

За 2017 г. в изпълнение на заложената стратегия БМА си постави цели и задачи в няколко основни направления:

1. Фокусиране на работата на организацията върху успеха на българските музикални артист - изпълнители;
2. Подобряване на имиджа на БМА като съвременна, гъвкава и бързо реагираща организация, разпознаваща и работеща в посока решаване на дългосрочните проблеми на музикалните артисти;
3. Фокусиране на усилията на БМА в по-малко на брой, но по-устойчиви във времето проекти с по-голямо влияние върху работата на музикалните артисти.
4. Създаване на устойчиви процеси в структурата и управлението на взимането на решения в рамките на асоциацията.

В изпълнение на така поставените цели и задачи БМА съсредоточи усилията си в следните направления:

#### **1. БМА публични комуникации**

БМА осъзнава изключително важната роля на публичния си имидж и възможността да го използва като ефективен инструмент за водене на активна политика в полза на членовете си. БМА се разпознава като важен партньор от институции като Министерство на културата, общинските ръководства на големите градове (Столична Община, Варна, Пловдив, Плевен, Шумен, Русе, Стара Загора, Габрово, Благоевград и други), музикалните културни институти в страната и общността на независимите артисти.

Усилията ни през тази година бяха съсредоточени в три посоки:

- Създаване на нова интернет страница на БМА;
- Развиване на фейсбук страницата на БМА;
- Развиване на LinkedIn профила на БМА;

### **Нова интернет страница на БМА**

БМА взе решение за създаване на изцяло нова интернет страница на Асоциацията. Целта и е тя да е основен инструмент за комуникация в рамките както на организацията между членовете ѝ, така и с широката публика. Бе избран изчистен съвременен дизайн с основен фокус върху работеща мобилна версия на сайта, защото статистиките показаха, че 50% от хората, влизащи в сайта на БМА, използват мобилни устройства за достъп.

Създадохме нова, ясно организирана структура на информацията в страницата, позволяваща лесно намиране на представляващото интерес съдържание и насърчаваща прозрачна и открита комуникация. Бяха отстранени вече неподдържани услуги или неактивни партньорства. Информационният фокус на страницата бе изместен върху по-малко на брой, но активно и регулярно разработвани проекти на БМА с видим и измерим резултат.

С цел повишаване на прозрачността възприехме като важна част от разработката на новата страница дигитализирането и публикуването на всички документи от Общите събрания на Асоциацията от основаването ѝ до момента. Запазихме и допълнихме информацията от предходните 2 сайта на организацията, чрез които да може да се проследи извършената дейност от 2013 г. до днес.

**В резултат на работата по този проект имаме многократно увеличен трафик.** Сайтът на БМА се чете от няколко стотин души средно седмично. Значително се увеличи броят на завръщащите се отново на страницата, като се задържа стабилно на около 30% и активно добавяме нови хора, запознаващи се с работата на Асоциацията.

Всички публикации в социалните мрежи задължително насочват вниманието и трафика към интернет страницата на БМА. Нарочно изчакаме с пускането на имейл бюлетин, за да имаме достатъчно качествено съдържание и трафик към сайта, преди да разработваме активно и този канал за комуникация.

#### **Фейсбук страница**

Фейсбук страницата на БМА бележи значителен ръст от началото на активната ни работа и се превърна в един от основните инструменти за привличане на нови привърженици и симпатизанти на работата на организацията.

Възползвайки се от анализа на аудиторията, успешно избираме адекватни моменти за пускане на нови публикации, които достигат до 3000 души на седмична база в основните градове с България.

Стремим се към публикации 2 пъти седмично, свързани с дейността и развитието по проектите на БМА, като статии в проект "Виж музиката!" предварително се преглеждат от компетентни редактори или журналисти, с които си партнираме. Следим за обратната връзка и вниманието на публиката към типа съдържание, което публикуваме, и използваме тази информация, за да подобряваме ангажираността и информираността на аудиторията ни. Целта ни е посланията, които излъчва организацията, да бъдат възприемани и споделяни от максимално