

Комуникационна стратегия на EUDA за периода 2025—2028 г.

Подход, ориентиран към потребителя



Съдържание

Контекст и цели.....	3
Ръководни принципи.....	4
Комуникационен подход, ориентиран към потребителя.....	4
Основни ценности	5
Цели на стратегическата комуникация.....	6
Нашите потребители	7
Седем групи потребители.....	7
Националните фокусни центрове на EUDA — в основата на комуникационната ни екосистема.....	8
Акцент върху гражданското общество — развиващо се сътрудничество.....	9
Комуникационни канали и дейности	9
Продукти и услуги	12
Дизайн, ориентиран към потребителите.....	12
Изживяване на потребителите на EUDA.....	13
Многоезичие и достъпност.....	13
Групи от продукти и услуги	14
Измерване на успеха.....	15
Изпълнение	16

Контекст и цели

Незаконната употреба и трафикът на наркотици са глобални проблеми, заплаха за здравето и сигурността на гражданите на ЕС. Настоящата ситуация в областта на наркотиците е сложна, а производството, трафикът и продажбата на силно действащи наркотици са в безпрецедентни мащаби. Агенцията на Европейския съюз по наркотиците (EUDA) има решаваща роля в ответните действия срещу това явление. Ние гарантираме готовността и способността на ЕС да се изправи пред предизвикателствата, свързани със ситуацията в областта на наркотиците, днес и в бъдеще. Дейността ни допринася за спасяването на човешки живот и за по-безопасните европейските улици.

От седалището ни в Португалия насочваме и оказваме подкрепа на институциите на ЕС и държавите членки да предвиждат и предприемат ответни действия срещу заплахите, свързани с наркотиците. Отправляме предупреждения за опасност и съобщаваме информация за рискове за здравето и сигурността, обменяме знания и даваме препоръки за основани на обективни данни политики и действия за ефективно справяне с проблемите. Агенцията ни беше създадена на 2 юли 2024 г., като замени Европейския център за мониторинг на наркотици и наркомании (EMCDDA).

Настоящата комуникационна стратегия е в подкрепа на изпълнението на главната визия на EUDA да бъде „вашата Агенция на Европейския съюз по наркотиците“. В нея се определя как комуникационните ни дейности ще спомогнат да постигнем основните си стратегически цели по съгласуван и координиран начин. Изпълнявана по ефективен начин, с годишен план за действие, тази стратегия ще подпомогне изпълнението на нашия мандат, предмет на дейност, ценностите, визията и генералните ни цели чрез:

- допринасяне за подготвеността на ЕС в областта на наркотиците за спасяване на човешки живот чрез действия днес и предвиждане на бъдещото развитие;
- позициониране на EUDA като предпочитана агенция по въпросите, свързани с наркотиците;
- изграждане и поддържане на репутацията на EUDA чрез повишаване на нейната видимост и взаимодействие с потребителите;
- осигуряване на лесен достъп до висококачествена и надеждна информация за ситуацията в областта на наркотиците; и
- оптимизиране на групите комуникационни канали за по-ефективни информационни дейности.

Ръководни принципи

Комуникационен подход, ориентиран към потребителя

За целите на комуникационната ни дейност и за по-голяма яснота наричаме нашата аудитория „потребители“. Това включва всички заинтересовани страни, партньори и членове на групите потребители, разгледани по-долу.

В нашия подход, ориентиран към потребителя, прилагаме следните принципи:

- Практикуваме най-високите нива на научна комуникация, като използваме **ясен език**, с който общуваме директно с нашата аудитория. В съответствие с нашата мисия се стремим да бъдем ориентирани към действия и смели в комуникационния си подход, за да постигнем въздействие на място.
- **Използвайки дизайн, ориентиран към потребителите**, прилагаме принципи като съпричастност, приобщаване и непрекъснато усъвършенстване, които се подкрепят от практики като документиране на миналия опит на потребителя, тестване от потребителите и гъвкав дизайн, разработван в повтарящ се процес.
- **Многоезичието** е в основата на нашата комуникация. Проучваме нововъведенията в областта на превода, за да осигурим достъпно и адаптирано в културно отношение съдържание.
- Използваме **цифровия преход** и възможностите, които той предоставя, за навременна, целенасочена и ефективна комуникация. Прилагаме подход с предпочитане към цифровите технологии спрямо нашите продукти и услуги.
- **Иновациите** са в основата на подхода ни към комуникацията в EUDA: редовно изпробваме и тестваме нови технологии и подходи, за да подпомогнем, развием и разширим своите дейности.
- Отдаваме приоритет на **достъпността**, като правим необходимото, така че продуктите и комуникациите ни да са достъпни за всички.
- Присъединяваме се към принципите **за отворени данни**, като предоставяме данните си в различни формати за многократна употреба, включително чрез Европейския портал за данни. С нашите продукти винаги предоставяме изходните данни.
- **Даваме широки правомощия на нашите мрежи** да осъществяват комуникация от наше име. Същевременно отчитаме ролята си на обединяваща сила, която вдъхновява диалога и дебатите по актуални въпроси, например чрез международни конференции и семинари.

- **Отчитаме**, че нашите потребители все повече поставят изискване да имат самостоятелен достъп до специализирано съдържание, тъй като така се осигурява идеалната отправна точка за удовлетворяване на потребностите им.
- **Борим се с невярната информация**, като разобличаваме митовете, обръщаме внимание на фалшивите новини и осигуряваме прозрачност по отношение на съдържанието, генерирано от ИИ. Отдаваме приоритет на проверката на фактите, проверката на източниците и ясното обозначаване на генерираните от ИИ материали, за да поддържаме високо ниво на доверие и достоверност сред нашите групи потребители.
- Отдаваме приоритет на **спазването** на Общия регламент относно защитата на данните, като поддържаме ясни и лесноразбираеми съобщения относно практиките за защита на данните и като предоставяме възможност на нашите потребители да упражняват контрол върху личните си данни.

Светът на комуникациите е в процес на постоянни промени. Днешните технологии се различават значително от използваните само преди няколко години. Това изисква високо ниво на професионализъм и специализиран експертен опит, за да вървим в крак с новостите и да се адаптираме към тях. За всеки специалист в областта на комуникациите непрекъснатото усвояване на нови знания е нещо задължително.

Основни ценности

Всяка успешна стратегическа комуникация трябва да бъде съобразена с основните ценности на агенцията. Те ръководят дейностите на EUDA, вдъхновяват служителите в професионалната им работа и осигуряват информация за бъдещите политики и взаимодействието с потребителите. Четирите основни ценности са: 1) върхови научни постижения, 2) почтеност и безпристрастност, 3) ориентираност към потребителите и услугите и 4) ефикасност и устойчивост.

Те ще осигуряват информацията за нашите комуникационни дейности по следния начин:

1. **Върхови научни постижения** — споделят се данни и информация, препоръки и предупреждения, които са съобразени със строгия и надежден подход по отношение на точността и прозрачността, разработен от агенцията.
2. **Почтеност и безпристрастност** — комуникационните дейности се провеждат по честен, последователен и независим начин, при спазване на най-високите професионални етични норми и стандарти.
3. **Ориентация към потребителите и услугите** — взаимодействие, сътрудничество, консултиране и ангажиране с потребителите ни, за да се съдейства за постигането на общите ни цели и приоритети.
4. **Ефективност и устойчивост** — отдава се предимство на дейности, които носят стойност, осигуряват ефективност по отношение на разходите и съдействат за общоорганизационната устойчивост.

Цели на стратегическата комуникация

Трите ни цели в областта на стратегическата комуникация отразяват и подкрепят целите и мандата на агенцията като организация. Те осигуряват основата за всички комуникационни дейности, като гарантират последователен и единен подход към ангажирането на различните групи потребители на агенцията.

1. Осъществяваме комуникациите си по ефективен, прозрачен, целенасочен и своевременен начин

- Наблюдаваме развитието в областта на наркотиците и изпълнението на годишния работен план на агенцията, за да определим основните проблеми и възможностите за комуникацията.
- Създаваме най-важните послания за основните дейности на EUDA и правим необходимото те да бъдат предавани по съгласуван начин, като същевременно поддържаме силна и сплотена собствена марка и силен и сплотен глас.
- Като част от годишния си цикъл на планиране разработваме комуникационен план, в който подробно се описват основните комуникационни дейности, приоритети, цели и ключови показатели за изпълнението.
- Определяме желаните резултати от нашите комуникационни инициативи, свързани с проекти и дейности.
- Продължаваме да отдаваме приоритет на цифровата трансформация на агенцията.

2. Възприемаме ориентиран към потребителите подход при разработването на услугите и продуктите ни

- Проучваме и определяме потребностите на нашите потребители и мрежи и разработваме съобразени с тях продукти и услуги.
- Използваме подходящ език, методи и канали за споделяне на съобщения в зависимост от темата и аудиторията.
- Възприемаме гъвкав подход за адаптиране на комуникацията, който се изразява в проектиране чрез повтарящ се процес, редовно оценяване и събиране на отзиви, за да оптимизираме комуникационните си дейности.

3. Поддържаме открита и пряка комуникация и взаимодействие със своите потребители

- Работим в тясно сътрудничество с основните партньори на агенцията, които включват институции на ЕС, мрежата от национални фокусни центрове Reitox, агенциите на ЕС, трети държави, международни организации и организации на гражданското общество.
- Активно изслушваме и взаимодействаме със своите потребители по комуникационните ни канали.

- Използваме основан на проектен принцип и консултиращ подход към комуникационните дейности, за да даваме повече правомощия и повишаваме уменията на колегите от цялата агенция и външните ни партньори.

Мандатът, предметът на дейност, визията и целите на EUDA определят ролята на агенцията. Ние сме източникът на експертен опит по теми, свързани с наркотиците, известен не само с качеството на нашите научнообосновани знания, надеждната информация, предупрежденията и препоръките ни, но и с нашите услуги и вниманието, което отдаваме на потребностите на хората.

Нашите потребители

В EUDA взаимодействаме със своите потребители. Определяме техните потребности, създаваме съобразено с тях съдържание и непрекъснато го усъвършенстваме, като използваме подходящите канали и методи. Това е в основата на ориентирания към потребителите подход на агенцията.

В нашия манифест EUDA се определя като „вашата европейска агенция по наркотиците“, която е в услуга на всички, като се изтъква: „EUDA — ние сме с вас. Действаме днес в очакване на утрешния ден“. Ангажиментът ни към потребителите потвърждава тази наша роля, с обещанието да ги подкрепя и напътства, и призовава: „Заедно можем да променим нещата към по-добро!“

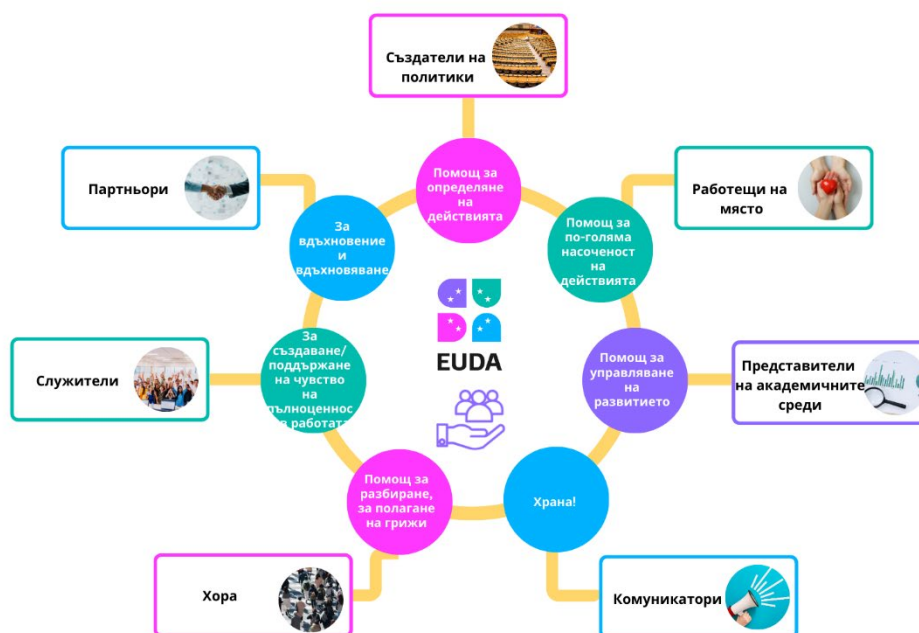
Седем групи потребители

В EUDA предоставяме услуги и взаимодействаме с много потребители. За по-добра организация, сме ги разпределили в седем групи според интересите, които споделят (в скоби са приведени избрани примери):

- **Създатели на политики** (в институциите на ЕС, държавите — членки на ЕС, и трети държави, с които сме подписали работни договорености, партньори в проекти за международно сътрудничество)
- **Работещи на място** (специалисти и практикуващи специалисти, работещи в областта на наркотиците, включително в сферата на здравеопазването и правоприлагането, НПО, организации на гражданското общество)
- **Представители на академичните среди** (научната общност, изследователи, специалисти в областта на висшето образование, студенти)
- **Партньори и съавтори** (национални фокусни центрове на Reitox, агенции на ЕС с компетентност в областта на правосъдието и вътрешните работи и други агенции на ЕС с общи интереси, организации и агенции на ООН и международни неправителствени организации и асоциации, работещи в областта на наркотиците)
- **Хора** (отделни лица и общности, с акцент върху младежите, семействата, лица, употребяващи наркотици или употребявали наркотици в миналото)
- **Служители и общност на EUDA** (колеги от EUDA, членове на нашата общност и лица, които желаят да се присъединят към нашата агенция)

- **Комуникатори** (медии, журналисти, информационни агенции, инфлуенсъри).

Анализираме кои фактори стимулират всяка група потребители да търси информация и насоки от EUDA и използваме тази информация, за да адаптираме своите продукти и услуги за комуникация и дизайн (вж. графиката).



Националните фокусни центрове на EUDA — в основата на комуникационната ни екосистема

Мрежата Reitoх от национални фокусни центрове, разположени във всяка държава членка, Турция и Норвегия, както и в Европейската комисия, е ключов партньор в нашата комуникационна екосистема. Фокусните центрове са важна група от заинтересовани страни от продуктите и услугите ни и също така имат решаващата роля да ни помагат да достигнем до нашите потребители на място във всички държави членки и извън тях. Те са нашите посланици, езикови и културни експерти, съавтори, сътрудници, адаптиращи съдържанието спрямо местните особености, разпространители, популяризатори и слушатели. В същото време националните фокусни центрове имат свои собствени национални програми, които споделяме в комуникацията си с нашите потребители, когато това е уместно.

Със своя собствена идентичност като второстепенна собствена марка на EUDA ние засилваме комуникационната роля на мрежата като популяризатор и продължител на дейността на агенцията, включително чрез използване на собствената им национална идентичност в съвместни комуникации. Работим с фокусните си центрове за разработването на необходимите им инструменти и обучение.

Акцент върху гражданското общество — развиващо се сътрудничество

По-тесното сътрудничество между EUDA и организациите на гражданското общество в областта на общественото здраве и безопасност внася ново измерение в комуникационните ни дейности. Силното присъствие на местно ниво и доверието, което организациите на гражданското общество имат в своите общности, имат ключова роля в определянето на възникващите потребности, противодействието на дезинформацията и изпращането на ясни и достъпни послания, особено на уязвимите и труднодостъпни групи. Разработваме специфични механизми за сътрудничество, за да засилим комуникационната си дейност и да си взаимодействаме с този жизненоважен за нас социален партньор.

Комуникационни канали и дейности

Нашите канали са мястото, където потребителите могат да взаимодействат с нас и където популяризираме дейностите и постиженията си. Присъствието ни в различни канали означава, че потребителите могат да избират най-подходящите в зависимост от предпочитанията и поведението си. Използваме каналите поотделно или в съчетание, в зависимост от всяка отделна инициатива, нейната значимост и целта на комуникацията. Това може да включва комплексни кампании за повишаване на осведомеността, за предоставяне на препоръки за политиките по важни въпроси, свързани с наркотиците, за информиране или призив за действие. Този разнороден подход осигурява всеобхватност и целенасоченост на комуникацията ни.

Каналите могат да бъдат категоризирани според естеството на комуникацията. Някои канали помагат на EUDA да общува с потребителите, а други помагат на потребителите да общуват с нас. Целта ни е да предлагаме хармоничност между каналите и да осигурим безпроблемното им използване от потребителите. Взаимодействието е ключов елемент от нашата стратегия по отношение на каналите.

Канал/дейност	Описание/цел
Уебсайт	- Основата на цифровото ни присъствие и мястото, където потребителите ни имат достъп до нашата информация. - Източник на тематично съдържание, информация, новини, данни, нагледно представени данни, инфографики, видеоматериали и продукти. - Предоставя ясна, многоезична и достъпна информация и ангажира посетителите със завладяващо съдържание. - Насочва потребителите към информацията и данните, които са им необходими, и осигурява точка за контакт в нашето персонализирано потребителско изживяване. - Използва се все повече за събиране на отзиви от потребителите и за взаимодействие с тях.

Канал/дейност	Описание/цел
	Главният начин, по който захранваме други информационни системи и изкуствен интелект (ИИ).
Социални медии	- Тези канали се използват за споделяне на прецизна и навременна информация за нашите констатации и инициативи с цел информиране, ангажиране и изграждане на обществено доверие. - Помагат ни да изслушваме и да взаимодействаме с потребителите си, както и да изграждаме общности от потребители с общи интереси. - Тъй като реакциите в социалните медии са незабавни, ние ги използваме и да откликваме в реално време на световни събития и по теми, които засягат потребителите ни.
Инфлуенсъри/одобрение от трета страна	- Работата с инфлуенсъри в социалните медии се изразява в използване на техния авторитет и обхват за ангажиране на по-широка аудитория и популяризиране на констатациите и дейностите на EUDA. - Взаимодействието с известни личности и експерти в областта на наркотиците в социалните медии спомага за разширяване на нашата комуникационна дейност.
Аудиовизуални средства	- Нашите видеоматериали образоват, информират и ангажират потребителите ни чрез визуално и аудио-визуално съдържание. - Налице е нарастващо търсене от страна на нашите потребители на аудио-визуално съдържание, включително подкастове.
Онлайн и хибридни прояви	- Чрез нашите уебинари на живо и техните записи споделяме знания, ангажираме и насърчаваме взаимодействието и дебатите по актуални теми. - Други онлайн прояви могат да включват информационни сесии по ключови теми, срещи и курсове за обучение.
Платформи на EUDA	- Предоставяне на ясна и целенасочена информация за конкретни групи потребители, създаване на виртуални общности. - EUDA Connect взаимодейства с ключови заинтересовани страни и специализирани мрежи, изгражда общности и създава съвместни продукти. - Нашата система за управление на обучението улеснява електронното обучение и дискусиите чрез виртуална общност от практикуващи специалисти. - Интранет на EUDA предоставя отворен канал за комуникация и диалог между служителите.
Продукти	Достъпни в цифрови формати на нашия уебсайт.

Канал/дейност	Описание/цел
	- Предоставят ясно, информативно и достъпно съдържание, което образова потребителите ни и укрепва доверието и прозрачността. - Предлагат се на различни езици (в зависимост от темата). - Някои продукти се предлагат и като печатни материали по поръчка.
Връзки с медиите	- Предоставяне на точна, прозрачна и навременна информация на медиите с цел повишаване на осведомеността и разбирането на обществеността за проблема с наркотиците и инициативите на EUDA. - Работата по връзките с медиите включва новинарски съобщения, пресконференции, интервюта, брифинги, готовност за комуникация при кризи, проверка на факти, развенчаване на митове, предоставяне на съдържание за собствено ползване (въпроси и отговори, информационни листовки) и обучение за медиите.
Електронна поща	- Използва се за незабавно изпращане на съобщения, документи и мултимедийни продукти до нашите потребители. - Представява независим инструмент за таргетиране в кампании по конкретни теми и за разпространение на нашите бюлетени. - Улеснява двустранната комуникация и обсъждането на конкретни теми.
Лични срещи и събития	- Ангажиране и информиране на нашите потребители чрез пряко взаимодействие. Това насърчава участието и работата в мрежа и спомага за изграждането на доверие. - Може да включва лични срещи, конференции, редовни срещи на нашите научни мрежи, работни семинари, фокус групи, дейности за обучение (включително летни и зимни училища на EUDA), презентации, посещения в нашите офиси, събеседвания и представяне на продукти.
Служители на EUDA	Всеки служител е посланик на EUDA и представлява ценностите, мисията и културата на агенцията във всяко свое взаимодействие, както във вътрешен, така и във външен план. Ние даваме възможност на служителите да правят това чрез обучение.

В условията на постоянно променящата се комуникационна среда ние поддържаме подход към използването на каналите в перспектива и ще интегрираме нови такива, когато станат актуални. Очакваме например да въведем допълнителни разработки на софтуерни приложения, чатботове и виртуални асистенти в хода на инициативите на агенцията за използване на изкуствен интелект. Също така се адаптираме към

променящата се среда на социалните медии, като променяме присъствието си в тях според необходимостта.

Продукти и услуги

Благодарение на 30-годишния си опит като EMCDDA, имаме дългогодишни познания за продуктите и услугите. Това означава, че сега като EUDA предоставянето на услуги е стандарт, който ще продължим да развиваме за своите потребители.

Разработването на групите ни от продукти и услуги се ръководи от интегриран подход с участието на различни агенции, при който експертизата в областта на комуникациите присъства от самото начало. Темите, които обхващаме, произтичат не само от нашите приоритети за цялата ни агенция и от наблюдаването на текущите събития, но и от идентифицирането на нововъзникващи въпроси или теми, които са от значение за нашите потребители.

Форматите, които използваме, са подходящи за цифрови продукти и услуги.

Насърчаваме концепцията „продуктът като услуга“, като създаваме продукти с придружаващи услуги, които имат множество жизнени цикли, с което се осигурява по-качествено обслужване на потребителите и се изгражда лоялност.

Дизайн, ориентиран към потребителите

Групите ни от продукти и услуги са разработени с фокус върху потребителите и с акцент върху създаването на стойност и цифровата трансформация. Съвместното създаване е от ключово значение: работим в тясно сътрудничество с потребителите, за да развиваме нови компетентности, услуги и продукти, като използваме методологии като проектиране на услуги, проекционно мислене и гъвкави практики. Развиваме личности и провеждаме тестове с потребителите си, за да гарантираме, че продуктите и услугите ни отговарят на идентифицираните потребности. Вземаме предвид приоритетите на потребителите, езиковите им нужди, желанието им да се ангажират и вида на комуникацията или продукта, който им е необходим. Графиката по-долу илюстрира измеренията на проектирането, ориентирано към потребителите.



Изживяване на потребителите на EUDA

В основата на всичко, което правим, е да предоставяме изключително потребителско изживяване, което отговаря на очакванията и ги надминава. Ангажираме се да спазваме обещанието си към потребителите и чрез нашата многоканална стратегия осигуряваме безпроблемно и съгласувано изживяване във всички точки на контакт, както онлайн, така и офлайн.

В основата на потребителското изживяване с EUDA е системата за управление на връзките с потребителите, която дава възможност за ефективно взаимодействие с тях чрез проследяване на запитванията, отзивите и ангажираността. Това се подкрепя от конкретни проактивни стратегии за подкрепа и ангажираност на потребителите като чатботове с използване на ИИ и виртуални общности.

Многоезичие и достъпност

Многоезичието и достъпността са в основата на нашата комуникация, а засилената ни роля на европейската и международната сцена допълнително подчертава тяхната значимост. Комуникацията на езици, различни от английския, е от съществено значение за увеличаване на въздействието. Активно подкрепяме системното използване на ясен английски език — за по-голяма яснота и улесняване на машинния превод — при създаването на съдържание на всички официални езици на ЕС. Освен това предоставяме съдържание на езици, различни от официалните езици на ЕС. Все по-често включваме възможности за машинен превод в своите цифрови услуги и продукти. По този начин подкрепяме ключови си партньори, като предоставяме преведено съдържание за предоставяне на обективни данни на национално равнище и насърчаваме добрите практики на регионално и местно равнище.

С по-широкия ни международен обхват и нарастващото търсене на локализирано съдържание, приспособяването на продуктите ни спрямо културния контекст също ще придобива все по-голямо значение.

Предоставяме съдържанието си във формати, които осигуряват на всички достъп до нашата информация. Също така създаваме съдържание, което може лесно да се споделя и използва повторно. За тези приоритети следваме насоките на директивите на ЕС за достъпност и отворени данни.

Групи от продукти и услуги

Един от начините да бъдат разгледани продуктите и услугите ни е да бъдат категоризирани в четири направления, които са в основата на главните цели на агенцията: предвиждане, предупреждение, реагиране и учене, въпреки че това не е лесно поради многостранния характер на нашата дейност.

Друг начин да ги разгледаме е от гледна точка на хората: как отговаряме на въпросите, поставени от нашите групи потребители (вж. също раздела за групите потребители)?

По-долу е представен един подбор от примери за специализирани продукти и услуги, които предоставяме за всеки тип потребители, въпреки че това е само ориентировъчно и някои от тях може да се отнасят за няколко групи потребители. Следва да се има предвид също така, че нашите продукти и услуги трябва да бъдат динамични и да реагират на бързите промени.

Създатели на политики: предупреждения, варианти за ответни мерки на политиката, резюмета, информационни бележки, профили за държавите, таблици с данни, проучвания на конкретни случаи, оценки, правна база данни, оценки на заплахите, информация за заинтересованите страни.

Работещи на място: предупреждения, бързи съобщения, мини ръководства за ответни мерки спрямо различни аспекти на проблема с наркотиците, Портал за добри практики, инструменти, контролни списъци, тенденции в правоприлагането, модули за обучение, учебни материали през платформи.

Представители на академичните среди: актуални изследвания, хранилища на данни, възможности за безвъзмездно финансиране, етични насоки, методологични ръководства, инструменти за идентифициране на вещества, профили на веществата, насоки относно инструментите за съдебно-медицинска експертиза, зимни и летни училища, ръководства за учебната програма, интерактивни модули за обучение.

Партньори и съавтори: Европейски доклад за наркотиците, доклади за наркотиците за отделните държави и анализатори на данни, конференция за зависимостите в Лисабон, съвместни доклади с други агенции на ЕС.

Хора: развенчаване на митове, лични истории, директория с национални ресурси (включително списък на центрове за лечение), интерактивни профили на веществата, информация за предупреждения във връзка с наркотици.

Служителите и общността на EUDA: интранет, обмен на електронни писма, присъствени и онлайн срещи и обучения, дейности за изграждане на екип.

Комуникатори: пресцентър за самостоятелна работа с достъп до данни, често задавани въпроси, добри практики за разказване на истории, привличане на източници, услуга за проверка на факти, активно изслушване и взаимодействие в каналите на социалните медии.

Отнасящи се за няколко групи потребители: уебинари, конференции, посещения в EUDA, срещи на мрежата, присъствени срещи, дни на отворените врати, инфографики, видеоматериали, месечен бюлетин, профили на наркотици.

Наред с посочените по-горе продукти и услуги установихме и необходимостта от засилване на усилията ни в следните области:

- разширени данни за отделните държави и продукти по държави, за да се даде възможност за сравняване на ситуацията и тенденциите в Европа;
- съдържание за самостоятелна работа;
- използване на API (приложен програмен интерфейс) за улесняване на достъпа до данни;
- визуализирани материали, като инфографики и визуализации на данни;
- аудиовизуални продукти, включително подкасти и видеоматериали с указания и обяснения;
- съдържание „на хапки“, в което се изтъкват ключови резултати и се популяризират прояви.

Измерване на успеха

Измерването на въздействието на нашите комуникационни дейности, услуги и продукти е основен компонент на тази стратегия. Доколко ефективни са избраните от нас канали, инструменти и похвати?

Като спазваме комуникационните показатели на ЕК и след като сме установили една базова линия, определяме цели за комуникационните си дейности и мониторинга на въздействието. Разработваме и прилагаме още показатели, основани на въздействието, в хода на изпълнението на стратегията.

Като извършваме редовни прегледи на дейностите във връзка с целите и задачите ни, можем да се приспособяваме, за да сме сигурни, че изпълняваме целите си и да осигурим информация за разработването на стратегията на организацията ни.

Нашият ориентиран към потребителите подход налага да използваме различни техники за измерване, съчетаващи количествена и качествена информация.

Количествената информация предоставя необработени факти и цифри и включва показатели (уебсайт, социални медии и др.).

Качествената информация обхваща:

- Диалози с нашите потребители. Ние сме проактивни и систематично събираме отзиви от потребителите в ежедневната си работа.
- Инструменти за отчитане на въздействието върху конкретни групи потребители (включително онлайн анкети, интервюта, фокус групи) и приложимостта в зависимост от темата, формата и езика.
- Проекционно мислене и гъвкави методологии, с възможности за многократно повтаряне на процеса и постоянно усъвършенстване.

Активното изслушване и наблюдение с цел оценка на въздействието на нашите продукти и услуги включва както **качествена, така и количествена** информация.

Изпълнение

Успешното изпълнение на тази стратегия зависи от привеждането ѝ в съответствие с нашите цели като организация, по-специално с годишните ни стратегически приоритети. Това ще осигури съгласуваност на наративите и посланията ни, както и солидни годишни и многогодишни комуникационни планове.

Комуникационната стратегия ще се изпълнява в рамките на отговорностите на изпълнителния директор на EUDA, под ръководството на звено „Комуникации“, което е главният двигател на комуникационните дейности на агенцията. Когато е целесъобразно, изпълнителният директор на EUDA също така ще определя приоритетите по отношение на потребностите на групите потребители и съответните дейности, според наличните ресурси и геополитическите събития.

Дейностите по стратегията ще бъдат разработени в тясно сътрудничество с целия персонал, както и с други текущи ведомствени инициативи, включително плана за развитието на организацията и проекта за цифрова трансформация, тъй като е възможно те да повлияят върху предлаганите от нас продукти и услуги и да се наложи да адаптираме своите комуникационни цели.

Тясното и редовно сътрудничество с ГД „Миграция и вътрешни работи“ (ЕК) и с други агенции на ЕС по ключови комуникационни дейности е от жизненоважно значение за осигуряване на успеха и популяризиране на нашите дейности. Това включва редовните заседания на комуникационната мрежа на агенциите към ГД „Миграция и вътрешни работи“ и координационната група за социалните медии.

Тази стратегия се допълва от другите ни стратегии, включително стратегията за вътрешната комуникация и стратегията за ангажиране на потребителите и за потребителското изживяване.

Годишните работни планове към настоящата стратегия ще бъдат включени в Единния програмен документ за периода 2026—2028 г.



Препоръчителна форма на цитиране: Агенция на Европейския съюз по наркотиците (2025 г.), *Комуникационна стратегия на EUDA за периода 2025—2028 г.*, Служба за публикации на Европейския съюз, Люксембург.

Правна бележка: Нито EUDA, нито което и да е лице, действащо от името на EUDA, носят отговорност за начина, по който може да се използва информацията, съдържаща се в настоящата публикация.

Люксембург: Служба за публикации на Европейския съюз, 2025 г.

© Агенция на Европейския съюз по наркотиците, 2025 г.
Възпроизвеждането е разрешено, при условие че се посочи източникът.

Тази публикация е налична само в електронен формат.

EUDA, Praça Europa 1, Cais do Sodré, 1249-289 Лисабон, Португалия
Тел: (351) 211 21 02 00 | info@euda.europa.eu | euda.europa.eu