РАЗДЕЛ XIV. МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА

Плеханова О.В.

Продвижение социальных проектов в интернете

*Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина
(Россия, Рязань)*

doi: 10.18411/lj-09-2020-50

idsp: ljournal-09-2020-50

Аннотация

В статье анализируется проблема эффективности и успеха реализации социальных проектов в зависимости от выбранного канала его продвижения. Интернет, как платформа с большим количеством пользователей и большим охватом межличностного общения, рассматривается как самый перспективный канал для размещения рекламы и продвижения проектов некоммерческих организаций. Использование методов анализа и сравнительно-сопоставительного позволяет сделать вывод, что интернет-продвижение социальных проектов является перспективным направлением развития социального проектирования. Отмечаются особенности процесса интернет-продвижения социальных проектов. Сделаны выводы о повышении эффективности результатов при размещении социальных проектов в социальных сетях.

Ключевые слова: социальный проект, некоммерческая организация, социальные сети, реклама, фандрайзинг, социальные проблемы, социальный маркетинг, интернет-продвижение, SMM-продвижение.

Abstract

The article analyzes the problem of effectiveness and success of social projects implementation depending on the chosen channel of its promotion. The Internet, as a platform with a large number of users and a large coverage of interpersonal communication, is considered as the most promising channel for advertising and promoting projects of non-profit organizations. The use of analysis and comparative methods allows us to conclude that the Internet promotion of social projects is a promising direction for the development of social design. The author notes the peculiarities of the process of online promotion of social projects. Conclusions are made about improving the effectiveness of results when placing social projects in social networks.

Keywords: social project, non-profit organization, social networks, advertising, fundraising, social issues, social marketing, Internet promotion, SMM promotion.

Социальный проект можно рассматривать как социальное нововведение, целью которого является создание, модернизация или поддержание в изменившейся среде материальной или духовной ценности, которое имеет пространственно-временные и ресурсные границы и воздействие которого на людей признается положительным по своему социальному значению. Ключевое отличие социального проекта от других типов проектов в том, что он является уникальным продуктом, созданным для решения конкретной общественной проблемы.

К основным характеристикам проекта относят обоснованность (не случайное появление проекта, а как результат наблюдения социальной ситуации и возможности воздействия на нее), ограниченность (сроки, ресурсы и тп.), уникальность (новшество в получении результатов, системность (логическая взаимосвязь всех частей проекта), конкретность (обозначение целей и задач на этапе планирования), компетентность авторов (понимание проблемы и путей ее решения).

Субъектом проекта может быть как группа разработчиков, так и отдельное лицо. Предметом социального проектирования является создание ценности. В соответствии с классификацией В. А. Лукова социальные проекты могут быть оздоровительными, образовательными, научно-техническими, социально-педагогическими, историко-культурной направленности. По финансированию социальные проекты разделяются на бюджетные, спонсорские, инвестиционные и грантовые проекты.

Одной из форм финансирования социальных проектов являются гранты. При этом получение денежных средств зависит от конкурсной базы. Процесс получения грантов довольно трудоемок, так как для участия в конкурсе нужно собрать объемный пакет документации. Благотворительные пожертвования и фандрайзинг являются еще одним способом финансирования проектов некоммерческих организаций. Под фандрайзингом понимают сбор средств на реализацию важных для общества проектов. Главная цель фандрайзинга в поиске источника финансовых средств, называемого спонсором. Самофинансирование – еще один способ привлечения финансовых средств. Оно реализуется за счет внутренних инвестиций. Любой социальный проект направлен на решение определенной проблемы. Социальные проблемы (общественные проблемы) – это вопросы, которые влияют на человека и, с точки зрения всего или значительного числа членов сообщества, требуют коллективных усилий по их разрешению.

Проблемы, лежащие в основе социального проектирования, могут быть различными. Они могут обладать различной степенью значимости для общества в целом или для отдельных групп. Но все они объединены главной целью по преобразованию действительности и развитию общества.

Продвижение социальных проектов является неотъемлемой частью социального маркетинга. Известный американский маркетинголог Ф. Котлер определяют социальный маркетинг как разработку, реализацию и осуществление контроля над программами, которые заключают в себе два важных компонента: способность оказывать воздействие на актуальные социальные идеи и наличие таких аспектов как планирование продукта, расчет его стоимости, выбор каналов коммуникации и дистрибуции и проведение маркетинговых исследований.

Для продвижения социальных проектов в настоящее время часто используют интернет. Продвижение социального проекта в интернете имеет общие черты с продвижением других видов проектов (коммерческих, политических). Однако существуют и отличия. Цель продвижения социальных проектов заключается в распространении основных гуманитарных ценностей. Цель же, например, политического PR является обеспечение соблюдения интересов конкретной личности, которые могут быть далеки от интересов социума.

Каждый социальный проект направлен на решение определенных, социальных проблем, из этого следует, что каждый проект имеет свою специфику. В соответствии со спецификой, совершается выбор PR-инструментов для его продвижения. К основным критериям, обуславливающим выбор инструментов продвижения можно отнести следующие.

Во-первых, определяются основные группы целевой аудитории, на которые будет направлено информирование о реализации проекта. В этом контексте, цель социальной рекламы – воздействовать если не все общество, то на его наиболее активную часть, а конкретно на тех лиц, которые принимают участие в принятии социально-значимых решений. Успешное продвижение проекта зависит и от фактора географической локальности.

За годы существования, интернет и в частности социальные сети стали местом для общения миллионов людей. Интернет, как место скопления большого числа людей вызывают интерес у тех организаций, которые занимаются некоммерческими проектами. Для продвижения проекта необходимо средство интернет-продвижения.

Специфика продвижения социальных проектов выражается и в оценке эффективности. Эффективность продвижения некоммерческого проекта следует оценивать по таким показателям, как узнаваемость обществом того или иного социального феномена и изменение общественной позиции по отношению к нему.

Интересным и необычным является продвижение в интернете социального проекта, получившего название «Всем по собаке». Фонд содействия развитию гуманного и ответственного отношения к животным «Подарок судьбы» был официально зарегистрирован в январе 2016 года. Фонд создан на основе волонтерского проекта «Подарок судьбы», который существует в Москве с 2011 года. Миссия фонда – повысить уровень ответственности хозяев за домашних животных, независимо от их породы и вида, а также убедить людей в том, что взять собаку или кошку из приюта – это нормально, а дворняги ни в чем не хуже породистых собак. Фонд «Подарок судьбы» - некоммерческий фонд, поэтому на страницах в социальных сетях и на сайте фонда есть информация и реквизиты для оказания материальной помощи.

На сайте vsemprosobake.ru есть возможность подписаться на ежемесячное пожертвование на любую сумму. Команда фонда также предлагает стать волонтером фонда и помогать в офисе, на мероприятиях или другими видами услуг. На страницах фонда в «Instagram» и «ВКонтакте» регулярно размещаются посты с информацией об имеющихся вакансиях. Фонд «Подарок судьбы» реализует следующие программы:

- распределение бездомных животных в семьи;
- просвещение населения касательно гуманного и ответственного отношения к животным;
- программа лояльности для хозяев животных из приютов;
- адресная поддержка приютов и других организаций, оказывающих помощь бездомным животным.

Первая выставка «Всем по собаке» прошла 2 сентября 2012 года в московском парке им. Горького. Это была первая в своем роде выставка собак из приюта в г. Москва. На сегодняшний день, выставки «Всем по собаке» проводятся 3 раза в год.

В сентябре 2018 года в Новодевичьем парке прошла уже 19-я по счету выставка собак из приютов, организованная фондом. В выставке приняли участие 100 приютских собак, каждую из которых можно было забрать домой в тот же день. На выставку в Новодевичий парк пришло почти 4000 человек. 47 собак нашли в этот день свои семьи. 19-ую выставку поддержали многие медийные персоны. В их числе Михаил Лабковский, Айза Анохина, Рита Дакота, Роман Локимин, Эльдар Джарахов, Мари Краймбрери и другие.

В апреле 2018 года фонд «Подарок судьбы» провел свою первую масштабную выставку бездомных кошек «Всем по коту». Выставка была организована на благотворительные пожертвования от компании «ROYAL CANIN». В выставке приняли участие 117 животных из приютов Москвы и Подмосковья, каждого из которых можно было забрать домой в день выставки. Всего выставку посетило около 3000 человек, а новый дом обрели более 100 животных, то есть более 85% участников. 7 апреля 2019 года в фонд «Подарок судьбы» провел 2-ю выставку бездомных кошек «Всем по коту». Участие в выставке приняло 197 животных из приютов Москвы и Подмосковья.

В апреле 2014 года фонд организовал первую лекцию и семинар «Человек собаке вдруг!», которая была посвящена опыту работы волонтером в приюте и особенностям приютских собак. В рамках лекции, директор фонда рассказала о том, как проект помогает московским приютам, как можно стать волонтером и помогать собакам. С 2014 года бесплатные просветительские лекции «Человек собаке вдруг!» проводятся регулярно. В рамках данного мероприятия лекции читают опытные специалисты по работе с животными (зоопсихологи, ветеринары - ортопеды, хирурги, диетологи и т.д.).

Новым проектом фонда является акция «Всем по наклейке». Суть проекта заключается в расклейке агитационных наклеек на автомобили с призывом брать животных из приютов. Впервые акция прошла в июне 2018 года. Для владельцев собак благотворительный фонд «Подарок судьбы» организует встречи, которые получили название «Гавпати». Проект организован в рамках программы поддержки семей, взявших собак из приютов.

В апреле 2020 года фонд запустил еще один проект помощи животным - «Covid pet help». Проект «Covid pet help» создан с целью помочь хозяевам и их животным, если во время пандемии люди оказались в больнице, на карантине (без возможности покинуть дом) или им некому помочь. Через сайт фонда есть возможность подать заявку на временную передержку или уход за животным на время лечения хозяина. Заявки принимаются из любого города России.

Фонд «Подарок судьбы» активно занимается продвижением своего сайта и страниц проектов в различных социальных сетях. Фонд имеет несколько страниц в «Instagram», «ВКонтакте» и «Facebook». Сайт фонда содержит подробную информацию о самой организации, истории его возникновения, развития, о цели и задачах его деятельности, о реализуемых в настоящее время проектах и программах, а также о прошедших и предстоящих мероприятиях. Удобная навигационная панель, размещенная на главной странице сайта, даёт возможность пользователю ознакомиться со всеми необходимыми данными о текущих проектах фонда, датах ближайших благотворительных мероприятий, а также получить инструкции по осуществлению пожертвований.

Рис.1. Навигационная панель на сайте фонда «Подарок судьбы»

Каждый из разделов содержит в себе информацию соответствующей специфики. В разделе «Еще не все дома» содержится каталог животных, которые еще не нашли хозяев. Любой пользователь может ознакомиться с анкетами собак и кошек из приютов. Анкета каждого животного содержит данные о росте, возрасте, весе, прививках, а также фотографии.

Раздел «Кто мы» включает в себя следующие подразделы: «Миссии и программы», «Совет фонда», «Попечительский совет», «Команда фонда», «Друзья фонда», «Документы и отчеты», «Вакансии». В данных подразделах пользователь может найти информацию о составе команды и попечительского совета фонда, отчеты о результатах его деятельности, а также ознакомиться с уставом фонда. Все необходимые для внесения пожертвований реквизиты находятся в разделе «Поддержи!». Данная вкладка также содержит сведения о других возможных способах помощи фонду. Например, там размещена информация об имеющихся вакансиях. Также размещена контактная информация: номер телефона и адрес электронной почты.

SMM-продвижение деятельности фонда «Подарок судьбы» и его главного проекта «Всем по собаке» осуществляется на платформах таких социальных сетей, как «ВКонтакте», «Facebook» и «Instagram» [2]. Фонд проводит большое количество интерактивных мероприятий. Например, розыгрыши, аукционы и опросы. Авторским розыгрышем фонда, который активно продвигается на всех его страницах в социальных сетях, является «барбобокс за репост». «Барбобокс» представляет собой подарочный

набор с товарами для животных, который любой пользователь может легко получить, разместив у себя на странице требуемую публикацию.

На своих страницах в социальных сетях фонд проводит и благотворительные аукционы. Для участия в аукционе необходимо зарегистрироваться на сайте фонда. Лотами на данных аукционах являются товары с фирменной символикой фонда (футболки, чашки, часы, кепки, поводки, картины и т.д.). Все вырученные от продаж деньги идут на помощь московским приютам. На странице фонда в «Instagram» проводятся совместные прямые эфиры с известными личностями, на которых они делятся личным опытом воспитания собак, а также разговаривают на актуальные темы. «Звезды» участвуют и в мероприятиях, организуемых фондом. Например, Сергей Лазарев неоднократно принимал участие в выставках «Всем по собаке», где лично отдавал собак новым хозяевам.

Специфика функционирования организаций некоммерческого сектора заключается в постоянном поиске эффективных технологий продвижения, не требующих значительных финансовых затрат. Интернет имеет ряд преимуществ относительно других средств массовой коммуникации. Благодаря сайтам, интернет-сообществам и публичным страницам в социальных сетях некоммерческие организации могут в сжатые сроки провести кампанию по сбору средств и найти активную поддержку волонтеров и неравнодушных людей. Тем не менее, применение информационных технологий для продвижения социальных проектов находится на низком уровне. Это, главным образом, обусловлено двумя причинами. В-первую очередь недостатком сотрудников, а именно SMM – менеджеров, интернет-маркетологов, дизайнеров и таргетологов. Во-вторых, данное обстоятельство определяется низкой материальной обеспеченностью некоммерческих организаций.

Таким образом, с использованием всего возможного инструментария интернета и социальных сетей эффективность деятельности некоммерческих организаций, организующих проекты повышается. Но главное, использование интернет-ресурсов позволяет привлечь большое количество людей к решению той или иной общественной проблемы.

1. АКАР (Ассоциация коммуникационных агентств России) // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://www.akarussia.ru>
2. Инстаграмм (Instagram) - социальная сеть // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://www.instagram.com/covid.pet.help>
3. Котлер, Ф. Маркетинг-менеджмент/ Ф. Котлер. - Санкт-Петербург : Питер Ком, 1998 г. – 800 с.
4. Луков В.А. Социальное проектирование /В.А. Луков.- Москва: Флинта, 2003. – 240 с.
5. Попова Е.В., Платанная А.А. Использование рекламы и PR международными фондами защиты животных // Роль и место информационных технологий в современной науке. Сборник статей по итогам международной научно-практической конференции 1.09.2017. Стерлитамак: РФ АМИ, 2017. С. 61-64.
6. Татаринова А.Э. Потенциал социальных сетей в современном маркетинге // Наука без границ. 2017. № 6 (11) // [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/potentsial-sotsialnyh-setey-v-sovremennom-marketing>

Попова Е.В.

PR-деятельность Государственного Эрмитажа

*ФГБОУ ВО «Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина»
(Россия, Рязань)*

doi: 10.18411/lj-09-2020-51

idsp: ljjournal-09-2020-51

Аннотация

Сегодня многие организации для привлечения внимания к своей деятельности обращаются к PR-инструментам. Подобная практика активно применяется