

**“КРЫЛЬЯ”**

**Благотворительный  
проект**

# ЦЕЛИ и ЗАДАЧИ

- Привлечение внимания общества к благотворительности - побуждение к бескорыстным благородным поступкам
- Материальная помощь детям из Белорусского детского хосписа
- Содействие развитию общественной лояльности в сферах культуры, искусства, просвещения, духовного развития личности
- Выявление и поддержка талантливой молодежи

# КОНЦЕПЦИЯ

В мире информации и соцсетей при грамотной расстановке акцентов так легко привлечь внимание общественности к благотворительности, сформировать новое отношение к понятию “пожертвование”.

Сущность концепции - создание позитивного альтруистического “бренда”, который будет основой коммуникации трех составляющих: общества (в основном, люди от 20 до 40 лет), партнеров-спонсоров и детей-инвалидов.

Творить добро просто! Делая обыденные покупки со скидкой, вы не только экономите, но и помогаете нуждающимся детям - легко! Твори добро каждый день!

Каждый вовлеченный в проект участник получает возможность без особых усилий почувствовать свою исключительную значимость, стать “ангелом-хранителем” для ребенка, страдающего неизлечимой болезнью.

# ИНСТРУМЕНТЫ и ЭТАПЫ РЕАЛИЗАЦИИ

Интернет – основной инструмент в реализации проекта (социальные сети: Вконтакте, Одноклассники, Facebook, Instagram, Youtube).

Увеличение количества участников, вовлеченных в проект, будет происходить поэтапно.

1. Подготовительно-информационный
2. Локальные мини-концерты “Ангелы-хранители”
3. Флэш-мобы с участием вовлеченных участников и СМИ
4. Привлечение партнеров и спонсоров
5. Создание мобильного приложения “Крылья”
6. Создание партнерской дисконтной карты “Крылья”

7. Создание базы данных благотворительных мероприятий в Минусинске

# Подготовительно-информационный этап

Средства: SMM и СМИ

Цель: привлечение внимания к акции “Ангелы хранители” (локальным мини-концертам)

Информационные статьи в интернет-изданиях (Onliner.by, Tut.by, CityDog.by), рассылка в соцсетях.

# Мини-концерты “Ангелы хранители”

Цель: первичное вовлечение аудитории в проект

Ряд уникальных мини-концертов в период рождественских праздников (с 25 декабря по 7 января) в местах активного трафика (подземные переходы и переходы метро, площадки торговых центров и гипермаркетов).

Даты проведения: 25/12/15, 29/12/15, 04/01/16 и 07/01/16.

Один день = 4 одновременных тематических (“любовь”, “добро”, “надежда”, “сострадание”) выступления в разных точках города. Выступления представителей талантливых учеников музыкальных (цимбалы, скрипка, виолончель) и танцевальных школ.

Обязательные атрибуты концертов: основной фото-баннер “Примерь Крылья” с он-лайн трансляцией фото в соцсети и Instagram, информационный баннер с фотоколлажем о детях нуждающихся в помощи + продажа магнитов и брелоков с символикой проекта представителем благотворительного фонда.

Результат: хэштэг #ангелхранительвкаждом, кнопка “мне нравится”, добавление “в друзья” группы проекта, освещение в СМИ.

# Флэш-моб (вирусный маркетинг)

Концепции флэш-мобов:

1. Массово-танцевальный (локация: центральный Ж/Д вокзал, участники: 30-40 человек). Пример: <https://www.youtube.com/watch?v=WZSpHeCEztM>
2. Оркестрово-музыкальный (локация: ТЦ “Столица”, участники: 30-40 человек + детский хор из 10 человек). Исполнение песни “Прекрасное далеко”. Пример: <https://www.youtube.com/watch?v=sBwdrjS0F6s>
3. Визуальный с помощью карточек-картинок (локация: стоянка около Национальной библиотеки), участники 30-40 человек. Возможна он-лайн трансляция на экран у библиотеки. Пример: <https://www.youtube.com/watch?v=AMdkYW4OAtA>

# Привлечение партнеров и спонсоров

Создание ассоциации “организация-партнер” = “благотворительность”, путем различных рекламных программ лояльности.

Направление ЦА (целевой аудитории), заинтересованной в благотворительности, на удовлетворение спроса и увеличения объемов продаж у партнеров проекта “Крылья”.

# Мобильное приложение “Мои крылья”

Бесплатное мобильное приложение, позволяющее определить геолокацию пользователя и показать ближайшие места с партнерскими скидками и промо-акциями. Делая покупку у партнеров и участвуя в таких акциях, пользователь автоматически перечисляет часть материальных средств (процент от скидки) на благотворительный счет.

Все партнерские предложения в мобильном приложении структурированы по разделам, что облегчает поиск и выбор товара/услуги пользователем.

Пример мобильного приложения:

<https://www.youtube.com/watch?v=IEbXVsdgd-0>

# Дисконтная карта “Мои крылья”

Действие партнерской дисконтной карты распространяется на все магазины и услуги партнеров проекта.

С помощью идентификационного номера, указанного на карте и простой регистрации с помощью соцсетей (контроль аудитории для таргетированной рекламы), пользователь сможет отслеживать количество сделанных покупок и свой размер внесенного благотворительного вклада.

Плюсы для пользователя: 1) скидка на товар/услугу, 2) возможность наблюдения за своей благотворительной деятельностью, 3) возможность получить личную благодарность от нуждающегося в помощи ребенка или его родителей.

Плюсы для благотворительного фонда: увеличение количества зарегистрированных пользователей, рост узнаваемости “бренда”.

# Большой благотворительный концерт “Звезды тоже носят крылья”

Основные задачи:

- Привлечение внимания к благотворительному проекту с помощью звезд эстрады и шоу-бизнеса,
- подведение итогов проведенных акций,
- оглашение количества привлеченных пользователей,
- выступления на сцене основных партнеров и спонсоров проекта,
- презентация на большом экране мобильного приложения “Крылья” (он-лайн тестирование)

# Таргетированная реклама и PR

Использование эмоциональной наружной и интернет-рекламы:

билборды,

лайтпостеры,

баннеры,

видеоролики,

3D-реклама (см. пример: <https://www.youtube.com/watch?v=xWLRETYP6ck>).

# Варианты визуального оформления

## Видеоролики:

1. Подземный переход. Музыкант играет под лого “Крыльев”. Скромно одетый человек проходит мимо, к нему подбегает девочка с шариком в руке, предлагая обменять брелок с лого “крыльев” на добровольное пожертвование. Происходит обмен. Человек идет дальше, уже с улыбкой. На выходе из метро он слышит взмахи крыльев (предыдущие прохожие) и видит яркий белый свет. Попадая в лучи света, наш герой меняет одежду на светлую и у него тоже вырастают крылья. Слоган: Сострадание делает нас чище.
2. Закадровый текст, сопровождается соответствующим видеорядом: “Сначала ничего не было, только тьма. Потом на Землю пролился свет. И мы спустились с небес, чтобы построить мир. Мир из любви, сострадания, надежды, добра. Мы строили, создавали, улучшали, но со временем забыли про свои крылья... Многие из нас забыли о том, кто мы... Помнили не многие, и лишь единицы смогли вернуть свои крылья. Видеоряд сопровождается сменой персонажа (кто-то из известных белорусских деятелей, причастных к проекту) на каждое слово: Я делаю добро. Я меняю жизнь к лучшему. А что делаешь ты?” Слоган: Примерь свои крылья!
3. Очень хорошая идея и не сложная реализация: <https://www.youtube.com/watch?v=5mCVbxrizAU>



Схематический пример фонового баннера для фото (на аватарку в соцсетях)



## Схематический пример рекламного плаката



## Схематический пример рекламного плаката



## Схематический пример рекламного плаката



# Схематический пример рекламного плаката

