

Эстетика каждого дня

Понятие «дом» весьма растяжимо. Мы можем называть «домом» свою комнату, квартиру или целый город. Объединять каждое из этих мест будет одно – ощущение. Попробуйте вспомнить, что именно заставляет Вас почувствовать себя «дома». Уверена, большая часть ответит, что это близкие люди, атмосфера спокойствия и защищённости, любовь или уют. Самое важное, что каждую из этих составляющих мы создаём собственноручно.

Что же может нам не нравиться в месте, где мы живём? Мусор, который лежит не в урне, а прямо на дороге. Протоптаные на газоне тропинки, которые появляются вне зависимости от наличия ограждения. Зимой это также нерасчищенные парковочные места. И опять же, исправить всё вышеперечисленное мы в силах самостоятельно.

Город с каждым годом становится больше. В Санкт-Петербурге за последнее время появилось несколько проектов на Парнасе, в Кудрово, в Девяткино и т.д. Муниципалитеты и строительные компании занимаются развитием районов, но их деятельность ограничена.

Что я предлагаю:

Облагораживание района силами его жителей (посадка деревьев и цветов, а также их защита от загрязнения).

Целевая аудитория:

В основном женщины от 20 до 55 лет, которые живут не в съёмных комнатах/квартирах.

Я думаю охватить для начала новые районы, следовательно, людям только предстоит провести там свою жизнь. Женщины больше подвержены желанию украшать и ухаживать, поэтому моё предложение актуальнее для них, нежели

для мужчин. Возраст объясняется состоянием здоровья и уровнем активности, плюс к этому, именно в этом промежутке времени аудитория больше контактирует с выбранными мною каналами передачи информации.

Каналы коммуникации:

1. Группы ВКонтакте (каждый микрорайон сейчас имеет свои страницы в социальных сетях, что помогает их жителям контактировать друг с другом относительно различных вопросов).
2. Реклама на YouTube, которая будет всплывать перед просмотром какого-либо ролика в соответствии с геопозицией человека.
3. Районные печатные издания (некоторые микрорайоны развивают свою печатную продукцию, в которой можно будет разместить не только рекламные баннеры, но и полноценный материал по теме).
4. Печатная продукция (постеры/листовки), которые люди смогут увидеть и ознакомиться с информацией. Распространяться будет в кафе, с которыми мы собираемся сотрудничать.

Структура:

Вся рекламная кампания будет направлена на то, чтобы сделать своё место жительства не только чистым, но и красивым.

Видео – съёмка лучших видов района с закадровым текстом. Мысль будет заключаться в том, что район – наш дом, а каждое утро нужно начинать с улыбки, на которую влияет как раз окружающий нас пейзаж.

Сотрудничество – сеть кофеен/пекарен, с помощью которой мы мотивируем жителей выйти в выходной на улицу не ради прогулки, а ради труда. Как вариант, можно за каждое посаженное дерево дарить чашку кофе, а за каждый посаженный квадратный метр цветов – скидку на продукцию.

Печатный материал – фотографии до/после, которые сподвигнут жителей не останавливаться на достигнутом результате и продолжать облагораживание.

Мероприятия:

1. Субботник, состоящий из двух дней. При поддержке сети кофейен/пекарен. Первый день – уборка мусора. Второй день – посадка растений.
Когда люди делают подобные вещи своими руками, в будущем они задумываются, бросить ли окурок на газон и выгуливать ли собак на клумбах.
2. Выдача владельцем питомцев специальных бумажных пакетиков для утилизации отходов.
3. Организация встреч любителей садоводства и огородничества в кофейне/пекарне, с которой сотрудничаем. Таким образом, у них будет большой поток клиентов, а в районе станет больше инициаторов облагораживания.

Именно так я вижу улучшение жизни людей. Мы должны делать то, что в наших силах, потому что изменения начинаются с мелочей.