 г. (M22- M24)

- Публикуване на актуална информация на уеб страницата на проекта – на български и на английски;
- Публикации в социалните мрежи за дейностите/напредъка по проекта;
- Оповестяване на дейностите/напредъка по проекта на официалната уеб страница на СФ;
- Издаване на бюлетин (мин. 4 стр.), качване във формат PDF на уеб страницата, популяризиране чрез социалните мрежи);
- Поместване на информация за проекта в бюлетина на СФ;
- Представяне на проекта проекта/пряка комуникация по време на международната научна конференция, организирана от СФ;
- Медийно наблюдение.

9. януари- март 2026 г. (M25-M27)

- Публикуване на актуална информация на уеб страницата на проекта – на български и на английски;
- Оповестяване на дейностите/напредъка по проекта на официалната уеб страница на СФ;
- Създаване на видеоклип с цел популяризиране на проекта и резултатите от него;
- Публикации в социалните мрежи за дейностите/напредъка по проекта;
- Написване и изпращане на прессъобщение относно втората политическа декларация и/или разработения модел на пазар на електроенергия за България, който включва търговия със съседните страни;
- Поместване на информация за проекта в бюлетина на СФ;
- Популяризиране на регионалната конференция „Енергийни пазари в преход“(финалните подробности ще бъдат потвърдени)
- Медиен мониторинг;

10. април-май 2026 г. (M28-M30)

- Подпомагане на организацията и популяризирането на кръгла маса с целевите групи с цел представяне и обсъждане на резултатите;
- Написване и изпращане на прессъобщение относно дискусиата и/или третата поличителска декларация;
- Интервю/медийни публикации;
- Публикуване на актуална информация на уеб страницата на проекта – на български и на английски;
- Оповестяване на дейностите/напредъка по проекта на официалната уеб страница на СФ;
- Публикации в социалните мрежи за дейностите/напредъка по проекта;
- Издаване на бюлетин (мин. 4 стр.), качване във формат PDF на уеб страницата, популяризиране чрез социалните мрежи);
- Отчет за цялата комуникационна кампания.

Организация на комуникационната кампания

Стопанският факултет на Софийски университет „Св. Климент Охридски“ отговаря за планирането, изпълнението и управлението на различните дейности, включени в комуникационната стратегия. Партньорските организации ще подпомагат комуникационния процес. Организационната структура на проекта включва следните нива на одобрение на комуникационните дейности:

- Ще бъде поканена международна консултационна комисия, която да извърши наблюдение и да предостави препоръки за цялата комуникационна стратегия, включените в нея дейности и нейното изпълнение.
- Ръководител на проекта, който одобрява цялата комуникационна стратегия и конкретните дейности, включени в информационните кампании.
- Координатор на проекта, който осъществява контрол и следи за изпълнението на всяка информационна кампания и докладва за постигнатите резултати.
- Координатор на комуникационната стратегия, който изготвя комуникационен план, ефективно изпълнява одобрените дейности, общува с целевите аудитории, предлага промени в стратегията, ако е необходимо, следи медиите ежемесечно и подготвя съответните доклади.

Оценка на комуникационната кампания

С цел измерване на ефективността на комуникационната кампания ще бъде приложена комбинация от механизми за критерии и обратна връзка. Възприятието на информационните кампании и всякакви промени в тяхното изпълнение е необходимо да се определят въз основа на резултатите от редовни анкети, провеждани със заинтересованите страни. Оценката на комуникационните дейности ще се извърши два пъти от екипа на проекта – по средата на проекта (M13-M15) и в края му (M28-M30). Екипът на проекта ще подготви формуляр за отчет с цел оценка на влиянието на различните комуникационни дейности. Образец на този формуляр ще откриете по-долу.

Дейност (семинар, кръгла маса, прессъобщение, презентация)

Местоположение (къде се е провела дейността)

Дата (датата, на която се е провела дейността)

Участници (аудитория)

Организатор/говорител (кой е организаторът/говорител)

Теми (обсъдените теми)

Ресурси (линкове към публикации и/или дейности)

С цел проверка на ефективността на всички комуникационни дейности ще бъде изготвен всеобхватен анализ в края на проекта с помощта на следните показатели:

Показател за оценка на резултати	Мярка	Минимални изисквания за добър ефект
Уникални посещения на уеб страницата на проекта	Брой	2000+ годишно
Материали, свалени от уеб страницата	Брой	общо 100+
Публикувани научнопопулярни статии за широката общественост с	Брой	Минимум 3 публикувани статии

Показател за оценка на резултати	Мярка	Минимални изисквания за добър ефект
фокус върху конкретните теми в рамките на проекта		
Прочитания на всяка научнопопулярна статия	Брой	общо 1000+
Медийно отразяване	Брой	общо 50 000+
Медийни публикации	Брой	общо 15+
Прессъобщения	Брой	общо 3- 5
Разпространени брошури	Брой	общо 250+
Новини, публикувани на уеб страницата на проекта	Брой	общо 15+
Публикации в социалните мрежи	Брой	общо 20+
Преглеждания на публикациите в социалните мрежи	Брой	300+ на публикация
Новини, публикувани на уеб страниците на СФ	Брой	5- 10 общо
Специални събития, пресконференции, работни срещи, конференции и др.	Брой	общо 5- 10
Разпространени рекламни материали за потенциални крайни потребители	Брой	общо 25+
Нови последователи в социалните мрежи	Брой	700 до края на проекта TWIN4ECO
Бюлетин (мин. 4 стр.)	Брой	общо 5 (на всеки 6 месеца)

Освен показателите за количество ще бъдат приложени и параметри за качество с цел оценяване на комуникационните дейности: за публикации (привлекателност; ясен стил; лесен достъп), за събития (качество на организацията; ниво на участие в дискусиите; яснота и продължителност на изказванията) и др.