



Natura 2000

Στρατηγική Επικοινωνίας

Ταυτότητα, Στόχοι, Κοινά, Μέσα Επικοινωνίας | 19 Μαρτίου 2021

Summary

This Communication Strategy sets out a long-term framework for promoting the Natura 2000 Network in Cyprus by fostering a stronger environmental culture and encouraging active public participation in biodiversity conservation. The strategy aims to transform public perceptions of Natura 2000 from a system of restrictions into a shared national asset that safeguards nature, while supporting sustainable social and economic development.

The communication approach is built around the central philosophy that human well-being is inseparable from nature.

A key element of the strategy is audience segmentation. Rather than adopting a single communication approach, it identifies distinct stakeholder groups—including the general public, government authorities, local authorities, farmers, fishermen, tourism operators, environmental organizations, economically affected groups, educational institutions, researchers, and the media—and develops tailored communication objectives and supporting messages for each audience. This targeted approach seeks to build awareness, trust, cooperation, and long-term behavioural change across all sectors of society.

The recommended communication tone is educational, positive, accessible, and inspiring. Messages should avoid technical language and instead communicate complex environmental issues in a clear, relatable, and emotionally engaging manner. The strategy seeks to cultivate a long-term environmental culture by connecting conservation with everyday life and shared societal values.

To maximise outreach, the strategy proposes an integrated communication campaign combining traditional and digital media. Television is identified as the primary mass communication channel, supported by radio, online media and social media platforms. Digital communication is designed to maintain continuous engagement through planned content, targeted advertising, search engine marketing, influencers, bloggers, and user-generated content. All communication activities are intended to reinforce consistent messaging across multiple channels, while expanding audience reach and encouraging public interaction.

Performance measurement forms an integral part of the strategy. Success will be monitored using indicators such as audience reach, impressions, engagement, website traffic, social media growth, click-through rates, public participation, and user-generated content. Continuous monitoring and optimisation are intended to ensure that communication activities remain effective and responsive to audience behaviour.

Overall, the Communication Strategy provides a comprehensive roadmap for increasing awareness and understanding of the Natura 2000 Network in Cyprus. By combining a strong, value-based brand identity with audience-specific messaging and an integrated communications programme, the strategy aims to strengthen public support, encourage stakeholder collaboration, and contribute to the long-term conservation of Cyprus' natural heritage through active societal engagement.

Περίληψη

Η παρούσα Στρατηγική Επικοινωνίας καθορίζει ένα μακροπρόθεσμο πλαίσιο για την προώθηση του Δικτύου Natura 2000 στην Κύπρο, στοχεύοντας σε μια ισχυρότερη περιβαλλοντική κουλτούρα και ενθαρρύνοντας την ενεργό συμμετοχή του κοινού στη διατήρηση της βιοποικιλότητας. Η στρατηγική στοχεύει στη μετατροπή της αρνητικής αντίληψης του κοινού για το δίκτυο Natura 2000 (περιορισμοί και απαγορεύσεις) σε μια θετική προδιάθεση προς ένα κοινό εθνικό αγαθό που προστατεύει τη φύση, υποστηρίζοντας παράλληλα τη βιώσιμη κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη.

Μέσω της τμηματοποίησης του κοινού και της προσαρμογής των μηνυμάτων σε διαφορετικές ομάδες στόχος, επιδιώκεται η ενίσχυση της ενημέρωσης, της εμπιστοσύνης και της συνεργασίας. Η στρατηγική αξιοποιεί συνδυασμό παραδοσιακών και ψηφιακών μέσων, με έμφαση στην τηλεόραση και τα κοινωνικά δίκτυα, ενώ δίνει ιδιαίτερη σημασία στη συνεχή αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας μέσω δεικτών απόδοσης, με τελικό στόχο τη μακροπρόθεσμη προστασία της φυσικής κληρονομιάς της Κύπρου.



Μακροπρόθεσμος στόχος
προγράμματος.

Άνθρωπος + Φύση

Αρμονία = **Ευδαιμονία**



Η επικοινωνιακή πρόκληση.

Σταδιακά και σε βάθος χρόνου, θέλουμε η **κοινωνία** να συνειδητοποιεί, να συμπεριφέρεται και να **αναπτύσσεται** με σεβασμό και σε συνάρτηση **με τη φύση**.

Να αρθούν οι στερεότυπες αρνητικές αντιλήψεις για τα «εμπόδια» που θέτουν τα προγράμματα σε σχέση με τα συμφέροντα των πολιτών και των κοινωνικών ομάδων.

Η καλλιέργεια μιας νέας κοινωνικής παιδείας και ενός «φυσικού» κοινωνικού πολιτισμού.



Πυλώνας φιλοσοφίας & Πηγή έμπνευσης.

Η Φύση είναι η γενέτειρα των πάντων και κατ' επέκταση η «**μάνα**» μας. Μας τρέφει, μας θεραπεύει, μας παρέχει αναψυχή και οξυγόνο. Είμαστε αναπόσπαστο κομμάτι της.

Κάθε της δημιούργημα είναι συγγενικό μας και ως εκ τούτου η ύπαρξή του συνδέεται και επηρεάζει τη ζωή μας.



Οι αξίες μας.

Καλλιεργούμε την αγάπη και το σεβασμό για τη φύση και τα δημιουργήματά της.

Εργαζόμαστε για να εδραιώσουμε, σε βάθος χρόνου, την αντίληψη ότι το μέλλον της κοινωνίας μας είναι συνυφασμένο με τη φύση.

Χρησιμοποιούμε τους πόρους μας οργανωμένα και μεθοδικά, για να στρατολογήσουμε τους πολίτες και τις αρχές σε μια συντονισμένη προσπάθεια.

Πρωθούμε την αντίληψη ότι τα συμφέροντα της κοινωνίας και των πολιτών, μπορούν να βρίσκονται σε αρμονία με τη φύση.

Λειτουργούμε ομαδικά για την εδραίωση μιας «φυσικής» κοινωνικής παιδείας.



Λογότυπο / Ταυτότητα.

Το διαχρονικό επικοινωνιακό αποτύπωμα του DNA μιας μάρκας.

Συμπυκνώνει τα κύρια χαρακτηριστικά, τις αρχές και τη φιλοσοφία μας.

Ο μακροχρόνιος συνδετικός κρίκος μεταξύ κοινού και μάρκας.

Σημείο συναισθηματικής αναφοράς, αναγνώρισης και ταύτισης.

Η υπογραφή μας σε κάθε μήνυμα προς την κοινωνία.

Αποτελείται από το όνομα, το σύμβολο και ενίοτε την Κεντρική τοποθέτηση / σλόγκαν.



Όνομα:

Φύση- Γαία & Παν & Δίδουσα.



ΠΑΝΔΩΤΕΙΡΑ



Σύνθημα / Slogan:

Η φύση μάς ζει.

Ορφικός Ύμνος Γαίας:

« Γαία θεά, μήτερ μακάρων θνητών τ' ανθρώπων, παντρόφε, πανδώτειρα, τελεσφόρε, παντολέτειρα, αυξιθαλής, φερέκαρπε, καλαίς ώραισι βρύουσα, έδρανον αθανάτου κόσμου.»

Οι πρόγονοί μας λάτρευαν και υμνούσαν τη φύση. Αναγνώριζαν προφανώς, ότι ήταν η πηγή της ύπαρξής τους και όλων όσων έβλεπαν και βίωναν τριγύρω τους. Η θεότητα που τους πρόσφερε τα ΠΑΝΤΑ. Αυτή την αντίληψη οφείλουμε να καλλιεργήσουμε, να εμπεδώσουμε και να ορίσουμε ως σημείο αναφοράς για την εξέλιξή μας.



πανδώτειρα

NATURA 2000



Η ΦΥΣΗ ΜΑΣ ΖΕΙ

ΛΟΓΟΤΥΠΟ



- Η σπείρα υποδηλώνει τη χρυσή τομή, την ισορροπία
- Φτιαγμένο με στοιχεία που αποτυπώνουν ένα κοχύλι, ένα σαλιγκάρι, ένα φύλλο, ένα φτερό
- Πανίδα και χλωρίδα σε φυσική αρμονία
- Η συνύπαρξη όλων των στοιχείων της φύσης σε μία αρμονική ροή
- Όλα σε μία εξέλιξη, παράλληλη συνύπαρξη, αλληλένδετη σχέση

BRAND VALUES



- Καλλιεργούμε την αγάπη και το σεβασμό για τη φύση και τα δημιουργήματά της.
- Εργαζόμαστε για να εδραιώσουμε, σε βάθος χρόνου, την αντίληψη ότι το μέλλον της κοινωνίας μας είναι συνυφασμένο με τη φύση.
- Χρησιμοποιούμε τους πόρους μας οργανωμένα και μεθοδικά, για να στρατολογήσουμε τους πολίτες και τις αρχές σε μια συντονισμένη προσπάθεια.
- Προωθούμε την αντίληψη ότι, τα συμφέροντα της κοινωνίας και των πολιτών, μπορούν να βρίσκονται σε αρμονία με τη φύση.
- Λειτουργούμε ομαδικά για την εδραίωση μιας «φυσικής» κοινωνικής παιδείας.

STONE OF VOICE



Ο απώτερος σκοπός της επικοινωνίας είναι η κατανόηση της σημασίας του έργου και κατ' επέκταση του brand, με στόχο τη συμμετοχή του συνόλου της κοινωνίας για τη βιωσιμότητα και την επιτυχία του.

Ως εκ τούτου η όποια διατύπωσή πρέπει να είναι:

- Διδακτική όχι δεικτική
- Φιλική όχι ακαδημαϊκή
- Περιεκτική όχι σύνθετη
- Εμπνευσμένη όχι τυπική



ΑΝΑΛΥΣΗ ΟΜΑΔΑΣ ΣΤΟΧΟΥ

Καθορισμός των κοινών για την
επικοινωνία του προγράμματος

Ανεξαρτήτως κοινού, το κεντρικό μήνυμα που θα αγκαλιάζει
κάθε επικοινωνιακή προσέγγιση των διαφόρων
υποκατηγοριών κοινού πρέπει να είναι:
«Η ΦΥΣΗ ΜΑΣ ΖΕΙ»

Ανάλογα με το προφίλ της κοινωνικής ομάδας που αναφερόμαστε,
το κεντρικό μήνυμα θα ενισχύεται από συμπληρωματικά μηνύματα που θα
διαμορφώνονται βάσει των μακροχρόνιων στόχων που
θέλουμε να επιτύχουμε.

Καθορισμός Ομάδων Στόχου

- Το Σύνολο της Κοινωνίας
- Κρατικοί Φορείς
- Δημοτικές Αρχές / Τοπική Αυτοδιοίκηση
- Αγροτικός / Κτηνοτροφικός / Αλιευτικός / Τουριστικός Τομέας
- Φορείς Επιρροής / Περιβαλλοντικές Οργανώσεις
- Οικονομικά Επηρεαζόμενες Ομάδες
- Εκπαιδευτικός και Ερευνητικός Τομέας / Μελετητικά Γραφεία
- Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης

Ανάλυση Ομάδας Στόχου

➤ Το Σύνολο της Κοινωνίας

Κάθε πολίτης ανεξαρτήτως ηλικίας, επαγγέλματος, ιδιότητας, κοινωνικοοικονομικής θέσης πρέπει να γίνει κοινωνός του στόχου του όλου εγχειρήματος του έργου.

Περιγραφή Προφίλ

- Ως Κύπριοι δεν έχουμε αναπτύξει πράσινη κουλτούρα
- Δεν έχουμε ιδιαίτερη ευαισθησία ως προς τη φύση και πως να την προστατεύσουμε
- Δυσκολευόμαστε να θυσιάζουμε τα προσωπικά μας συμφέροντα έναντι του κοινού οφέλους
- Είμαστε μια άκρως καταναλωτική κοινωνία, με κυρίως αστική διασπορά
- Η κοινωνία σήμερα έχει να αντιμετωπίσει μία υγειονομική και οικονομική κρίση, οπότε έχει στραμμένη την προσοχή και το ενδιαφέρον της σε αυτά τα θέματα

Ανάλυση Ομάδας Στόχου

➤ Το Σύνολο της Κοινωνίας

Μέσα από τα ευρήματα της έρευνας:

- Αποδεικνύεται ότι υπάρχει σε μεγάλο βαθμό άγνοια από τους πολίτες για το τι είναι το δίκτυο Natura 2000, το οποίο είναι ακόμη πιο έντονο στις νεαρές ηλικίες που αποτελούν και ένα καθοριστικό κοινό για την επιτυχία του έργου. Οπότε υπάρχει ανάγκη για περαιτέρω ενημέρωση για να μάθουν, και το πιο σημαντικό να αντιληφθούν, τα ευρύτερα οφέλη του.
- Η αντίληψη είναι ότι υπάρχουν σημαντικές εθνικές και ευρωπαϊκές νομοθεσίες για την προστασία της φύσης, αλλά υπάρχει αμφισβήτηση ως προς την αποτελεσματικότητα της κυπριακής νομοθεσίας να τις υλοποιήσει. Οπότε υπάρχει η ανάγκη να γνωρίζουν για τις δράσεις και να νιώσουν εμπιστοσύνη ως προς τους φορείς που τις εφαρμόζουν για να μπορούν να συμμεριστούν τα όσα γίνονται.
- Ως γενικότερη πεποίθηση, μπορούν να αντιληφθούν ότι η εφαρμογή ενός σχεδίου natura θα μπορεί να ωφελήσει την τοπική κοινωνία, οπότε υπάρχει μια θετική προδιάθεση, αρκεί να εξηγηθεί και να γίνει αντιληπτή η αξία του και πως αυτή αντικατοπτρίζεται και σε ατομικό επίπεδο.

Ανάλυση Ομάδας Στόχου

➤ Το Σύνολο της Κοινωνίας

Μέσα από τα ευρήματα της έρευνας (συνέχεια):

- Επίσης μπορεί να γίνει κατανοητό ότι το δίκτυο Natura 2000 μπορεί να συμβάλλει στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και να είναι ευεργετικό ως προς τα προστατευόμενα είδη και οικοτόπους. Το θέμα είναι να αντιληφθούν πως μπορεί να λειτουργήσει σε τοπικό επίπεδο.
- Από πλευράς περιοχών natura, αντιλαμβάνονται την ανάδειξη της περιοχής για οικολογικές δραστηριότητες και την ένταξή τους σε ευρωπαϊκό χάρτη των περιοχών φυσικού ενδιαφέροντος, αλλά δεν είναι αντιληπτό πώς θα μπορούσε να προωθήσει τις επενδύσεις και την ανάπτυξη γης, μιας και θα δημιουργεί περιορισμούς στην αξιοποίηση τεμαχίων και ως επακόλουθο μειώνει τη χρηματική αξία της γης τους.
- Παρατηρείται άγνοια ως προς το ποιες είναι οι περιοχές του δικτύου Natura 2000, υπάρχει η άποψη ότι είναι κυρίως κρατικές εκτάσεις γης και υπάρχει η ευρύτερη αίσθηση ότι δεν είναι στο κοντινό μας περιβάλλον.
- Οι επισκέψεις σε φυσικές περιοχές για σκοπούς αναψυχής, αποτελούν αγαπητές συνήθειες. Απολαμβάνουν τη φύση και συνάμα αναγνωρίζουν τις ανάγκες καθαριότητας και προστασίας των περιοχών.

Ανάλυση Ομάδας Στόχου

➤ Το Σύνολο της Κοινωνίας

Μακροπρόθεσμοι στόχοι:

- Η ευαισθητοποίηση του μέσου πολίτη ώστε να γίνει κοινωνός και σύμμαχος για να επιτευχθούν οι μακροπρόθεσμοι στόχοι του έργου
- Η συνειδητοποίηση ότι τα προσωπικά μας συμφέροντα είναι συνυφασμένα με την προστασία της φύσης
- Οι ενήλικες να μεγαλώνουν τα παιδιά τους μεταφέροντάς τους τις αξίες για τη συνύπαρξη μας με τη φύση
- Η ευαισθητοποίηση των νέων γενεών ώστε να εξελιχθούν σε σύμμαχους της νοοτροπίας, ότι η ανθρώπινη ύπαρξη είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τη φύση που μας ζει
- Να νιώσουμε όλοι πως ο καθένας μας χωριστά και ως ευρύτερη κοινωνία, μπορούμε να προστατεύσουμε τη φύση που μας ζει, για να συνεχίσει να μας παρέχει ζωή

Ανάλυση Ομάδας Στόχου

➤ Το Σύνολο της Κοινωνίας

Άξονας υποστηρικτικών μηνυμάτων:

Ο καθένας ξεχωριστά και όλοι μαζί σαν ομάδα φροντίζουμε για την ισορροπία της ζωής μας, με σεβασμό στη φύση που είναι η μητέρα των πάντων, εξασφαλίζοντας ένα καλύτερο μέλλον για εμάς και τα παιδιά μας.

Ανάλυση Ομάδας Στόχου

➤ Κρατικοί Φορείς

Αναφερόμαστε στους φορείς εξουσίας. Περιλαμβάνονται Υπουργεία, Δημόσια Τμήματα, Κρατικοί & Ημικρατικοί Οργανισμοί, Επαρχιακές Διοικήσεις, Δικαστές, Δημόσιοι Κατηγοροι, Λειτουργούς Δημοσίου κ.α.

Περιγραφή Προφίλ

- Έχουν εξουσία
- Είναι φορείς που διαμορφώνουν νομοσχέδια
- Είναι λήπτες αποφάσεων
- Έχουν επιρροή
- Μπορούν να διαμορφώσουν καταστάσεις
- Είναι υπεύθυνοι για το ευρύ σύνολο
- Άνθρωποι ανώτερου μορφωτικού επιπέδου
- Έχουν πιο σφαιρική άποψη στα τεκταινόμενα
- Έχουν πρόσβαση σε ενημέρωση για αναπτυξιακά και κοινωνικά έργα
- Έχουν αλληλεπίδραση μεταξύ τους
- Έχουν εμπειρία σε διαχείριση κονδυλίων
- Έχουν επαφή με τις δραστηριότητες της Ευρωπαϊκής Ένωσης γενικότερα

Ανάλυση Ομάδας Στόχου

➤ Κρατικοί Φορείς

Μακροχρόνιοι στόχοι:

- Να τους κάνουμε να εντάξουν το έργο ως μέρος της ατζέντα τους, για να καταστεί το έργο όραμα του ευρύτερου κρατικού μηχανισμού
- Να διευκολύνουν, μέσα από τις αρμοδιότητές τους, την εξέλιξη του έργου
- Θα πρέπει να είναι σύμμαχοι

Ανάλυση Ομάδας Στόχου

➤ Κρατικοί Φορείς

Άξονας υποστηρικτικών μηνυμάτων:

Χρησιμοποιείστε τη δύναμη που σας παρέχουν οι αρμοδιότητές σας ώστε να βοηθήσετε το έργο, με την εφαρμογή του οποίου, θα επέλθουν σημαντικές πολιτιστικές, πολιτισμικές και οικονομικές αλλαγές για το όφελος της κοινωνίας στο σύνολό της.

Ανάλυση Ομάδας Στόχου

➤ Δημοτικές Αρχές / Τοπική Αυτοδιοίκηση

Αναφερόμαστε σε Τοπικές Αρχές στις οποίες περιλαμβάνονται Δήμοι και Κοινοτικά Συμβούλια.

Περιγραφή Προφίλ

- Έχουν ενδιαφέρον και ευθύνη για τη δική τους κοινότητα
- Ξέρουν καλύτερα τα συμφέροντα των δημοτών
- Τους απασχολούν τα τοπικά θέματα
- Είναι γνώστες των θεμάτων των αναγκών της φύσης, με επίγνωση των προστατευόμενων περιοχών και ειδών
- Είναι και οι ίδιοι μέλη της κοινότητας και άμεσα επηρεαζόμενοι
- Έχουν εξουσία για εφαρμογή των νομοθεσιών στις περιοχές αρμοδιότητάς τους
- Έχουν τη δυνατότητα επικοινωνίας με τους δημότες τους
- Μπορούν να καλλιεργήσουν στάσεις
- Μπορούν να επηρεάσουν
- Μπορούν να αποτελέσουν κανάλι επικοινωνίας μεταξύ κρατικών φορέων και δημοτών
- Είναι εκλεγμένοι από τις κοινότητές τους, επομένως χαίρουν εκτίμησης και αποδοχής από μεγάλο σύνολο
- Είναι οι εκπρόσωποι των επηρεαζόμενων μονάδων και γνώστες των προβλημάτων τους
- Η δράση τους είναι για μέριμνα των δημοτών τους και το καλό όφελος της κοινότητας

Ανάλυση Ομάδας Στόχου

➤ Δημοτικές Αρχές / Τοπική Αυτοδιοίκηση

Μακροπρόθεσμοι στόχοι:

- Να πειστούν ότι η ανάπτυξη και η ευημερία των κοινοτήτων τους είναι άμεσα συνδεδεμένη με τη φύση που αγκαλιάζει τις κοινότητές τους και κατ' επέκταση με τους στόχους του έργου.
- Να χρησιμοποιήσουν την πολιτιστική, πολιτική και κοινωνική επιρροή τους σε τοπικό επίπεδο, ώστε οι πολίτες των κοινοτήτων τους να γίνουν υποστηρικτές του έργου και συνεργάτες.

Ανάλυση Ομάδας Στόχου

➤ Δημοτικές Αρχές / Τοπική Αυτοδιοίκηση

Άξονας υποστηρικτικών μηνυμάτων:

Οι τοπικές κοινωνίες, κυρίως της υπαίθρου, βρίσκονται στην πρώτη γραμμή για μία αρμονική σχέση με τη φύση. Δώστε δυναμικά το παρόν σας με παραδειγματικές δράσεις υποστηρίζοντας το έργο του Δικτύου Natura 2000.

Ανάλυση Ομάδας Στόχου

➤ Αγροτικός / Κτηνοτροφικός / Αλιευτικός / Τουριστικός Τομέας

Αναφερόμαστε σε Οργανωμένα Σύνολα όπως οι Ενώσεις Αγροτών, Αγροτικοί Σύνδεσμοι, Αγροκτήματα, Οργανώσεις Κτηνοτρόφων, Κυπριακός Οργανισμός Τουρισμού κ.α.

Περιγραφή Προφίλ

- Ομάδες επαγγελματιών, των οποίων το αντικείμενο εργασίας τους είναι άρρηκτα συνδεδεμένο με τη φύση και την εξέλιξη του προγράμματος
- Κοινωνικά σύνολα που τους απασχολεί η ευημερία του τομέα τους
- Προστατεύουν τα συμφέροντα αυτών που εκπροσωπούν
- Έχουν άμεση σύνδεση και ενδιαφέρον
- Έχουν άποψη και την υπερασπίζονται
- Έχουν δύναμη να ασκήσουν πιέσεις προς τους κρατικούς φορείς
- Οι δραστηριότητες του έργου εμπλέκονται με τους τομείς δράσης τους

Ανάλυση Ομάδας Στόχου

➤ Αγροτικός / Κτηνοτροφικός / Αλιευτικός / Τουριστικός Τομέας

Μακροχρόνιοι στόχοι:

- Να αντιληφθεί αυτή η ομάδα ότι το έργο δεν στέκεται εμπόδιο στην άσκηση και στην εξέλιξη των επαγγελμάτων τους.
- Να συστρατευτούν δημιουργικά και παραγωγικά χρησιμοποιώντας την εμπειρία και τη γνώση τους που προέρχεται μέσα από την επαφή τους με τη φύση ασκώντας το επάγγελμά τους.

Ανάλυση Ομάδας Στόχου

➤ Αγροτικός / Κτηνοτροφικός / Αλιευτικός / Τουριστικός Τομέας

Άξονας υποστηρικτικών μηνυμάτων:

Γνωρίζετε καλύτερα από κάθε άλλη κοινωνική ομάδα τα ευεργετικά αγαθά που μας παρέχει απλόχερα η φύση. Γίνετε πρεσβευτές του έργου στην προσπάθειά μας να διασφαλίσουμε τη συνέχεια όλων των παροχών της φύσης στο μέλλον .

Ανάλυση Ομάδας Στόχου

➤ Φορείς Επιρροής / Περιβαλλοντικές Οργανώσεις

Αναφερόμαστε σε Περιβαλλοντικές Οργανώσεις, Συνδέσμους Καταναλωτών, Περιβαλλοντικά Κέντρα, Περιβαλλοντικές Επιτροπές, Οργανωμένα Σύνολα & Φορείς άμεσα εμπλεκόμενους με το Περιβάλλον.

Περιγραφή Προφίλ

- Υπερ-ευαισθητοποιημένο κοινό
- Με όραμα
- Μπορεί να γίνουν πρεσβευτές
- Έχουν ουσιαστικό ενδιαφέρον
- Είναι σύμμαχοι στον σκοπό
- Μπορεί να μην έχουν προσωπικά συμφέροντα
- Οι προσωπικές πεποιθήσεις και αρχές τους είναι το νόημα της ζωής τους
- Ο προσωπικός τους τρόπος ζωής είναι συνυφασμένος με το έργο τους
- Έχουν μεγάλο ενδιαφέρον για το δίκτυο Natura 2000, αλλά δεν είναι λήπτες αποφάσεων
- Μπορούν να κινητοποιήσουν ομάδες πολιτών για να ασκήσουν πίεση
- Είναι οργανωμένα σύνολα που εξυπηρετούν τους δικούς τους στόχους

Ανάλυση Ομάδας Στόχου

➤ Φορείς Επιρροής / Περιβαλλοντικές Οργανώσεις

Μακροχρόνιοι στόχοι:

- Ο συντονισμός των αρμοδιοτήτων των φορέων αυτών, σε ένα οργανωμένο και ενδυναμωμένο πλάνο συστράτευσης για την επίτευξη των στόχων του έργου.
- Να συμμεριστούν τις δράσεις του έργου και να έχουν ενεργή συμμετοχή.
- Να διαμορφώσουν θετική επιρροή προς τα κοινά, για θέματα που άπτονται της φύσης.

Ανάλυση Ομάδας Στόχου

➤ Φορείς Επιρροής / Περιβαλλοντικές Οργανώσεις

Άξονας υποστηρικτικών μηνυμάτων:

Ας συντονίσουμε τις ευαισθητοποιημένες μας ομάδες ενισχύοντας την εφαρμογή των μελετημένων και εμπειριστατωμένων δράσεων του έργου «Ισχύς εν τη ενώσει».

Ανάλυση Ομάδας Στόχου

➤ Οικονομικά Επηρεαζόμενες Ομάδες

Αναφερόμαστε σε ιδιοκτήτες γης, σε βιομήχανους, σε γεωργούς, σε κτηνοτρόφους, σε κυνηγούς, σε ψαράδες, σε εστιατόρες, σε ξενοδόχους, σε τουριστικούς πράκτορες και γενικά σε αυτούς που επηρεάζονται τα συμφέροντα και οι δράσεις τους, με την ένταξη των περιοχών τους σε ζώνες του Δικτύου Natura 2000.

Περιγραφή Προφίλ

- Έχουν άμεση σύνδεση και ενδιαφέρον
- Αντιλαμβάνονται ότι οι περιορισμοί τους δημιουργούν φραγμούς στην ανάπτυξή τους, μειώνουν την αξία της γης τους και έχουν αντίκτυπο στην προσωπική τους περιουσία
- Επηρεάζονται οικονομικά και ερμηνεύουν τον αντίκτυπο σε προσωπικό επίπεδο
- Βάλλονται τα συμφέροντά τους και προβάλλουν αντίσταση
- Έχουν ευαισθησίες σε σχέση με ενέργειες που θεωρούν ότι πιθανόν να τους δυσκολέψουν και να επηρεάσουν τα εισοδήματά τους
- Για αυτούς είναι θέμα βιοπορισμού και προσωπικής περιουσίας
- Θα φέρουν εμπόδια στην εφαρμογή του έργου

Ανάλυση Ομάδας Στόχου

➤ Οικονομικά Επηρεαζόμενες Ομάδες

Μακροχρόνιοι στόχοι:

- Να αντιληφθούν ότι μπορούν να επιτύχουν μία βιώσιμη ανάπτυξη αν αυτή γίνει σε αρμονία με τη φύση.
- Να τους εμπλέξουμε στο έργο, να είναι συμμετοχοί και συνοδοιπόροι.
- Να αντιληφθούν τα πραγματικά οφέλη, πέραν από προσωπικά συμφέροντα, τα οποία είναι και προς τη δική τους ευημερία.
- Να αντιληφθούν τις αξίες τους Δικτύου Natura 2000 και να δουν όλα τα θετικά μέσα από την εφαρμογή του.

Ανάλυση Ομάδας Στόχου

➤ Οικονομικά Επηρεαζόμενες Ομάδες

Άξονας υποστηρικτικών μηνυμάτων:

Η φύση μάς τροφοδοτεί και μάς καλεί να αναπτυχθούμε αρμονικά μαζί της για να καρπωθούμε των αγαθών που μας προσφέρει. Ας αφουγκραστούμε τις ανάγκες της για να καταφέρουμε να συνυπάρξουμε μαζί της και θα είναι προς το πραγματικό όφελός μας. Με τη δική σας εμπλοκή, η φύση θα συνεχίσει να μας ζει.

Ανάλυση Ομάδας Στόχου

➤ Εκπαιδευτικός και Ερευνητικός Τομέας / Μελετητικά Γραφεία

Αναφερόμαστε σε Πανεπιστήμια, Εκπαιδευτικά Ιδρύματα, Συμβουλευτικές Εταιρείες, Συνδέσμους Περιβάλλοντος, Ερευνητικά Γραφεία κ.α.

Περιγραφή Προφίλ

- Δεν έχουν αρμοδιότητα / εξουσία
- Επιστημονική άποψη
- Διαμορφώνουν απόψεις, καλλιεργούν τάσεις και στάσεις
- Επηρεάζουν κάποια άλλα κοινά
- Αποτελούν μοχλό πίεσης προς το κράτος
- Απαρτίζονται από μέλη με ανώτατη εκπαίδευση
- Είναι άνθρωποι του πνεύματος και των επιστημών
- Μπορούν να παρέχουν τεκμηριωμένη πληροφόρηση, δεδομένα, έρευνες, αναλύσεις, μελέτες
- Ο ρόλος τους είναι υποστηρικτικός και υποβοηθητικός στο έργο

Ανάλυση Ομάδας Στόχου

➤ Εκπαιδευτικός και Ερευνητικός Τομέας / Μελετητικά Γραφεία

Μακροχρόνιοι στόχοι:

- Οι φορείς αυτοί να γίνουν οι σύμμαχοί μας στη διαμόρφωση του νέου φυσικού πολιτισμού που επιδιώκουμε με όπλο την παιδεία σε όλες της τις εκφάνσεις.
- Οι επιστημονικές τους γνώσεις να χρησιμοποιηθούν σαν 'οπλοστάσιο' επιχειρημάτων για την επικοινωνιακή υποστήριξη του έργου.
- Να παρέχουν την τεχνογνωσία τους προς την ομάδα έργου, όποτε κρίνεται απαραίτητη.

Ανάλυση Ομάδας Στόχου

➤ Εκπαιδευτικός και Ερευνητικός Τομέας / Μελετητικά Γραφεία

Άξονας υποστηρικτικών μηνυμάτων:

«Η γνώση είναι δύναμη». Ελάτε να ενώσουμε τις δυνάμεις και το όραμά μας για να εμπνεύσουμε, να εκπαιδεύσουμε και να συστρατεύσουμε την κοινωνία στην εφαρμογή του έργου μας.

Ανάλυση Ομάδας Στόχου

➤ Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης

Αναφερόμαστε σε Τηλεοπτικούς Σταθμούς, Ραδιοφωνικούς Σταθμούς, Εφημερίδες, Περιοδικά, Διαδικτυακά Μέσα. Περιλαμβάνει όλη τη δημοσιογραφική κοινότητα και τους επαγγελματίες στον χώρο των Μέσων Επικοινωνίας.

Περιγραφή Προφίλ

- Αποτελούν την 4^η εξουσία
- Άνθρωποι που μέσα από την εργασία τους διαμορφώνουν την κοινή άποψη
- Αφουγκράζονται την κοινωνία και τις ανάγκες της
- Μπορούν να ευαισθητοποιήσουν
- Είναι άνθρωποι μορφωμένοι
- Έχουν έντονο ενδιαφέρον για τα κοινά
- Ενίοτε εκφράζουν / υποστηρίζουν κομματικές απόψεις
- Έχουν ιδιαίτερο τρόπο προσέγγισης, με ισχυρή άποψη
- Έχουν δική τους αντίληψη και δεν μπορείς εύκολα να τους επηρεάσεις
- Έχουν τη δυνατότητα να προβάλλουν και να κινητοποιήσουν ομάδες και σύνολα
- Έχουν τη δύναμη να επηρεάσουν την κοινή γνώμη και να ασκήσουν πίεση στην εξουσία

Ανάλυση Ομάδας Στόχου

➤ Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης

Μακροχρόνιοι στόχοι:

- Να κατανοήσουν στη λεπτομέρειά του το έργο, ως προς την επίτευξη των ευρύτερων κοινωνικών και περιβαλλοντολογικών του στόχων.
- Να γίνουν πρεσβευτές του και 'ιεραπόστολοι' του έργου.
- Μέσα από τα δικά τους κανάλια επικοινωνίας, να αναδείξουν τις αξίες του έργου και να γνωστοποιήσουν τα οφέλη του στην κοινωνία.
- Να συμβάλλουν στην καλλιέργεια περιβαλλοντικής συνείδησης, προάγοντας την αρμονική συνύπαρξη του ανθρώπου με τη φύση.

Ανάλυση Ομάδας Στόχου

➤ Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης

Άξονας υποστηρικτικών μηνυμάτων:

Χρησιμοποιήστε τη δύναμη της 4^{ης} εξουσίας για να βοηθήσετε σε ένα έργο πνοής για ολόκληρη την κοινωνία.



ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΜΕΣΩΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Σε ποιους απευθυνόμαστε

Κοινό - Στόχος

Στην διαφημιστική μας εκστρατεία ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης απευθυνόμαστε στο ευρύ κοινό της Κύπρου, ενήλικες 18 χρονών και άνω.

ΣΤΟΧΕΥΟΜΕΝΟΣ ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ = 706,661 άτομα

Μέσα Επικοινωνίας

Τηλεόραση

- Η τηλεόραση έχει τη δυναμική της εικόνας και μπορεί να μεταφέρει ολοκληρωμένα και αποτελεσματικά μηνύματα, με δυνατότητα ανάπτυξης συναισθημάτων.
- Στην Κύπρο η τηλεόραση αποτελεί το πιο αποτελεσματικό Μέσο για τέτοιου είδους επικοινωνία που στοχεύει στο ευρύ κοινό. Με τα υψηλά επίπεδα τηλεθέασης που υπάρχουν, η επένδυση σε αυτό το Μέσο επιτυγχάνεται με χαμηλό κόστος αν αξιολογηθεί με την αναλογία πληθυσμού που καλύπτει.
- Για το λανσάρισμα, προτείνεται δημιουργία μίας σειράς από τηλεοπτικά σποτ:
 - ❑ ένα γενικό σποτ, διάρκειας 35''
 - ❑ επιμέρους υποστηρικτικά σποτ, διάρκειας 35''
- Τα TVC's θα προγραμματίζονται:
 - ❑ ανάλογα με το θεματικό
 - ❑ σε προγράμματα που προσελκύουν ηλικιακές ομάδες με αντίστοιχο ενδιαφέρον σε αυτά
- Συστήνονται φιλοξενίες αρμοδίων σε ενημερωτικές εκπομπές

Ραδιόφωνο

- Το ραδιόφωνο ως Μέσο είναι οικονομικό και αποτελεσματικό.
- Ως συμπληρωματικό Μέσο μίας τηλεοπτικής εκστρατείας, ενισχύει την επικοινωνία και υπενθυμίζει τα μηνύματα με σημαντική συχνότητα.
- Προτείνονται σειρά από διαφημιστικά σποτ διάρκειας μέχρι 35''
- Πέραν των διαφημιστικών μηνυμάτων, μπορούν να ενισχυθεί η παρουσία σε αυτό το Μέσο με:
 - Χορηγίες Εκπομπών
 - Χορηγίες Ενθέτων
 - Αναφορές Παραγωγών
 - Φιλοξενίες Αρμοδίων σε Ενημερωτικές Εκπομπές

Διαδίκτυο

- Το διαδίκτυο ως Μέσο είναι μέρος της καθημερινότητας.
- Θα εξυπηρετήσει ως συμπληρωματικό Μέσο για ενίσχυση των επιμέρους μηνυμάτων της εκστρατείας.
- Παρέχει τη δυνατότητα επιπλέον πληροφόρησης, παραπέμποντας σε ιστότοπο όπου υπάρχει ολοκληρωμένη παρουσίαση των δράσεων / έργων.
- Επιλογές διαφήμισης:
 - Display Ads
 - Native Ads
 - Youtube Ads
 - Google Ads
 - Premium Videos
- Πέραν των διαφημιστικών μηνυμάτων, μπορούν να ενισχυθεί η επικοινωνία με δημοσιεύσεις άρθρων και αποστολές δελτίων τύπου για φιλοξενία.



ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΜΕΣΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

Στόχοι Social Media

Social Media: Στόχοι επικοινωνίας

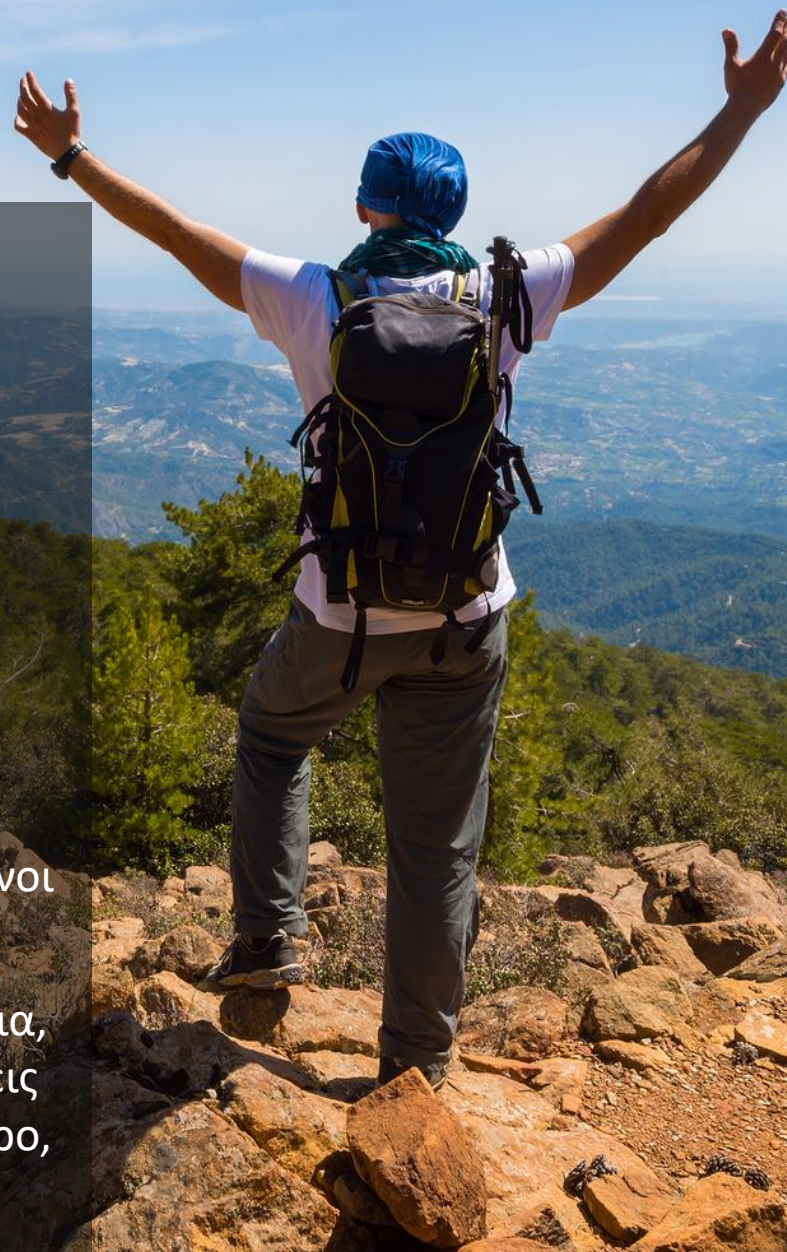
- Να δημιουργήσουμε ενημέρωση για το έργο
- Να δημιουργήσουμε ενδιαφέρον
- Να ενισχύσουμε τον διάλογο και τη συζήτηση μεταξύ του κοινού
- Να αναπτύξουμε σχέσεις, θετικές εικόνες, λόγους για να αγαπήσουμε τη φύση

Πώς θα πετύχουμε τους στόχους μας

1. Δημιουργία ψηφιακής κατεύθυνσης
2. Πλήρης αξιοποίηση των online καναλιών
3. Δημιουργία σταθερής, συνεχούς επικοινωνίας
4. Δημιουργία περιεχομένου με διάφορες τακτικές
5. Παρακολούθηση, αξιολόγηση και βελτιστοποίηση δεδομένων / αποτελεσμάτων

Σε ποιους απευθυνόμαστε

ΚΟΙΝΟ ΣΤΟΧΟΣ:	Όλο το Κυπριακό κοινό
<u>ΒΑΣΙΚΟ ΚΟΙΝΟ:</u>	
Ηλικία:	20+
Φύλο:	Άντρες / Γυναίκες
Χώρος Διαμονής:	Κύπρος
Οικογενειακή Κατάσταση:	Εργένηδες, σε σχέση, αρραβωνιασμένοι, παντρεμένοι
Γλώσσα Επικοινωνίας:	Ελληνικά και Αγγλικά
Ενδιαφέροντα:	Ποιοτικός τρόπος ζωής, ταξίδια, ορειβασία, ποδηλασία, λάτρεις της φύσης, αγαπούν την Κύπρο, σέβονται το περιβάλλον



Σχέδιο Δράσης

1

Na διασφαλίζουμε μία **στρατηγική επικοινωνίας σωστά σχεδιασμένη, με συνέπεια μηνυμάτων** σε όλα τα κανάλια των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης, με σταθερή διαχρονική/ολόχρονη παρουσία.

2

Na σχεδιάζουμε το περιεχόμενο μας βασισμένο σε **προκαθορισμένο μηνιαίο πλάνο**, με τρόπο που να εξασφαλίζουμε **δυνατή παρουσία** σε όλα τα κοινωνικά δίκτυα.

3

Na δημιουργούμε περιεχόμενο με βάση **διαφορετικές κατηγορίες και θέματα** ώστε να προσδίδουμε **αξία στα κοινά μας**, λαμβάνοντας υπόψη συναισθηματικούς δεσμούς και παράγοντες διέγερσης ενδιαφέροντος.

4

Na διατηρούμε **ταυτότητα (brand identity)** μέσα από το περιεχόμενο μας, οπτικά και λεκτικά για να ξεχωρίζουμε και να εξασφαλίζουμε αξιοπιστία μας.

5

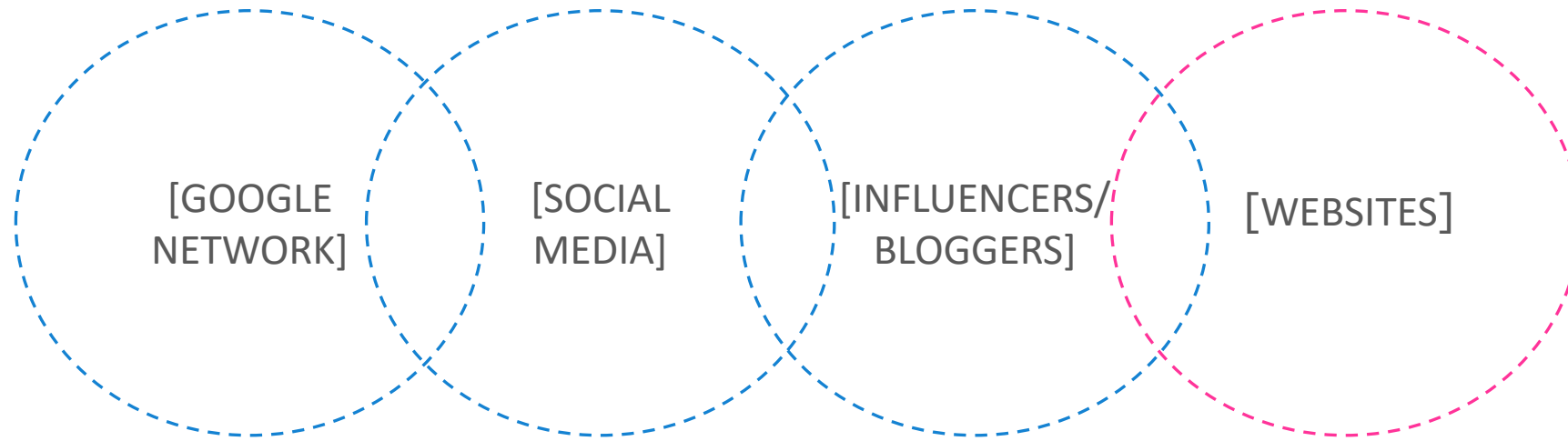
Na δημιουργούμε περιεχόμενο **με βάση ποικιλία παραμέτρων/προσεγγίσεων**, για να πετυχαίνουμε επίτευξη διαφορετικών αποτελεσμάτων.

6

Na έχουμε **πληρωμένες διαφημίσεις** που θα προωθούν αποτελεσματικά το περιεχόμενο που δημιουργούμε και να **παραδίδουν τα μηνύματά μας στο κοινό στο οποίο στοχεύουμε**.

Κανάλια Επικοινωνίας

Κανάλια Επικοινωνίας



GOOGLE NETWORK

Search Ads

- Μέσω των Search Ads θα στοχεύσουμε στην κορυφή των αποτελεσμάτων αναζήτησης στην Google
- Συνολικά 5000 searches γίνονται κάθε μήνα στην Κύπρο που αφορούν τη φύση
- Στόχευση πιθανών ανθρώπων που ψάχνουν να μάθουν περισσότερα για τη φύση της Κύπρου
- Αύξηση επισκεψιμότητας της ιστοσελίδας του project

Σημείωση: Τα search ads θα τρέχουν σε σταθερή βάση για να εξασφαλίσουμε μια διαχρονική παρουσία στις μηχανές αναζήτησης

SOCIAL MEDIA

Facebook / Instagram / Youtube

Facebook/Instagram:

- Εποχιακές εκστρατείες αλλά και συνεχή/μηνιαία επικοινωνία με το κοινό μας
- Σταθερό περιεχόμενο και θεματικές κατηγορίες με βάση τη στρατηγική και τους στόχους μας
- Στοχεύσεις remarketing χρησιμοποιώντας δεδομένα του κοινού μας (mobile/email)
- Ενθάρρυνση συζητήσεων για ευαισθητοποίηση του κοινού

Youtube

- Η 2η μεγαλύτερη μηχανή αναζήτησης
- Φιλοξενία local influencers/YouTubers στο κανάλι μας
- Προώθηση videos για συγκεκριμένες εκστρατείες
- Χαμηλό κόστος / Υψηλά impressions

INFLUENCERS

Micro/Macro & Mega Influencers [celebrities]

Συνεργασία με επιλεγμένους influencers, για την ενίσχυση είτε εποχιακών εκστρατειών, είτε της σταθερής επικοινωνίας μας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Είναι σημαντικό να αξιοποιήσουμε ανθρώπους σημαντικούς που μπορούν να έχουν επιρροή στο ευρύ κοινό

- Εντοπισμός Facebook/Instagram/YouTube influencers που ταιριάζουν με το προφίλ του κοινού μας
- Επιλογή micro/macro influencers [μέχρι 10,000 followers] & 1-2 μεγαλύτερα ονόματα ως Mega Influencers
- Επικοινωνία με τους influencers για πρόταση συνεργασίας
- Παράδοση αναλυτικών στοιχείων, όπως audience demographics, engagement rates, cost
- Ετοιμασία πλάνου κατεύθυνσης & παραδοτέα
- Συνεχής επικοινωνία και συντονισμός
- Αξιολόγηση ενεργειών, συνεργασίας & αποτελεσμάτων
- Δημιουργία μηχανισμού για αξιοποίηση των υφιστάμενων πρεσβευτών του έργου
- Ενθάρρυνση και αξιοποίηση User Generated

Το κόστος αμοιβής θα εξαρτηθεί από τα απαιτούμενα που θα καθοριστούν, το διάστημα υποστήριξης και τις απαιτήσεις χρεώσεων του κάθε influencers.

BLOGGERS

Διαμορφωτές Απόψεων

- Επιλογή ατόμων που διαχειρίζονται blogs με σημαντική ανταπόκριση στο ευρύ κοινό
- Η επιλογή θα πρέπει να γίνει εφόσον καθοριστεί το προφίλ που ιδανικά θα μας εξυπηρετήσουν στην επικοινωνία μας
- Εξυπηρετούν σε επίπεδο γνωστοποίησης, διαμορφώνουν απόψεις και επηρεάζουν
- Ο ρόλος τους είναι για να ενισχύσουν και να υποστηρίξουν τα μηνύματα που θέλουμε να πετύχουμε
- Το κόστος αμοιβής θα εξαρτηθεί από τα απαιτούμενα που θα καθοριστούν, το διάστημα υποστήριξης και τις απαιτήσεις χρεώσεων του κάθε blogger

WEBSITES

Ιστοσελίδες/Landing pages

- Τελικός προορισμός για όλες τις διαδικτυακές μας ενέργειες
- Εξερεύνηση περιεχομένου για ευαισθητοποίηση του κοινού μας
- Παρακολούθηση μέσω analytics και συνεχής βελτίωση

Διαφημιστική Προσέγγιση

Προσέγγιση

Οι καμπάνιες μας θα στηρίζονται στις εποχιακές εκστρατείες και θα ενισχύουν τη συνεχή παρουσία του brand σε όλα τα ψηφιακά Μέσα όπως Facebook, Instagram, Youtube, Google, Twitter.

Μέσα από την επικοινωνία θα γίνεται ενημέρωση, θα προωθούνται οι δράσεις, θα καλλιεργείται το ενδιαφέρον.

Όλες οι ενέργειες θα αποσκοπούν να ευαισθητοποιήσουν, να κινητοποιήσουν και να εμπλέξουν τους πολίτες.

Πλάνο Δράσης

- Δημιουργία Concept & κεντρικού μηνύματος
- Δημιουργία σχεδιαστικών καμπάνιας (social media ads, stories, cover photo κ.α.)
- Set-up διαφημίσεων και στόχευσης (όπως remarketing, custom audiences κ.α.)
- Παρακολούθηση και βελτιστοποίηση της απόδοσης

Άξονες μέτρησης αποτελεσματικότητας

SOCIAL MEDIA

- Impressions / Views
- People reached
- User engagement
- Click through rates
- Social media followers
- Monthly messages
- Website traffic
- Social buzz
- User generated content

Άξονες μέτρησης αποτελεσματικότητας

INFLUENCERS / BLOGGERS

- Το κριτήριο επιλογής είναι με βάση το προφίλ και τα ενδιαφέροντά τους, σε σχέση με τη σχετικότητα των μηνυμάτων που θέλουμε να μεταδώσουμε
- Δείκτης επιλογής αποτελεί ο αριθμός των ατόμων που τους ακολουθούν και ενδεχομένως να επηρεάζονται από τις αναρτήσεις τους
- Η επιλογή γίνεται με γνώμονα την αποδοχή που έχουν στο ευρύ κοινό
- Η μέτρηση της αποτελεσματικότητας τους θα κριθεί με τον βαθμό ανταπόκρισης των ατόμων που τους ακολουθούν σε σχέση με αντιδράσεις και σχόλια



Ευχαριστούμε!