azərişıq
AÇIQ SƏHMDAR CƏMİYYƏTİ

"TƏSDİQ EDİRƏM"
"Azərişıq" ASC-nin Sədri

V. Əhmədov

Bakı şəhəri

"20" Dekabr 2021-ci il

Elektrik təchizatı şəbəkəsinə qoşulma üzrə Kommunikasiya Strategiyası

2022-2025-ci illər üzrə

15 dekabr 2021

Mündəricat

1. Giriş ... 2
2. Sənədin tərkibi ... 2
3. Elektrik təchizatı şəbəkəsinə qoşulma prosesi haqqında məlumat ... 3
3.1. Ümumi məlumat ... 3
3.2. Elektrik təchizatına qoşulma prosesinin təsviri ... 3
4. Kommunikasiya strategiyası ... 5
4.1. Kommunikasiya üzrə məqsədlər ... 5
4.2. Əsas mesajlar ... 9
4.3. Kommunikasiya kanalları ... 9
4.3.1. Rəqəmsal kommunikasiya ... 10
4.3.1.1. Mobil tətbiq ... 10
4.3.1.2. Vebsayt ... 10
4.3.1.3. Sosial şəbəkə ... 11
4.3.1.4. Elektron poçt ... 11
4.3.1.5. Çatbot ... 11
4.3.1.6. Çağrı mərkəzi ... 11
4.3.2. Çöl kommunikasiya kanalları ... 12
4.3.2.1. Çap materialları ... 12
4.3.3. Televiziya və Radio ... 12
4.3.3.1. Peşəkar verilişlər ... 12
4.3.3.2. KİV- kütləvi informasiya vasitələri ... 13
4.3.4. Korporativ tədbirlər ... 13
4.3.4.1. Ticarət palataları və partnyorlar ilə tədbirlər ... 13
4.3.4.2. Brifinqlər ... 13
4.4. Kommunikasiya kanalların monitorinqi və qiymətləndirilməsi ... 13
5. Cəmiyyətin Kommunikasiya Planı ... 16

1. Giriş

“Azərişıq“ Açıq Səhmdar Cəmiyyəti (bundan sonra Cəmiyyət) 10 fevral 2015-ci il tarixində Azərbaycan Respublikasının Prezidentinin Sərəncamı ilə yaradılmışdır. Cəmiyyət Azərbaycan Respublikasının ərazisində (Naxçıvan Muxtar Respublikası istisna olmaqla) keyfiyyətli və dayanıqlı elektrik enerjisi təminatını həyata keçirir.

Cəmiyyətin əsas strateji məqsədi paylayıcı şəbəkənin təkmilləşdirilməsi və qabaqcıl təcrübədən istifadə edərək davamlı inkişafının təmin edilməsi, istehlakçıların dayanıqlı, keyfiyyətli və fasiləsiz elektrik enerjisi ilə təmin olunmasından ibarətdir.

Bu istiqamətdə, Cəmiyyətin inkişaf strategiyasına və uzunmüddətli məqsədlərinə uyğun olaraq, sahibkarlıq subyektlərinin elektrik təchizatı şəbəkəsinə (bundan sonra “ETŞ”) qoşulması üzrə məlumatlılıq və məmnunluq səviyyəsinin, habelə elektron müraciətlərin sayının artırılması, eyni zamanda biznes mühiti ilə əlaqədar beynəlxalq reytinqlərdə Azərbaycanın mövqeyinin daha da yaxşılaşdırılması ilə bağlı 2022-2025-ci illəri əhatə edən Kommunikasiya Strategiyasının və onun icrası üzrə Kommunikasiya Planının hazırlanması qərara alınmışdır.

2. Sənədin tərkibi

Cəmiyyətin Elektrik təchizatı şəbəkəsinə qoşulma üzrə Kommunikasiya Strategiyası maraqlı tərəflərlə əlaqələrin qurulması, internet resurslarının və sosial media hesablarının idarə edilməsi, müsbət imicin formalaşdırılması, Cəmiyyət tərəfindən həyata keçirilən yeniliklər ilə bağlı vətəndaşların maarifləndirilməsi, vətəndaş məmnunluğunun təmin edilməsi, təbliğat işinin effektiv şəkildə aparılması və kommunikasiya fəaliyyətinin strateji planlaşdırılmasını nəzərdə tutur.

Kommunikasiya Strategiyası aşağıda qeyd olunan bölmələrdən ibarətdir:

1. Sahibkarlıq subyektərinin ETŞ-yə qoşulma prosesi haqqında məlumat
    a. Ümumi məlumat
    b. Prosesin təsviri
2. Sahibkarlıq subyektlərinin ETŞ-yə qoşulma üzrə Kommunikasiya Strategiyası
    a. Əsas məqsədlər
    b. Maraqlı tərəflərin müəyyənləşdirilməsi
    c. Kommunikasiya Strategiyası üzrə əsas mesajlar
    d. Kommunikasiya kanallarının müəyyənləşdirilməsi
    e. Kommunikasiya fəaliyyətinin monitorinqi və qiymətləndirilməsi
3. Kommunikasiya Strategiyasının icrası üzrə Kommunikasiya Planı
    a. Maraqlı tərəflər ilə kommunikasiyanın təmin edilməsi üzrə kommunikasiya kanallarını, görüləcək işləri və tezlikləri əks etdirən Kommunikasiya Planı/Matrisi.

3. Elektrik təchizatı şəbəkəsinə qoşulma prosesi haqqında məlumat

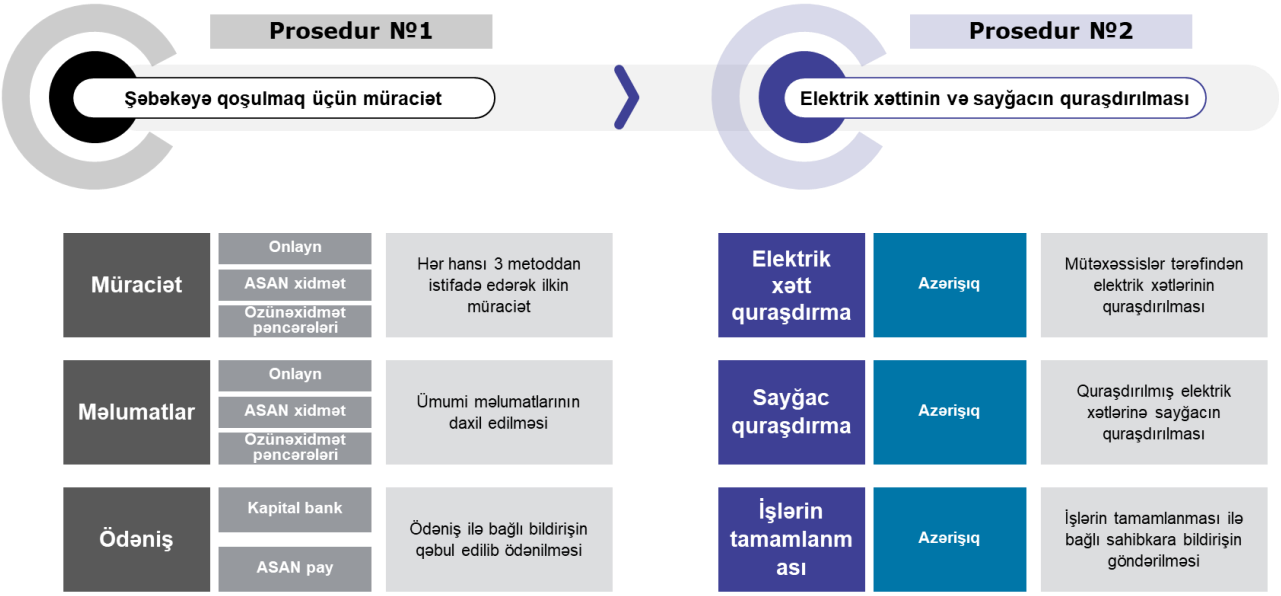
3.1. Ümumi məlumat

İstehlakçıların tikinti obyektlərinin enerji təchizatı şəbəkəsinə qoşulması Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2013-cü il 27 avqust tarixli 234 nömrəli qərarı ilə təsdiq edilmiş “İstehlakçıların elektrik enerjisi (gücü) alması üçün texniki şərtlərin verilməsi və enerji təchizatı şəbəkəsinə qoşulması Qaydaları” ilə tənzimlənir.

Sahibkarların tələb olunan gücü 150 kVt-a qədər (150 kVt da daxil olmaqla, mövcud 0,4 kV-luq şəbəkədən) olan mövcud və ya inşa ediləcək tikinti obyektlərinin enerji təchizatı şəbəkəsinə qoşulması qaydaları və onlara dair tələblər Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2017-ci il 4 aprel tarixli 1313 nömrəli Fərmanı ilə təsdiq edilmiş “Sahibkarların tələb olunan gücü 150 kVt-a qədər (150 kVt da daxil olmaqla mövcud 0,4 kV-luq şəbəkədən) olan mövcud və ya inşa ediləcək tikinti obyektlərinin elektrik enerjisi (gücü) alması üçün texniki şərtlərin, layihə sənədlərinin hazırlanması və verilməsi, habelə enerji təchizatı şəbəkəsinə qoşulması Qaydası” ilə müəyyən edilir.

3.2. Elektrik təchizatına qoşulma prosesinin təsviri

Sahibkarlarıq subyektlərinin ETŞ-yə qoşulması iki prosedurdan ibarətdir:



Şəkil №1

1. Elektrik təchizat şəbəkəsinə qoşulmaq üçün müraciət edilməsi
2. Elektrik şəbəkənin və sayğacın quraşdırılması

Qeyri-əhali istehlakçı tələb olunan gücü 150 kVt-a qədər (150 kVt da daxil olmaqla mövcud 0,4 kV-luq şəbəkədən) olan mövcud və ya inşa ediləcək tikinti obyektlərinin elektrik enerjisi (gücü) alması üçün texniki şərtlərin, layihə sənədlərinin hazırlanması və verilməsi, habelə enerji təchizatı şəbəkəsinə qoşulması ilə bağlı aşağıdakı üç üsuldan istifadə edərək müraciət edə bilər:

1. Onlayn - EMİOS (Elektron müraciətlərin idarə olunması sistemi) vasitəsi ilə müraciət edərək.
2. ASAN Kommunal mərkəzlərinə və KOB evlərinə müraciət edərək. ASAN Kommunal mərkəzi yaradılmayan regionlarda, ASAN xidmət mərkəzlərinə yaxınlaşaraq.
3. ASAN Kommunal və ASAN xidmət mərkəzlərində yerləşdirilmiş özünə xidmət pəncərələrindən istifadə edərək.

Qoşulma üçün tələb olunan sənədlər ASAN xidmətin veb saytında, Qeyri-əhali abonentlərinin enerji təchizat şəbəkəsinə qoşulması üçün zəruri olan sənədlərin siyahısında əks olunmuşdur.

Sahibkarlar qeyd edilmiş müraciət metodlarından istifadə edərək Qeyri-əhali abonentlərinin enerji təchizatı şəbəkəsinə qoşulması üçün tələb olunan sənədləri və məlumatları təqdim/daxil etməlidir.

Enerji təchizatı şəbəkəsinə qoşulma ilə bağlı işlərin həyata keçirilməsinə nəzarət etmək məqsədilə Azərbaycan Respublikası Prezidentinin 2017-ci il 4 aprel tarixli 1313 nömrəli Fərmanı ilə Texniki Şura yaradılmışdır. Texniki Şura üzvləri tərəfindən ETŞ-yə qoşulma üzrə daxil olan müraciətlərə elektron qaydada rəy bildirilir.

Müraciət tamamlandıqda təqdim edilmiş məlumatların və tələb olunan sənədlərin qəbul edilməsi barədə müraciət edən sahibkara bildiriş göndərilir və elektrik təchizat şəbəkəsinə qoşulma haqqının məbləği təqdim olunur.

“Sahibkarların tikinti obyektlərinin elektrik təchizat şəbəkəsinə qoşulma haqqının məbləği Azərbaycan Respublikası Nazirlər Kabinetinin 2018-ci il 27 aprel tarixli 180 nömrəli qərarı ilə təsdiq edilmiş “Tikinti obyektlərinin enerji təchizatı şəbəkəsinə qoşulmasına görə qoşulma haqqı məbləği” ilə müəyyən olunur. Qoşulma haqqının məbləği aşağıdakı amillərdən asılı olaraq dəyişə bilir:

- Sahibkar tərəfindən tələb olunan güc və faza;
- Obyektin təyinatı;
- Qoşulma müddəti.

Sahibkar elektrik təchizat şəbəkəsinə qoşulma haqqını “ASAN pay” portalı vasitəsi ilə rahat və elektron şəkildə ödəniş edə bilir. Bundan əlavə, ödənişlər banklar vasitəsi ilə də rahat həyata keçirilə bilər.

Ödəniş tamamlandıqdan sonra elektrik qoşulma xətti və sayğac quraşdırılaraq işlər yekunlaşdırılır. Elektrik təchizat şəbəkəsinə qoşulma və sayğacın quraşdırma işləri tamamlandıqdan sonra sahibkara bildiriş (Mobil nömrə, E-mail və s.) göndərilir.

İstehlakçıya verilmiş elektrik enerjisinin dəyəri sayğacların göstəricilərinə əsasən hər ay hesablanır və istehlakçıya məlumat təqdim olunur.

4. Kommunikasiya strategiyası

Kommunikasiya fəaliyyəti müəyyənləşdirilmiş məqsədlər əsasında formalaşdırılmalı və kommunikasiya üzrə effektivliyi artırmaq üçüm maraqlı tərəflər ilə əlaqələr strateji və hədəflənmiş şəkildə idarə edilməlidir. Bu istiqamət üzrə birinci mərhələ kommunikasiya strategiyasının tərtib edilməsi, əsas məqsədlərin, mesajların və maraqlı tərəflərin müəyyənləşdirilməsidir. İkinci mərhələ isə strategiyanın icrası, kommunikasiya kanallarının və fəaliyyətin planlaşdırılmasıdır.

Elektrik təchizatı şəbəkəsinə qoşulma üzrə Kommunikasiya Strategiyası ETŞ-yə qoşulma ilə bağlı maraqlı tərəflərlə əlaqələrin idarə edilməsi, onların maarifləndirilməsi və məlumatlandırılması üzrə Cəmiyyətin yanaşmasını təmin edir. Kommunikasiya Strategiyası sahibkarlıq subyektləri ilə effektiv, davamlı, əhatəli və strukturlu kommunikasiyanın təmin edilməsi məqsədi ilə Azərbaycan Respublikasının qanunvericiliyi və müvafiq qabaqcıl təcrübə nəzərə alınaraq hazırlanmışdır.

4.1. Kommunikasiya üzrə məqsədlər

Kommunikasiya üzrə əsas ümumi məqsədlər sahibkarlıq subyektlərinin ETŞ-yə qoşulması ilə bağlı məlumatlılıq və məmnunluq səviyyəsinin artırılması yolu ilə Azərbaycan Respublikasında biznes mühitinin təkmilləşdirilməsi və onun beynəlxalq biznes reytinqlərində mövqeyinin irəli çəkilməsidir.

Cəmiyyətin kommunikasiya fəaliyyəti üzrə spesifik məqsədləri aşağıda qeyd olunmuşdur:

- ETŞ-yə qoşulma üzrə daxil olan elektron müraciətlərinin sayının əhəmiyyətli şəkildə artırılması;

- ETŞ-yə qoşulma üzrə sahibkarlıq subyektlərinin maarifləndirilməsi və prosesin sadəliyi ilə bağlı onların məlumatlandırılması;
- ETŞ-yə qoşulma prosesi zamanı sahibkarlarla fiziki ünsiyyətlərin minimuma endirilməsi və şəffaflığın artırılması;
- ETŞ-yə qoşulma üzrə müddətin azaldılması;
- Peşəkarlığın daha da artırılması və daha yüksək standartlara cavab verilməsi;
- Cəmiyyətin ümumi ictimaiyyətdə müsbət imicinin formalaşdırılması;
- ETŞ-yə qoşulma ilə bağlı aidiyyəti maraqlı tərəflərin aydın şəkildə müəyyənləşdirilməsi və onların qruplaşdırılması;
- Aidiyyəti maraqlı tərəflərdən Cəmiyyətin fəaliyyəti ilə bağlı rəylərin toplanması və məmnunluq səviyyəsinin aydınlaşdırılması.

4.1. Maraqlı tərəflər

Kommunikasiya fəaliyyətində effektivliyin təmin edilməsi üçün maraqlı tərəflər və hədəf kütləsinin düzgün müəyyənləşdirilməsi, habelə onların analizi zəruri addımlardan biridir. Bununla əlaqədar əsas məqsədlər aşağıda göstərilmişdi:

- ETŞ-yə qoşulmanın bilavasitə və ya dolayı yolla təsir edəcəyi və bu istiqamətdə marağı olan sahibkarlıq subyektlərinin müəyyənləşdirilməsi;
- Müəyyənləşdirilmiş maraqlı tərəflər üzrə ehtiyacların və gözləntilərin başa düşülməsi.

Maraqlı tərəflərin müəyyənləşdirilməsi və onların analizi fərqli hədəf kütlələrinin gözləntilərinin, maraqlarının və tələblərinin effektiv şəkildə qarşılanmasına, habelə səmərəliliyin və sahibkarların məmnunluq səviyyəsinin artırılmasına şərait yaradacaqdır.

№	Maraqlı tərəflər	Təsir dərəcəsi
Dövlət qurumları		
1	Azərbaycan Respublikasının Biznes Mühiti və Beynəlxalq Reytinqlər üzrə Komissiyası	Azərbaycan Respublikasının Biznes Mühiti və Beynəlxalq Reytinqlər üzrə Komissiyasının əsas məqsədi Ölkədə effektiv biznes mühitinin formalaşdırmaq və beynəlxalq reytinqlərdə onun mövqeyini yüksəltməkdir. ETŞ-yə qoşulmada sahibkarların məlumatlılıq və məmnunluq səviyyəsinin artırılması Komissiyanın məqsədlərinə nail olmaq üçün əhəmiyyətli rol oynaya bilər. Komissiyanın strukturunda “Elektrik Təchizatı Şəbəkəsinə Qoşulma” İşçi Qrupu fəaliyyət göstərir və bu sahənin təkmilləşdirilməsində maraqlı tərəfdir.

2	Azərbaycan Respublikası Energetika Nazirliyi	Azərbaycan Respublikasının Energetika Nazirliyi energetika sahəsində dövlət siyasətini və tənzimlənməsini həyata keçirən mərkəzi icra hakimiyyəti orqanı olaraq ETŞ-yə qoşulma üzrə məlumatlılıq və məmnunluq səviyyəsinin artırılmasında maraqlı olan əsas tərəflərdən biridir.
3	ASAN Xidmət və ASAN Kommunal	Sahibkarlıq subyektləri tərəfindən ETŞ-yə qoşulma üzrə müraciətlərin böyük bir qismi ASAN Xidmət və ASAN Kommunal mərkəzləri vasitəsilə həyata keçirilir. Bu səbəbdən, ETŞ-yə qoşulma üzrə maraqlı tərəf hesab edilir.
4	Azərbaycan Respublikasının Kiçik və Orta Biznesin İnkişafı Agentliyi	Agentlik ölkədə kiçik və orta biznesin inkişafını dəstəkləyən, KOB subyektlərinə bir sıra xidmətlər göstərən, dövlət orqanlarının bu sahədə xidmətlərinin əlaqələndirilməsini və tənzimlənməsini həyata keçirən publik hüquqi şəxsdir və İqtisadiyyat Nazirliyinin tabeliyində fəaliyyət göstərir. Bundan əlavə, Agentliyin kiçik və orta biznes evləri (KOB) tərəfindən ETŞ ilə bağlı müraciətlər qəbul oluna bilər.

Beynəlxalq reytinq agentlikləri və ticarət palatalar		
5	Beynəlxalq reytinq agentlikləri	Beynəlxalq təşkilatlar tərəfindən aparılan biznes mühiti ilə bağlı qiymətləndirmələrin böyük bir qismində ETŞ-yə qoşulma əsas amillərdən biri kimi dəyərləndirilir. ETŞ-yə qoşulmanın qiymətləndirilməsi məqsədilə reytinq təşkilatlarının əksəriyyəti tərəfindən sahibkarlıq subyektlərinin məmnunluğu, prosesin şəffaflığı, prosedurların sayı, sadəliyi, büdcə, habelə, qoşulma üzrə müddət əsas götürülə bilir.
6	Ticarət palataları və digər özəl təşkilatlar	Ticarət palataları və digər aidiyyəti özəl təşkilatlar Azərbaycanda fəaliyyət göstərən yerli və xarici müəssisələrin maraqlarını dəstəkləyən və biznes mühitinin təkmilləşdirilməsi üzrə işlər həyata keçirən maraqlı tərəflərdir. Bu səbəbdən, ETŞ-yə qoşulma üzrə kommunikasiyanın təkmilləşdirilməsi istiqamətdə maraqlı tərəf qismində nəzərdə tutulurlar.
Ümumi ictimaiyyət və sahibkarlıq subyektləri		
7	Ümumi ictimaiyyət və potensial sahibkarlar	ETŞ-yə qoşulmanın ümumi ictimaiyyət üçün kritikliyini və ictimaiyyətin nümayəndələrinin mövcud və ya potensial sahibkar ola biləcəyini nəzərə alaraq, Cəmiyyətin fəaliyyəti və ETŞ-yə qoşulmada əsas maraqlı tərəflərdən biri ümumi ictimaiyyət hesab edilə bilər. Ümumi ictimaiyyətin potensial sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul ola biləcək vətəndaşları üzrə ETŞ-yə qoşulmanın əlçatan, sadə və şəffaf olması, habelə, onların məmnunluğu əsas məqsədlərdən biridir.
8	Mövcud sahibkarlar	Sahibkarlıq fəaliyyəti ilə məşğul olan vətəndaşların mövcud fəaliyyətini və gələcək planlarını/layihələrini nəzərə alaraq 150 kVt-a qədər elektrik enerjisi almaq üçün əsas maraqlı tərəflərdən biri hesab oluna bilər. Sahibkarların ETŞ-yə qoşulması üzrə məmnunluğunun daha da artırılması Kommunikasiya Strategiyasının əsas məqsədlərindən biridir.

4.2. Əsas mesajlar

Kommunikasiya Strategiyasının məqsədlərinə nail olmaq üçün əsas addımlardan biri maraqlı tərəflərin tələblərinə cavab vermək məqsədilə əsas mesajlar müəyyənləşdirilməsidir. Cəmiyyət öz əsas mesajını aşağıda qeyd olunmuş şəkildə formalaşdırmışdır:

“Sahibkarlarla tərəfdaşlıq və onların məmnunluğu “Azərişiq” ASC üçün prioritet istiqamətdir”

Cəmiyyət öz kommunikasiya fəaliyyətinin təşkilində qeyd olunan mesajı əsas götürərək, onun maraqlı tərəflərə effektiv şəkildə çatdırılması üçün uyğun kommunikasiya kanallarını tətbiq edəcəkdir. Bundan əlavə, ETŞ-yə qoşulma üzrə əsas məlumatların hədəf kütləsinə çatdırılması üçün əlavə mesajlardan istifadə ediləcəkdir:

1. “Elektrik təchizatı şəbəkəsinə qoşulmaq üçün elektron qaydada müraciət edə bilərsiniz”
2. “Elektrik təchizatı şəbəkəsinə qoşulmaq üçün müxtəlif üsullardan istifadə edə bilərsiniz”
3. “Elektrik təchizatı şəbəkəsinə qoşulma bütün sahibkarlıq subyektləri üçün əlçatan, asan, sürətli və şəffafdır”
4. “Elektrik təchizatı şəbəkəsinə qoşulma iki prosedurdan ibarət sadə bir prosesdir”
5. ”Azərişıq” ASC - sizin rahatlığınızın təminatçısıdır”
6. “Elektrik enerjisinin məişətimizdə rolu əvəzsizdir”
7. “Elektrik enerjisi ilə ehtiyatla davranın”
8. “Elektrik enerjisinin haqqının vaxtında ödənilməsi Sizin gələcək rahatlığınızın rəhnidir”
9. “Müəssisənizin fasiləsiz işinin təmin olunması üçün elektrik enerjisinin dəyərini vaxtında ödəyin”
10. “Elektrik enerjisindən səmərəli istifadə edin”
11. “İnovasiya və müasirlik başlıca hədəflərimizdən biridir”
12. “Çağrı Mərkəzinə bütün kanallardan daxil olan şikayət və müraciətləri dərhal araşdıraraq icra etmək, abonentə yüksək səviyyədə xidmət göstərmək əsas vəzifə səlahiyyətimizdir”

Əlavə mesajlar hər hədəf kütlənin tələb və ehtiyaclarına görə spesifik şəkildə formalaşdırıla bilər. Burada əsas məqsəd onlara lazım olan məlumatların effektiv şəkildə ötürülməsidir.

4.3. Kommunikasiya kanalları

Kommunikasiya kanalları məhsul və ya xidmət haqqında maraqlı tərəflərə məlumat çatdırmaq üçün istifadə edilən hər hansı üsul və ya platforma kimi istifadə oluna bilər. Kommunikasiya üzrə məsul şəxs və struktur bölmələrinin vəzifə bölgüləri aydın şəkildə müəyyənləşdirilməlidir.

Kommunikasiya kanalları Cəmiyyət haqqında məlumatlılığı artırmağa və hər bir hədəf auditoriyası ilə səmərəli əlaqələr qurmaq, həmçinin əlaqələri gücləndirmək məqsədi daşıyır.

Cəmiyyət və maraqlı tərəflər arasında kommunikasiya yaratmaq üçün aşağıda qeyd olunan dörd qrup kommunikasiya kanalından istifadə olunması nəzərdə tutulmuşdur. Hər qrup kommunikasiya kanalının tərkibində müxtəlif kommunikasiya kanalları mövcuddur.

- Rəqəmsal kommunikasiya
- Çöl kommunikasiya kanalları
- Korporativ tədbirlər
- Televiziya və radio

4.3.1. Rəqəmsal kommunikasiya

Rəqəmsal kommunikasiya kanallarına istehlakçıları və digər maraqlı tərəfləri xəbərdar etməyə, habelə hədəf auditoriyasının diqqətini göstərilən xidmətlərə və yeniliklərə cəlb etməyə imkan verən aşağıdakılar kanallar daxildir:

- Mobil tətbiq
- Vebsayt
- Sosial şəbəkə
- E-poçt
- Çatbot
- Çağrı mərkəzi

4.3.1.1. Mobil tətbiq

Mobil tətbiq yeni məhsullar və xidmətlər haqqında məlumatları maraqlı tərəflərə çatdırmaq üçün əlverişli kommunikasiya kanalıdır. İstifadəçilər onun vasitəsi ilə təklif olunan xidmətlərdən sürətli şəkildə istifadə edə və müvafiq işləri yerinə yetirə bilərlər. Mobil tətbiq vasitəsilə sorğular və analizlər apararaq işlərin keyfiyyətinə, müştəri məlumatlılığına və məmnunluğuna nəzarət etmək olar. Bundan əlavə, "Azərişıq mobil əlavəsi” istifadəçiləri smart-kart balanslarını smartfonlar vasitəsilə artırmaq imkanı yaradır.

4.3.1.2. Vebsayt

Cəmiyyət haqqında məlumatların ümumi ictimaiyyətə çatdırılması, xidmətlər və məhsullar, habelə, dəyişikliklər barədə maraqlı tərəflərin məlumatlandırılması üçün vebsayt əhəmiyyətli kanallardan biri hesab olunur. Veb sayt (veb səhifə) tez-tez yeniləmələrə ehtiyacı olmayan Cəmiyyət və istehlakçılara göstərilən xidmətlər haqqında əsas məlumatları təqdim etmək məqsədilə istifadə olunan kommunikasiya kanalıdır. Veb saytdan istifadə edərək maraqlı tərəflər aşağıda qeyd olunan məlumatları əldə edə bilərlər:

- Cəmiyyət haqqında ümumi məlumatlar
- Göstərilən xidmətlər haqqında detallı məlumat
- Maliyyə hesabatları
- Cəmiyyətin fəaliyyətini tənzimləyən qanunvericilik aktları haqqında məlumat
- Enerji təchizatı və satış idarələri (RETSİ) haqqında məlumat

- Əlaqə və müraciət üsulları
- Xəbərlər və yeniliklər
- Tez-tez verilən suallar

4.3.1.3. Sosial şəbəkə

Sosial şəbəkələr müxtəlif maraqlı tərəflərə və ümumi ictimaiyyətə məlumatların çatdırılması üçün əlverişli bir platformadır. Sosial media maraqlı tərəflərə məlumatları mətn, audio, şəkil, animasiya, video, infoqrafika və digər interaktiv formatlarda çatdırmaq imkanı yaradır. Sosial şəbəkələrə daxil olan şikayətlər araşdırılıb, həll olunması üçün “Şikayət və müraciətlərin araşdırılması” bölməsinə göndərilir. “Azərişıq” ASC ilə bağlı sosial şəbəkələrdə yayılan bütün məlumatlar gücləndirilmiş şəkildə izlənilir və cavablandırılır. Cəmiyyət aşağıda qeyd olunan sosial şəbəkələr vasitəsilə öz maraqlı tərəfləri ilə əlaqələr qurur:

- Facebook
- Instagram
- Twitter
- LinkedIn
- Youtube
- WhatsApp

4.3.1.4. Elektron poçt

Elektron poçt (E-poçt) kommunikasiya kanalı məlumatların paylaşılması və maraqlı tərəflərlə əlaqələri genişləndirmək üçün istifadə olunur. E-poçt vasitəsilə kütləvi və fərdi şəkildə maraqlı tərəflərlə qarşılıqlı kommunikasiyanı təmin etmək və istehlakçılara elanlar, yeni buraxılışlar, göstərilən xidmətlər haqqında məlumatlar və dəyişikliklər barədə bildirişlər göndərmək mümkündür. Bundan əlavə, bu kommunikasiya kanalı ilə maraqlı tərəflərdən rəy və təkliflər toplanıla bilər.

4.3.1.5. Çatbot

Çatbotlar müəssisələrə istifadəçilərlə təkmilləşdirilmiş qarşılıqlı əlaqə vasitəsi olaraq istifadə olunur. Müştəri biznes platformaya daxıl olduqda, istər sosial şəbəkə messencerində, istərsə də veb-saytda, çatbot istehlakçılarla əlaqə qurur və tələblərin qarşılaması üçün həll yollarını və məsləhətlərini təqdim edir.

4.3.1.6. Çağrı mərkəzi

Çağrı mərkəzi kommunikasiya kanalı maraqlı tərəflər üçün Cəmiyyət ilə birbaşa əlaqə saxlamaq və lazımi məlumatların əldə olunması imkanı yaradır. Bundan əlavə, maraqlı tərəflərin tələblərinin qarşılanması, şikayətlərinin araşdırılması və onlar ilə bağlı məsləhətlərin verilməsi çağrı mərkəzi vasitəsi ilə həyata keçirilir. Qaynar xətt istehlakçıların və digər maraqlı tərəflərin məmnunluğunun artırılması və qiymətləndirilməsi məqsədilə istifadə oluna bilər.

Qəza sorğuları ilə bağlı müraciət daxil olduqda Çağrı mərkəzi qəza yerini mobil operator və abunə kodu vasitəsilə xəritədə təyin edərək sistemə siqnal ötürür. Vahid platforma üzərindən elektrik təchizatında fasilə yaranmış ərazi SCADA sistemi vasitəsilə alternativ mənbədən 1 neçə saniyə ərzində elektrik enerjisi ilə təmin edilir. Paralel olaraq Elektrik Şəbəkə tərəfindən qəza yerinə briqada yönləndirilir. Beləliklə, Çağrı mərkəzi, SCADA sistemi və Elektrik Şəbəkə inteqrasiya olunmuş Vahid Platforma və Xəritə üzərindən daxil olmuş müraciətlərin icrasını paralel şəkildə həyata keçirir

4.3.2. Çöl kommunikasiya kanalları

Çöl reklamı, istehlakçılarla və digər maraqlı tərəflərlə ev və iş yerlərindən kənarda olduqları halda əlaqə yaratmaq və ünsiyyət qurmaq üçün istifadə edilən kommunikasiya kanalıdır.

“Outdoor” kommunikasiya kanalı reklamın və məlumat mesajının təkrarlanması səbəbindən potensial və mövcud maraqlı tərəflər ilə çoxsaylı ünsiyyətin tətbiqini təşkil edir. Bundan əlavə, sahibkarların çoxluq təşkil etdiyi yerlərdə çöl reklamlarından istifadə effektiv üsul hesab edilir.

Çöl kommunikasiya kanallarına reklam lövhələri, tranzit nəqliyyat vasitələri və digər növ açıq hava nişanları aiddir. Maraqlı tərəflərə bu kommunikasiya kanalının vasitəsilə ETŞ-yə qoşulma və digər mövzular üzrə məlumat çatdırıla bilər.

4.3.2.1. Çap materialları

Çap reklamı geniş miqyaslı müştərilərlə ünsiyyət qurmaq üçün fiziki çap mediasından istifadə edən kommunikasiya kanalıdır. Materiallar müxtəlif növ nəşrlərdə çap olunur. Çap reklamı müəssisənin və göstərilən xidmətlərin müxtəlif formatlarda maraqlı tərəflərə nümayiş etdirməyə imkan verir. Çap reklamı kimi istifadə olunan əsas alətlərə aşağıdakılar daxildir:

- Qəzetlər
- Jurnallar
- Broşürlər
- Flayerlər
- Hesabatlar –Dayanıqlı inkişaf haqqında hesabat, illik hesabatlar və digər aidiyyəti sənədlər.

4.3.3. Televiziya və Radio

Televiziya və radio kanallardan istifadə edərək qısa vaxt çərçivəsində maksimum sayda maraqlı tərəflərin kommunikasiyaya cəlb edilməsi nəzərdə tutulur. Əlavə olaraq, seqmentləşdirilmiş TV vasitəsi ilə coğrafi olaraq auditoriyanı hədəfləmək mümkündür.

4.3.3.1. Peşəkar verilişlər

Sahibkarlara ünvanlanmış televiziya və radio verilişləri ETŞ-yə qoşulma və Cəmiyyətin fəaliyyəti barədə maraqlı tərəflərə məlumat verməyə və bu sahədə müzakirələr aparmağa şərait yaradır. Bundan əlavə, ETŞ-yə qoşulma ilə bağlı hər-hansı bir dəyişiklik və ya yeniliklər barədə məlumat bu cür verilişlər vasitəsilə sahibkarlara çatdırıla bilər.

4.3.3.2. KİV- kütləvi informasiya vasitələri

Kütləvi informasiya vasitələrinin köməyi ilə maraqlı tərəflər qısa bir zamanda baş verən yeniliklər və dəyişikliklər haqqında məlumat ala bilərlər. Kütləvi informasiya vasitələri özündə əsasən qəzetləri, jurnalları, radio və televiziyanı cəmləşdirir.

4.3.4. Korporativ tədbirlər

Korporativ tədbirlər kommunikasiyanın xüsusi ünsiyyət vasitəsidir. Korporativ tədbirlər hədəf auditoriyanın birbaşa cəlb edilməsinə əsaslanır və müəyyən bir xidmət ilə əlaqədar müsbət münasibət təsiri göstərir.

Korporativ tədbirlər kommunikasiya kanalı kimi istifadə edildikdə, Cəmiyyətin hədəf auditoriyasına konkret müraciətlərin və mesajların çatdırılması üzrə tədbirlər keçirilir. Auditoriya ilə ünsiyyət qurmaq üçün müvafiq mətbuat konfransları, açılışlar, tədbirlər, brifinqlər və s. təşkil olunur.

4.3.4.1. Ticarət palataları və partnyorlar ilə tədbirlər

Ticarət palataları və partnyorlar ilə birgə tədbirlərin təşkili və ya onlar tərəfindən təşkil olunan tədbirlərdə iştirak maraqlı tərəflər ilə birbaşa əlaqələrin qurulmasına, Cəmiyyət haqqında məlumatların verilməsinə və onun peşəkar şəkildə tanıdılması üçün əlverişli şərait yarada bilər. Bu cür tədbirlərdə müxtəlif sahələrin müxtəlif müəssisələri, rəhbər şəxsləri və əməkdaşları iştirak edir. Bu səbəbdən, Cəmiyyətin qeyd olunan tədbirlərdə effektiv şəkildə təmsil olunması və təqdimatların həyata keçirilməsi önəmli kommunikasiya kanallarından biridir.

4.3.4.2. Brifinqlər

Brifinq kommunikasiya kanalları Cəmiyyətin rəhbərliyi və səlahiyyətli şəxslərin iştirakı ilə ETŞ-yə qoşulma ilə bağlı kütləvi informasiya vasitələrinə və media qurumlarının nümayəndələrinə əsas məlumatların və yeniliklərin çatdırılmasını əhatə edir. Brifinq zamanı iştirakçıların sualları Cəmiyyətin nümayəndələri tərəfindən cavablandırıla bilər.

4.4. Kommunikasiya kanalların monitorinqi və qiymətləndirilməsi

Kommunikasiya Strategiyasının uğurlu icrası üçün əsas şərtlərdən biri onun icrasının monitorinqi və qiymətləndirilməsinin effektiv şəkildə təşkil edilməsidir. Bu istiqamətdə, Cəmiyyətin istifadə etdiyi kommunikasiya kanallarının və bununla bağlı istifadə olunan resursların səmərəliyinin qiymətləndirilməsi əsas məsələlərdən biridir. Müştəri məmnunluğunu və Cəmiyyətin tanınma səviyyəsini qeyd olunan əsas fəaliyyət göstəricilərdən istifadə edərək qiymətləndirmək olar: Dönüşüm nisbəti (“conversion rate”), səhifələrə baxış (“page views”), xalis təşviqat balı (“net promoter score”) və sessiyanın orta müddəti (“session rate”). Cəmiyyətin tətbiq etdiyi kommunikasiya kanalları üzrə aşağıda qeyd olunan qiymətləndirmə alətləri istifadə oluna bilər:

№	Kommunikasiya kanalı	Qiymətləndirmə alətləri
1	**Sosial şəbəkələr**	Sosial şəbəkələrdən istifadə zamanı effektivliyin qiymətləndirilməsi məqsədilə Facebook, Twitter, Instagram, Linkedin, Youtube kimi sosial şəbəkələrdə analitik alətlərdən istifadə edilir. Sosial şəbəkədə paylaşım etdikdə, kliklərin, laykların, rəylərin, repostların, baxışların, yükləmələrin və s. göstəricilərini təhlil etmək imkanı yaradır. Bundan əlavə, səhifənin ümumi vəziyyətini, izləyici kütləsinin və ümumi trendin artım və ya azalma göstəricilərini əldə etmək olur. Sosial şəbəkələrdə istifadə olunan analitik alətlərinin birləşməsi, sosial şəbəkələrdə performansının 360º görünüşünü əldə etməyə kömək edir.
2	**Televiziya & Radio**	Yayım media şirkətləri öz çıxışlarının tamaşaçıların tanınmasını ölçmək üçün KPI-lərdən istifadə edirlər. Media şirkətləri bu tarazlığı qoruyur və auditoriyaya çatma, məşğulluq və izləyicilik üçün KPI daxil olmaqla, orta performansa nəzarət və hesabat verməklə əhatə dairəsini maksimuma çatdırır. Televiziya və Radio yayımlarından sonra, vebsaytda, sosial şəbəkə səhifələrində və mobil tətbiqdə brendin tanınma səviyyəsinin artmasına nə dərəcə təsir etdiyini təhlil edərək qiymətləndirmək olar.
3	**Veb sayt**	“Google analytics” alətləri maraqlı tərəflərin cəlb olunması üzrə aşağıdakı göstəricilərini təhlil etmək imkanı yaradır: Veb səhifəyə baxış sayının və səhifəyə baxış müddətinin göstəricilərini analitika aləti vasitəsilə əldə etmək olar. Müəyyən bir müddət ərzində vebsaytınıza giriş sayını göstərən səhifə baxışları ilə yanaşı, səhifəyə baxış təhlili vebsaytda baş tutduğu dəyişikliklərinin (yeni paylaşım, xəbərlər, elanlar və ya digər dəyişikliklər və s.) effekti gözlənildiyi kimi olub olmadığını təhlil etmək üçün də istifadə edilə bilər. Beləliklə, elektrik şəbəkəyə qoşulma üçün sahibkarlar tərəfindən daxil olan müraciətlərin sayını və müraciət zamanı istifadə edilən sistemin effektivliyini və rahatlığını qiymətləndirmək imkanı yaradır.
4	**Mobil tətbiq**	Mobil tətbiq üzərindən istifadəçi tələblərini qarşılama səmərəliliyini və brendin tanınma səviyyəsini qiymətləndirmək üçün analitik alətlərdən istifadə edərək aşağıdakı göstəriciləri təhlil etmək mümkündür: 1) Tətbiqin yükləmə sayı; 2) İstifadəçi sayı; 3) Aktiv istifadəçi sayı; 4) Mobil tətbiqdən istifadəçilərin ortalama istifadə müddəti; 5) Mobil tətbiq istifadəçilərinin məmnunluğunu qiymətləndirən rəy sorğuları; 6) Müəyyən müddət ərzində mobil tətbiq üzərindən istehlakçı tərəfindən istifadə olunan elektron xidmətlərin sayı.
5	**Çağrı mərkəzi**	SMS ya zəng vasitəsilə müştərinin məmnunluq səviyyəsinin və göstərilən xidmətin keyfiyyət göstəricilərinin ölçülməsi məqsədi ilə xidmətdən yararlandıqdan sonra müştəri məmnuniyyəti sorğusunu təqdim edərək göstərilən xidmət səviyyəsinin münasibətini əldə etmək.
6	**Çatbot**	Çatbot üzərindən real vaxt sorğusu ilə müştərilərin harada olmalarından asılı olmayaraq rəy toplaya bilərsiniz. müştərinin məmnunluq səviyyəsinin və göstərilən xidmətin keyfiyyət göstəricilərinin ölçülməsi məqsədi ilə xidmətdən yararlandıqdan sonra müştəri məmnuniyyəti sorğusunu təqdim edərək göstərilən xidmət səviyyəsinin münasibətini əldə etmək.

7	**Elektron poçt**	Elektron poçt kanalının səmərəliliyini və məlumatlılığını qiymətləndirmək üçün qeyd edilən göstəricilər təhlil edilir: 1) E-poçt məktublarda təqdim olunan linklərə klikləmiş abunəçilərin sayı/faizi. 2) Məktubu sosial media kanalları vasitəsilə yerləşdirmək və ya digər e-mail istifadəçilərinə yönləndirilmək üçün paylaşma düyməsini klikləmiş abunəçilərin sayı/faizi. 3) Elektron məktub ünvanlanmış elektron poçt ünvanlarının sayı.
8	**Elektron sorğular**	Kommunikasiyanın effektivliyinin qiymətləndirilməsi və sahibkarların məmnunluq səviyyəsinin ölçülməsi üçün mütəmadi olaraq elektron sorğular keçirilə, onların rəy və təklifləri əldə oluna bilər. Toplanılmış nəticələr əsasında kommunikasiya kanalları və kommunikasiya ilə bağlı görüləcək işlərdə dəyişiklik etmək olar.
9	**Fokus qruplar üzrə sorğular və diaqnostika**	Biznes mühitinin və ETŞ-yə qoşulma üzrə qiymətləndirməni həyata keçirən aidiyyəti fokus qruplar ilə sorğular və diaqnostikalar həyata keçirilə bilər. Fokus qrupların rəyi və aparılmış diaqnostikalar əsasında ETŞ-yə qoşulma üzrə sahibkarlıq subyektlərinin məlumatlılıq və məmnunluq səviyyəsinin artırılması üçün müvafiq tədbirlər görülə bilər.

Bundan əlavə, Cəmiyyətin sahibkarlıq subyektlərinin ETŞ-yə qoşulma ilə əlaqədar sahiblarlıq subyektlərinin məmnunluq və məlumatlılıq səviyyəsinin, habelə, kommunikasiya fəaliyyətinin qiymətləndirilməsi zamanı aşağıda qeyd olunan Əsas Fəaliyyət Göstəricilərindən (ƏFG) istifadə olunacaqdır.

№	Əsas Fəaliyyət Göstəricisi	Cari göstərici	Hədəf göstərici
1	ETŞ-yə qoşulma üzrə elektron müraciətlərin faizi	3%	30 %
2	ETŞ-yə qoşulma üzrə tələb olunan müddət	32 gün	20 gün
3	ETŞ-yə qoşulma üzrə imtina halların faizi	5.75%	2.75%
4	ETŞ-yə qoşulma üzrə sahibkarlıq subyektlərinin məmnunluq səviyyəsi	93%	98%
5	ETŞ-yə qoşulma üzrə işlərin keyfiyyəti	85% (əla və yaxşı cavablar)	95%
6	ETŞ-yə qoşulma üzrə orta prosedur sayı	5	2
7	ETŞ-yə qoşulma üzrə gecikmə hallarının faizi	22%	10%

5. Cəmiyyətin Kommunikasiya Planı

Bu bölmə Kommunikasiya Strategiyasının icra planını əhatə edir. Cəmiyyətin Kommunikasiya Planı müəyyən edilmiş maraqlı tərəflərlə kommunikasiyanın təmin ediləcəyi kanalları, görüləcək işləri və tezlikləri özündə əks etdirir. Kommunikasiya Strategiyasından effektiv nəticələr əldə etmək üçün Kommunikasiya Planının tərtibi və onun uğurlu icrası üçün düzgün resursların seçilməsi vacib amillərdən biridir.

Aşağıda göstərilən Kommunikasiya Planı müəyyənləşdirilmiş maraqlı tərəflər və kommunikasiya kanalları üzrə Cəmiyyətin görəcəyi işləri əhatə edir.

5.1. Kommunikasiya Planı

Kommunikasiya Kanalı/Kanalları	Görüləcək işlər	Tezlik/Icra tarixi	Əhatə dairəsi
Vebsayt	ETŞ-yə qoşulma ilə bağlı vebsayta asan şəkildə görülə bilən bölmənin əlavə edilməsi, prosesin ətraflı şəkildə izah edilməsi, müraciət üsulları və tələb olunan sənədlər ilə bağlı məlumatın qeyd olunması	2022-ci ilin I-ci rübü ərzində	Bütün maraqlı tərəflər
Vebsayt və sosial şəbəkələr	Cəmiyyətin fəaliyyəti və ETŞ-yə qoşulma ilə bağlı bütün əhəmiyyətli məlumatların və hesabatların vebsayta yerləşdirilməsi	2022-ci ilin I-ci rübündən başlayaraq mütəmadi şəkildə	Bütün maraqlı tərəflər
	ETŞ-yə qoşulma ilə bağlı həftəlik, rüblük, aylıq və illik statistik göstəricilərin Cəmiyyətin vebsaytına yerləşdirilməsi, habelə Facebook, Twitter, İnstagram, Linkedin və Youtube kimi sosial şəbəkələrdə müvafiq paylaşımların edilməsi. Bundan əlavə, Cəmiyyətin sosial şəbəkələrdə aktivliyinin əhəmiyyətli dərəcədə artırılması və ETŞ-yə qoşulma üzrə müvafiq məlumatların infoqrafik şəkildə sosial şəbəkələrə yerləşdirilməsi.	2022-ci ilin II-ci rübündən başlayaraq (gündəlik/həftəlik olaraq)	Bütün maraqlı tərəflər
	Dövlət qurumları ilə ETŞ-yə qoşulma üzrə tədbir, konfrans, brifinq və s. keçirildikdən sonra tədbirlər haqqında məlumat verə biləcək foto-şəkillər, videolar və yazılı paylaşımların yerləşdirilməsi.	Hər tədbirdən sonra	Bütün maraqlı tərəflər
	ETŞ-yə qoşulma üzrə video çarxın və televiziya verilişlərindən kadrların aidiyyəti orqanların saytlarında yerləşdirilməsi və sosial şəbəkələrdə yayılması	Televiziya verilişlərinin yayımlandığı tarixdən sonrakı gün	Bütün maraqlı tərəflər

Elektron poçt	Sahibkarlıq subyektlərinin elektron poçt üzrə məlumat bazasını yaradaraq ETŞ-yə qoşulma ilə bağlı müvafiq məlumatların, yeniliklərin, görüş/tədbir elanlarının, tarif dəyişikliklərinin və digər aidiyyəti mövzuların elektron poçt vasitəsilə sahibkarların korporativ poçt adreslərinə göndərmək.	2022-ci ilin II-ci rübündən başlayaraq aylıq olaraq	Mövcud sahibkarlar Beynəlxalq reytinq agentlikləri və ticarət palataları
Sorğular və diaqnostika	Hər ayın əvvəli ötən ay ETŞ-yə qoşulmuş sahibkarlar arasında seçmə üsulu ilə sorğunun keçirilməsi	2022-ci ildən başlayaraq hər ayın əvvəli	Bütün maraqlı tərəflər
	Biznes mühitinin və ETŞ-yə qoşulma ilə əlaqədar fokus qruplar ilə sorğuların və diaqnostikaların həyata keçirilməsi.	2022-ci ilin III-cü rübündən başlayaraq ildə bir dəfə	Bütün maraqlı tərəflər Beynəlxalq reytinq agentlikləri və ticarət palataları
Korporativ tədbirlər	Beynəlxalq və yerli təşkilatlar ilə effektiv şəkildə yeni əlaqələr qurmaq və mövcud əlaqələri təkmilləşdirmək üçün Cəmiyyətin rəhbər şəxsləri, nümayəndələri və əməkdaşlarının iştirakı ilə açılışlar, konfranslar, brifinqlər, forumlar və s. kimi tədbirlər təşkil etmək, mövcud və potensial tərəfdaşları dəvət etmək. Bundan əlavə, mövcud və potensial tərəfdaşlarla ünsiyyətin qurulması üçün onların təşkil etdiyi tədbirlərdə aktiv iştirak etmək və təqdimatçı qismində çıxış edərək ETŞ-yə qoşulma üzrə məlumat vermək.	2022-ci ilin II-ci rübündən başlayaraq ildə iki dəfə	Mövcud sahibkarlar Beynəlxalq reytinq agentlikləri və ticarət palataları
	ETŞ-yə qoşulma prosedurları ilə bağlı dövri olaraq brifinqlərin keçirilməsi	Hər əhəmiyyətli dəyişiklikdən və ya yenilikdən sonra	Bütün maraqlı tərəflər
	Ticarət palataları, biznes assosiasiyaları, cəmiyyətlər və digər özəl təşkilatlar üçün ETŞ-yə qoşulma ilə bağlı turların təşkil edilməsi və onlara məlumatların verilməsi	2022-ci ilin II-ci rübündən başlayaraq ildə iki dəfə	Mövcud sahibkarlar Beynəlxalq reytinq agentlikləri və ticarət palataları
	ETŞ-yə qoşulma ilə bağlı sahibkarlara təlimlərin keçirilməsi	2022-ci ilin II-ci rübündən başlayaraq ildə iki dəfə	Mövcud sahibkarlar
	ETŞ-yə qoşulmanın təkmilləşdirilməsi ilə bağlı müvafiq dövlət qurumları, sahibkarlıq subyektləri,	2022-ci ilin II-ci rübündən başlayaraq	Bütün maraqlı

	məsləhətçi şirkətlər, ticarət palatalarının və beynəlxalq təşkilatların nümayəndələri ilə dəyirmi masanın keçirilməsi,	ildə bir dəfə	tərəflər
	Cəmiyyətin fəaliyyət istiqamətinə uyğun olan beynəlxalq tədbirlərdə Cəmiyyəti təmsil etmək və tədbir iştirakçılarını məlumatlandırmaq	2022-ci ilin II-ci rübündən başlayaraq ildə bir dəfə	Beynəlxalq reytinq agentlikləri və ticarət palataları
Televiziya və Radio	Sahibkarlara ünvanlanmış televiziya və radio verilişlərində Cəmiyyətin təmsil edilməsi və ETŞ-yə qoşulma ilə bağlı məlumatların verilməsi və sualların cavablandırılması	2022-ci ilin I-ci rübündən başlayaraq ayda bir dəfə	Ümumi ictimaiyyət və sahibkarlıq subyektləri
	Kütləvi informasiya vasitələrində ETŞ-yə qoşulma üzrə video çarxın və aidiyyəti məlumatların bölüşülməsi	2022-ci ilin I-ci rübündən başlayaraq həftəlik qaydada	Bütün maraqlı tərəflər
Çap materialları	Maraqlı tərəflərin məlumatlılıq səviyyəsinin və Cəmiyyətin nüfuzunun artırılması, habelə şəffaflığın təmin edilməsi məqsədilə qabaqcıl standartlara cavab verən Dayanıqlı İnkişaf və ya İllik fəaliyyət haqqında hesabatın hazırlanması. Hesabatın çap versiyası seçilmiş tərəflərə göndərilə, rəqəmsal versiyası isə ümumi ictimaiyyət ilə paylaşıla bilər.	2022-ci ildən başlayaraq İldə bir dəfə (hər ilin sonu)	Bütün maraqlı tərəflər
	ASAN Xidmət, ASAN Kommunal mərkəzlərində, KOB evlərində və sahibkarların tez-tez müraciət etdiyi digər dövlət qurumlarında, habelə biznes mərkəzlərində ETŞ-yə qoşulma ilə bağlı flayerlərin sahibkarlara təqdim edilməsi, habelə məlumat lövhələrinin yerləşdirilməsi.	2022-ci ilin I-ci rübündən başlayaraq	Ümumi ictimaiyyət və sahibkarlıq subyektləri
	Bundan əlavə, sahibkarlıq subyektinin qeydiyyata alınması zamanı yeni sahibkarlara ETŞ-yə qoşulma üzrə məlumatların (şifahi və yazılı şəkildə) təqdim olunması.	2022-ci ilin I-ci rübündən başlayaraq ayda bir dəfə	Beynəlxalq reytinq agentlikləri və ticarət palataları
	Sahibkarlara ünvanlanmış jurnallarda və qəzetlərdə ETŞ-yə qoşulma ilə bağlı məlumatlandırıcı məqalələrin çap olunması		Ümumi ictimaiyyət və sahibkarlıq subyektləri
			Beynəlxalq reytinq agentlikləri və ticarət palataları
Çöl kommunikasi yakanalları	Geniş kütlə ilə kommunikasiyanın təmin edilməsi məqsədilə mərkəzi nöqtələrdə və biznes mərkəzlərinin yaxınlığında bilbordların yerləşdirilməsi. Bundan əlavə, tranzit nəqliyyat vasitələrinin üzərinə reklam stikerlərinin yapışdırılması.	2022-ci ilin II-ci rübündən başlayaraq	Bütün maraqlı tərəflər
		2022-ci ilin II-ci rübü	Ümumi

Mobil tətbiq	Maraqlı tərəflərin məlumatlılıq səviyyəsinin artırılması üçün Cəmiyyətin mobil tətbiqində ETŞ-yə qoşulma ilə bağlı məlumatların əlavə edilməsi.	ərzində	ictimaiyyət və sahibkarlıq subyektləri
			Beynəlxalq reytinq agentlikləri və ticarət palataları
	Sahibkarların məmnunluq səviyyəsinin təkmilləşdirilməsi üçün ETŞ-yə qoşulma üzrə müraciətlərin statusunun sahibkarlar tərəfindən izlənə bilməsi ("Tracking") məqsədilə mobil tətbiqə yeni funksiyanın əlavə edilməsi.	2022-ci ilin III-cü rübü ərzində	Ümumi ictimaiyyət və sahibkarlıq subyektləri
			Beynəlxalq reytinq agentlikləri və ticarət palataları
Çağrı mərkəzi	Çağrı mərkəzi vasitəsilə maraqlı tərəflərə dəstəyin göstərilməsi, şikayətlərin qeydə alınması və hər müraciətdən sonra göstərilən xidmətin keyfiyyəti ilə bağlı onlara sorğuların göndərilməsi.	2022-ci ilin II-ci rübündən başlayaraq	Ümumi ictimaiyyət və sahibkarlıq subyektləri
			Beynəlxalq reytinq agentlikləri və ticarət palataları