



Интегрированная кампания по решению социальной проблемы:

Защита ЖИВОТНЫХ

Подготовлено
Яной Митяевой,
студенткой 3 курса
факультета
прикладных
коммуникаций
ВШЖиМК СПбГУ

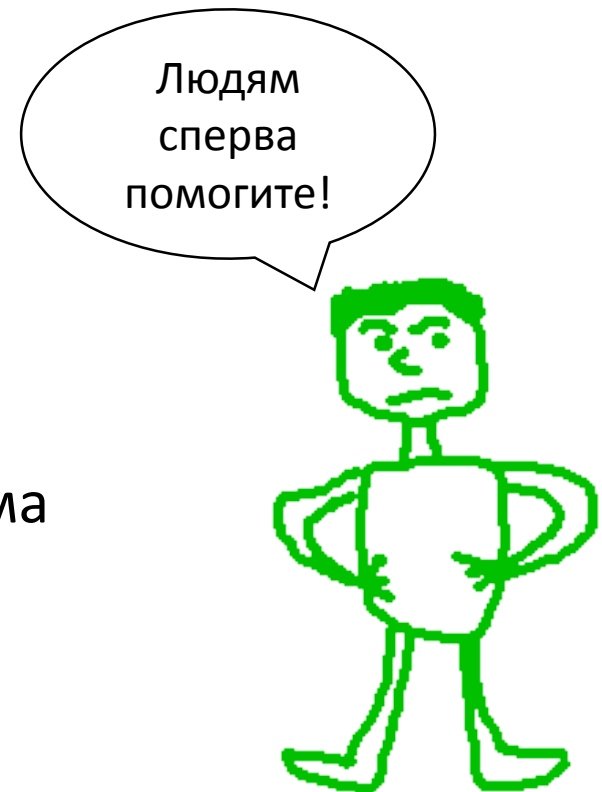
Описание проблемы

Проблема защиты животных кажется многим не первостепенной, и доводами в пользу ее незначительности чаще всего выступают фразы типа: «сначала нужно людям помочь».

Однако ведь проще всего быть равнодушным к тем, кто не может ничего сказать в свою защиту.

Безответственное и жестокое отношение хозяев к своим питомцам, насилие над животными, бездомные собаки и кошки – это и многое другое включает в себя проблема, не зря получившая статус социальной, – проблема защиты животных.

Безусловно, для хотя бы частичного решения проблемы, необходима крупномасштабная кампания. Для начала я бы хотела попробовать решить данную проблему в рамках конкретного региона путем интегрированной кампании с использованием различных каналов коммуникации.



Целевая аудитория:

жители городов, руководители общественных организаций, СМИ и др. лица, заинтересованные в решении социальной проблемы существования бездомных животных на улицах городов и животных, страдающих от жестокого обращения хозяев

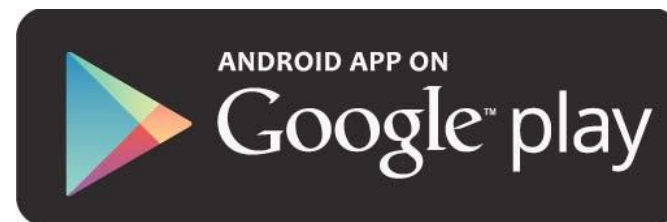
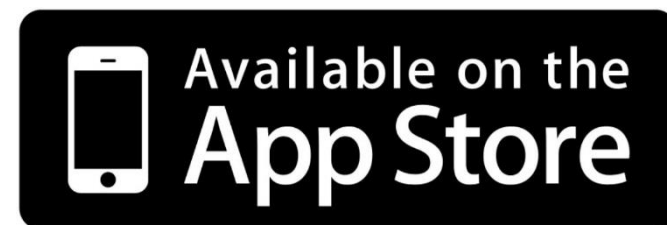



Разработка сайта и приложения для смартфонов

Чтобы борьба с проблемой защиты животных стала не просто изменением отношения к ней (проблеме) людей, но и имело конкретный осязаемый результат – спасенные жизни ни в чем не повинных существ, я предлагаю разработать сайт и специальное приложение для смартфонов. С их помощью появится возможность подыскать животному второй дом или моментально сделать небольшое пожертвование в пользу приюта (в базе могут быть все приюты региона).

Всего 10, 20, 30 рублей – и у кого-то из НИХ
МОЖЕТ появиться второй шанс

Вся дальнейшая кампания должна основываться на привлечении внимания к проблеме защиты животных и информировании целевой аудитории о существовании приложения





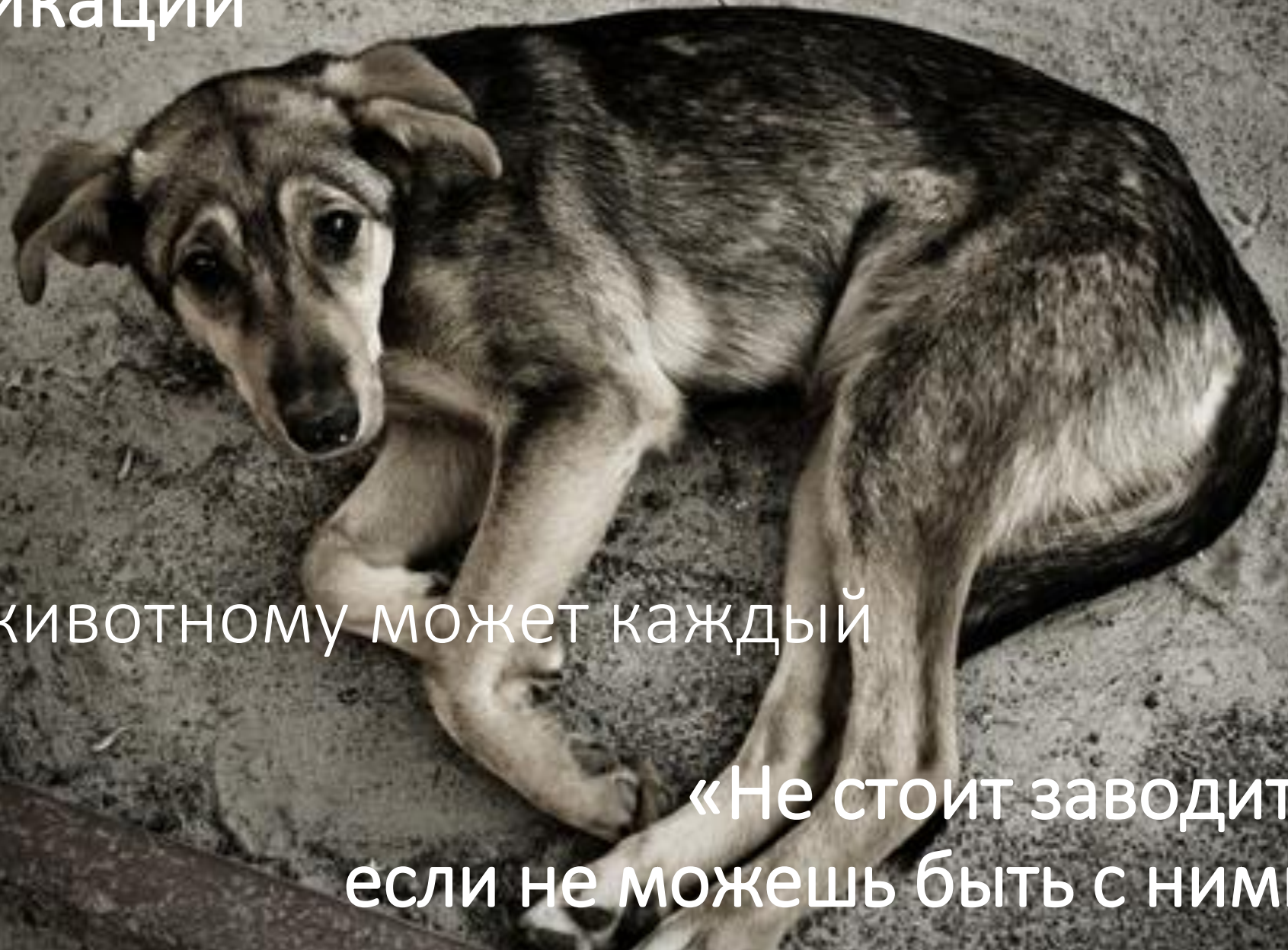
Цель: привлечении
внимания к проблеме
защиты животных и
информирование целевой
аудитории о новой и
доступной возможности
помочь тем, кто в этом
нуждается

Разработка креативной идеи и выбор каналов КОММУНИКАЦИИ

Инсайт:

ПОМОЧЬ ЖИВОТНОМУ МОЖЕТ КАЖДЫЙ


Слоган:
«Не стоит заводить друзей,
если не можешь быть с ними рядом»



Видеореклама для распространения на ТВ и в Интернете

Концепция ролика: проведение параллели между человеком и животным

Цель: продемонстрировать абсурдность ситуации, в которой на месте больного животного находится человек

Action	Video
<p>Ребенок (11-12 лет) со сломанной ногой выходит из больницы. Видит своего друга, думает, что тот его встречает, радуется.</p>	
<p>Его друг приходит к нему не один, а с другим, «новым» товарищем: «Слушай, я тут подумал, мы больше не можем быть друзьями»</p>	

Сказав это, новоиспеченные друзья убегают, оставляя больного друга в одиночестве



Камера направляется на то место, где стоял ребенок со сломанной ногой: там сидит грустный пес с перевязанной лапой

Закадровый голос: «Не стоит заводить друзей, если не можешь быть с ними рядом».

Пауза. «О том, как помочь тем, кого бросили: www.сайт.ru

Приложение «...»



О том, как помочь тем, кого бросили: www.сайт.ru

Наружная реклама:

серия плакатов с изображением бездомных животных и слоганом:

«Не стоит заводить друзей, если не можешь быть с ними рядом»

Виды: транзитная (в транспорте), на остановках

**Не стоит заводить друзей,
если не можешь быть с ними рядом**



О том, как помочь тем,
кого бросили: www.адрес_сайта.ru



**Не стоит заводить друзей,
если не можешь быть с ними рядом**

О том, как помочь тем,
кого бросили: www.адрес_сайта.ru



Дополнительные инструменты продвижения:

- медиарилейшнз
- Продвижение через лидеров мнения (блоггеров, знаменитостей)
- SMM
- Cross-promotion (повышение осведомленности о приложении путем cross-promotion с производителями товаров для домашних животных, объединениями по защите животных)

Спасибо за внимание!

