

Специалната връзка между града и мечтата за него

*Адриана Михайлова от Imp-Act Agency
разказва как обединява визии на хора,
общини и компании за по-добра среда*

автор

Анина Сантова | anina.santova@capital.bg

снимки

Надежда Чунева | nadezhda.chipeva@capital.bg

Помните ли светещата костенурка, надвиснала над „Малките пет къшета“ в София миналата зима? Извън обичайния въпрос „Що за коледна украса?!“, вероятно у вас се е прокраднала мисълта за засегнатите застрашените видове в природата? Или онзи фестивал „Реките на града“, който ви показва, че реките могат да са места за срещи и забавления, стига общините да ги изчистят?

Зад всички тези инициативи, макар и „извън кадър“, стои Адриана Михайлова. Тя е човекът, който прави така, че посланието на неправителствени организации, бизнеси или общини да се вмести точно където му е мястото. Буквално - в пространствата на града, и преносно - за да остане в съзнанието на хората мисълта за каузата.

Тя работи с различни страни: било то с частния сектор, НПО, държавните и общински власти, като ги включва в общ процес, така че те да намерят пресечната точка и да си помогнат в постигането на добрия резултат. Той обикновено се изразява в по-

приятни, облагородени и устойчиви градски пространства и проекти за по-добро качество на живот. Тя е не е точно пиар, ами нещо като медиатор между всички страни, които учи как да говорят една с друга, за да сбъдват целите си. Професията ѝ е различна и нова за България, затова е трудно да се определи с една или две думи.

Адриана казва, че се занимава с комуникационни стратегии. През последните 20 години е работила почти всичко, свързано с комуникациите, макар и под различни имена.

„В днешно време всички комуникации, които преди наричахме реклама, маркетинг, PR, социални мрежи, бяха доста пофрагментирани. И сега мисля, че комуникациите са най-добрата възможна дефиниция за това с какво се занимавам, защото обобщава всичко, което може да включва една комуникационна стратегия“, казва Адриана.

Минава през почти всички кариерни стъпала, за да стигне накрая, макар и >>

без много да му мисли, до създаването на собствена комуникационна агенция - Imp-Act Agency. Това е единствената агенция в София (а вероятно и в България), която се занимава с комуникации с кауза, тясно свързани с градската среда. Съществува от сравнително скоро - малко преди трудните ковид времена или от края на 2019 г.

„Това, което е специфично в моята професия, е, че търсим в комуникационните кампании, които измисляме и реализираме, винаги каузата, добавената стойност. Винаги работим за проекти, които по някакъв начин допринасят за градското или устойчиво развитие“, казва Адрияна.



Каузите решават проблеми, но да променяш позитивно нагласите е най-голямото удовлетворение.



Опит, който ще е полезен

Тя тръгва да гради кариера ред по ред. Започва работа още на 19 години в съвсем малка фирма като пиар и маркетингов пиар служител. Едновременно с това учи връзки с обществеността във Факултета по журналистика и масови комуникации на Софийския университет. В съзнанието ѝ се е запечатала една книга, преподавана ѝ тогава - „Как големите компании да бъдат „социално отговорен корпоративен гражданин“. Оттогава се запалва желанието ѝ да се фокусира върху такъв тип комуникации. Адрияна започва да работи в по-голяма агенция, където се занимава с технологични брандове. Най-богатия си опит и контакти натрупва като пиар в екипа на БТК (по-късно позната като „Вивател“ и „Виваком“), където остава седем години. В организацията опознава корпоративните комуникации и работи като корпоративен бранд пиар. Продължава образованието си с магистратура „Реклама и стилове на живот“ в Нов български университет и има специализация в London School Of Public Relations с практически насочен курс.

„Много ми помогна това, че съм се занимава с всички тези пиар дейности, но винаги най-много са ме вълнували проектите, които са свързани с корпоративната социална отговорност, с добавената стойност, която големите брандове могат да създават в обществото“, споделя тя.

Адрияна дава за пример скандинавските брандове като доста по-фокусирани върху една голяма социална мисия. Работи и по проекти, свързани с градското развитие. Тогава разбира, че това е нейната страст и иска да продължи да се развива в тази сфера, тъй като ѝ носи много смисъл. Още докато е във „Виваком“ се занимава с проекти за облагородяване на запустнати градски пространства. Тя вярва, че това ще се търси

Търсени умения за професията

- Писане, умение за добро изразяване в писмена форма
- Любопитство и познания за нагласите в обществото по различни теми
- Аналитични умения
- Комбинативност (да знаеш за коя кауза кои хора можеш да въвлечеш като поддръжници)
- Креативност
- Организационни умения (вкл. бюджетиране, работа с институции)
- Вниманиe към детайла
- Мултимаскинг

много в близко бъдеще: има много брандове, които трябва да отговорят на регламентите за устойчиво развитие и да се учат на социално отговорно поведение - такива са и изискванията на Европейския съюз. И всяка помощ е добра дошла.

Връзката с града

Преоткривайки „градското“ у себе си, Адрияна основава неправителствената организация So Sofia заедно с нейни колеги от рекламния бранш. Идеята им е да създадат съвременно изглеждащи сувенири за спомен от града. Впоследствие So Sofia се надгражда като по-голяма платформа, в която място намират исторически (и не само) разкази за София заедно с нейните символи.

Свързаните с града проекти носят на Адрияна покана, която естествено води към следващата стъпка. Предложението е да стане част от екипа на „Визия за София“, общинската стратегия за дългосрочно развитие на града и крайградските територии. В методологията е заложено включване на всички заинтересовани страни: бизнеси, граждани, изследователи, институции, като работата често е на терен. Адрияна >>

Стартово заплащане:

- 1500 лв. и по-високо при работа в корпорация, агенция

се занимава с комуникациите и се грижи как да се информират и ангажират възможно най-много хора в процеса за бъдещия облик на града. Всичките текстове от дългата над 300 страници „Визия“, анализираща различните аспекти и сектори в града, са минали през нейните ръце.

„Тогава открих колко много липсва комуникацията между различните звена, защото институциите в повечето случаи си комуникират едно, бизнесите си комуникират друго, експертите и НПО-тата - трето“, споделя Адрияна.

Агенция за връзка между каузите

Нарамила този опит, заедно с двама души, с които споделя професионални интереси, тя поставя основите на собствена си агенция, за да реши този проблем. Това се случва в края на 2019 г., без никаква първоначална инвестиция. Единственото, с което разполагат, са спестени средства от продажбите на сувенири през So Sofia - достатъчни, за да си наемат офис.

Това, което отличава пиар агенцията ѝ от всички останали, е, че е специализирана в сферата на градското развитие. А особеният процес е свързан с въвличането и ангажирането на заинтересовани страни с различни общественостнозначими каузи.

Нуждата от това се усеща и от самите „заинтересовани страни“. Клиенти на агенцията ѝ са както институции и общини, така и корпоративни брандове, неправителстве-

ни организации.

„Работим за различни каузи на неправителствени организации, свързани с градско и устойчиво развитие. Подпомагаме ги в процесите, с които те комуникират тези каузи, в които набират средства и партньори. Но най-вече това, което се стремим да правим, е да свързваме каузите с различните заинтересовани страни, било то бизнеси или общини“, споделя Адрияна.

Работата е винаги различна

Към момента екипът на Imp-Act се състои от шестима души, които са „мултифункционални“ - всеки прави всичко в един проект. Адрияна управлява агенцията и се занимава с доста административни задачи, както и със стратегическото планиране на цели кампании.

„Нашата работа е много динамична, много разнообразна. Няма нито един ден, който да е като предишния - винаги е различно. Имаме много срещи, много живо общуване, както и се занимаваме доста с организация“, разказва тя.

Адрияна говори в множествено число. За нея агенцията означава екипът ѝ. Тя самата е от хората, които толкова много обичат работата си, че трудно могат да избягат от нея. Искат още и още, защото знаят, че ги чака нещо интересно.

Идейна е, но няма да ви губи времето, дори напротив - точна е и изпълнителна. Дори в свободното си време предпочита да слуша подкасти, свързани с урбанизъм или култура, или да чете нонфикшън.

Има си причина за тази мотивация: тъй като каузите винаги са свързани с решаването на проблеми, това да промениш нагласата на някого в позитивна посока е най-голямото удовлетворение за нея и екипа ѝ.

Като най-големи предизвикателства в ежедневната си работа тя изброява непред-

видимата обстановка, дигиталната среда и необходимостта от бърза адаптивност.

Използването на AI технологии има важна роля в професията и може да помогне за оптимизация на някои процеси.

„По-скоро съм оптимист, че изкуственият интелект ще оптимизира по-досадната и скучната част от работата и ще ни остави повече свобода да се взираме в креативната и стратегическата част“, споделя Адрияна.

Следващата стъпка, която планира, е свързана с предаването на знания. Обмисля да запише докторантура в областта на комуникациите или публичната администрация, а по-нататък и да преподава.

„Ние сме специализирани в градското развитие. И понеже вярвам, че сме наистина добри в това, което правим, оттук ната-

тък моята цел е да предавам това знание. За момента го предавам на екипа в агенцията, а занапред ми се иска да го предаваме на повече млади хора, защото вярвам, че е нещо, което ще има повече значение в бъдеще и ще бъде търсено“, казва тя.

Действително зад гърба си има редица успешни примери: комуникационната стратегия за Зеления ринг на София (VELOОКОЛОВРЪСТНО), речни пространства, които могат да се възприемат като места за спорт и забавления вместо като градски канали, проектът на „Кауфланд“ в Централните хали, който показва, че не става въпрос само за отваряне на супермаркет, ами и за активизиране на културното наследство, арт рециклатора на „Йетел“ за електронни отпадъци и още много други.

AI ще оптимизира по-досадната и скучната част от работата и ще ни остави повече свобода да се взираме в креативността и стратегиите.

