



# Социальная реклама или Социальный маркетинг?



SocialCraft

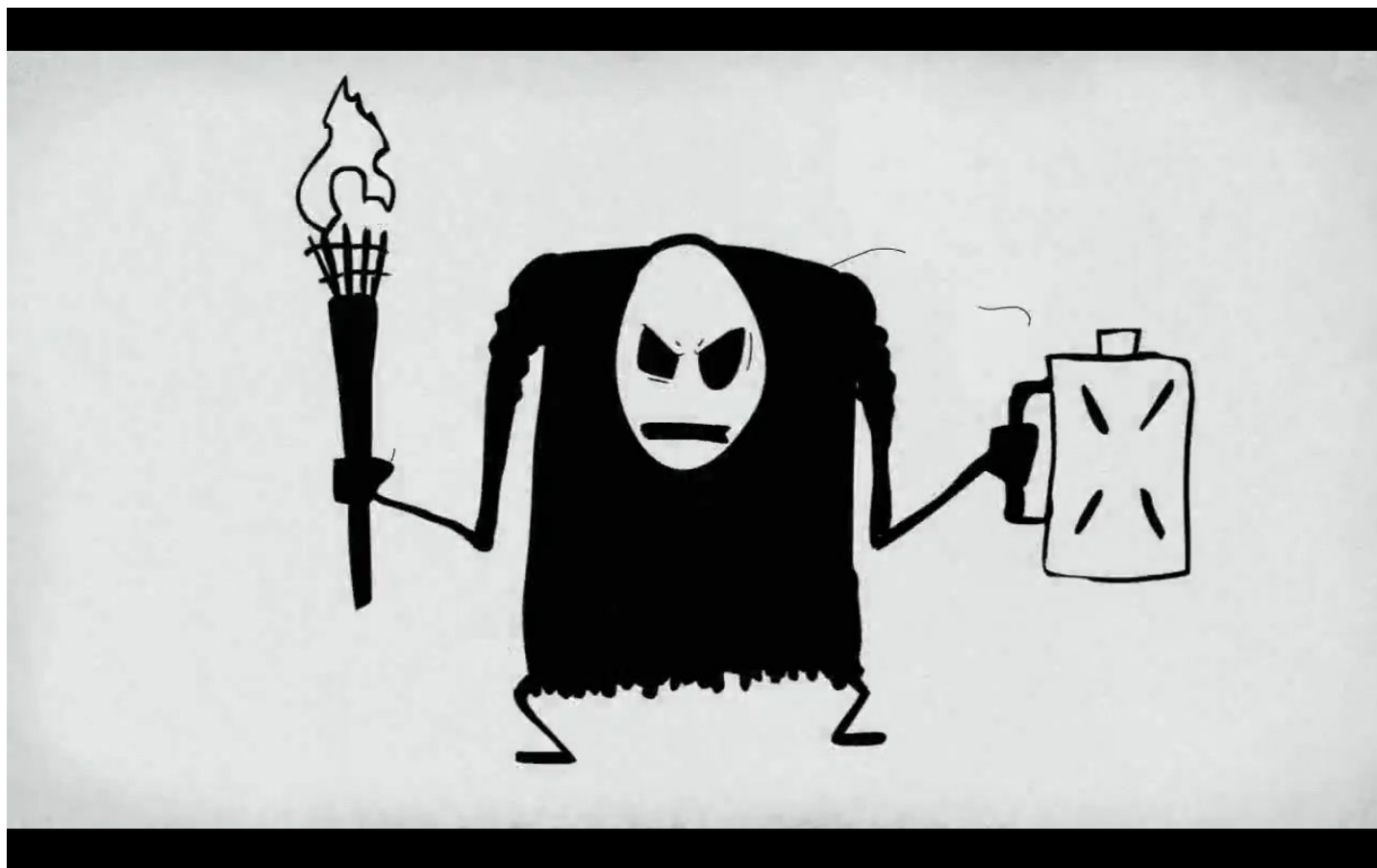
**Сергей Долгов**

Исполнительный директор фестиваля  
«Лайм»

Директор по развитию SocialCraft

[www.limefest.ru](http://www.limefest.ru)

# Будеть сами себе Фриманом



# КАНАЛЫ и носители

Перед тем, как начинать работу с социальным сообщением, задавайте себе эти вопросы:

Кто, где и когда увидит ваше сообщение?

Что люди должны подумать?

Что они на самом деле подумают?

# ACTION!

**Что вы хотите, чтобы человек сделал?**

Задумался?

Изменил свое поведение?

Увидел ваше сообщение?

Рассказал друзьям?

Поделился вашей идеей в своем блоге?

Зашел на сайт?

Стал вашим сторонником?

и т.д.

# ЭФФЕКТИВНОСТЬ

**В чем она измеряется?**

В прошедших мимо людях?

В тех, кто «задумался»?

В обращениях на сайт?

В проголосовавших на сайте?

В блогерах, написавших о вас?

В СМИ, которые поставили вас в ленту новостей?

В людях, которые реально отозвались и сделали что-то важное?

# БУДЬТЕ ЧЕСТНЫМИ

Если вы решили бороться с курением...

Бросил ли кто-то курить после вашего плаката?

Это был ваш знакомый?

Ваш папа?

# Вы?

Ваша задача – «продать» человеку его собственное социально-ответственное поведение.

Обычно это не так весело, как курить, пить и всё такое.

Вы сами готовы начать с себя?

# АКТУАЛЬНОСТЬ ТЕМЫ

**Кстати, а почему опять курение?  
У нас что, НЕТ ДРУГИХ ПРОБЛЕМ?**

Выбирайте ту тему, которая глубоко затрагивает лично вас. А не ту, которая якобы волнует государство.

# ВАШИ ПЛАКАТЫ НИКОМУ НЕ НУЖНЫ



**Да их же тысячи!**

Люди мало реагируют на наружную рекламу. Плакаты просто висят себе, а люди ходят мимо.

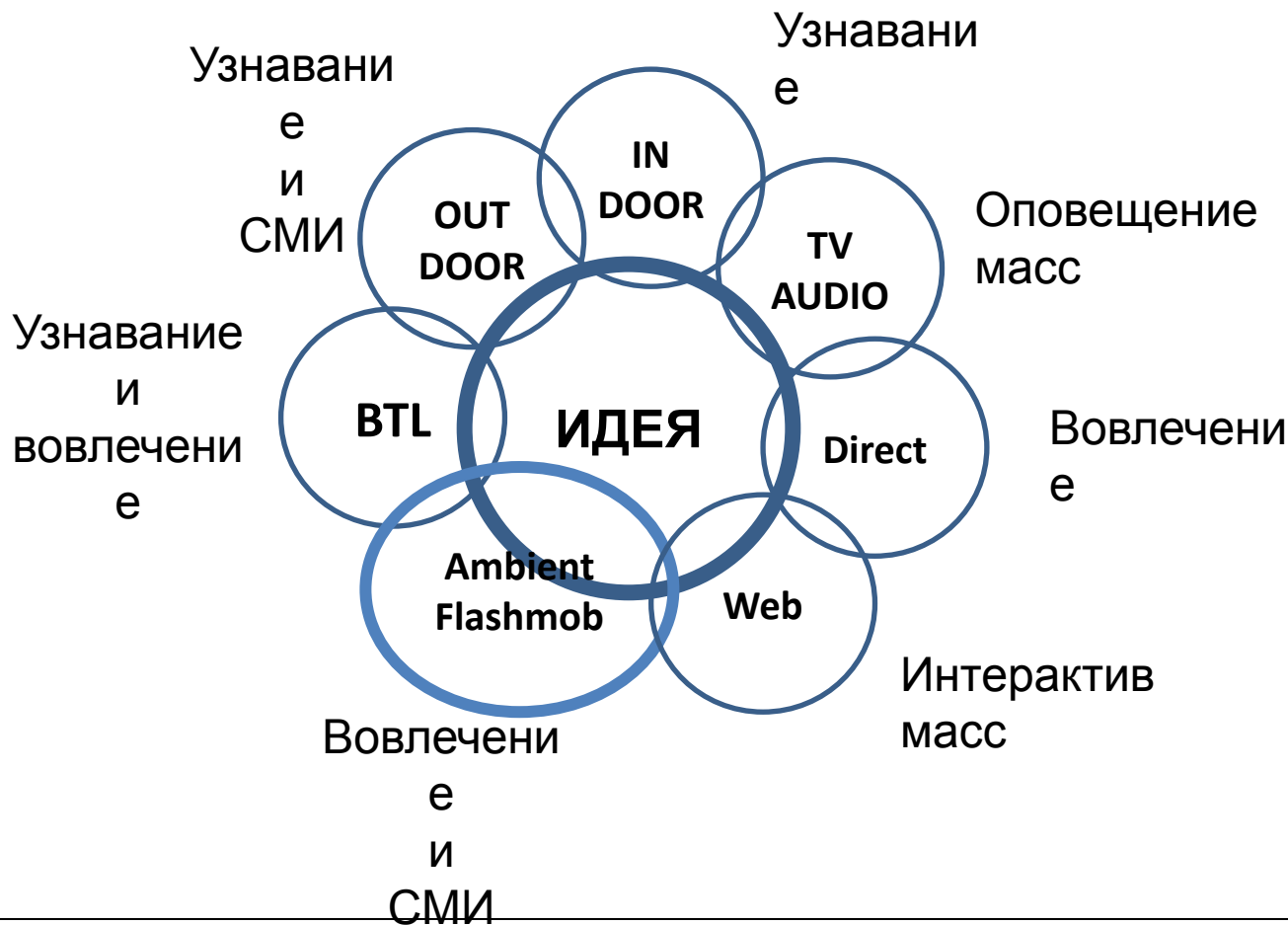
Кроме того, сами по себе плакаты еще никому не помогли.

**Мы с вами живем в веке интегрированных коммуникаций.**



# ИНТЕГРИРОВАННАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Очень упрощенно, но всё-таки:



# НЕ ПЛОДИТЕСЬ РАЗМНОЖАЙТЕСЬ!

идеям  
и

каналам  
и

Возьмите одну идею и  
работайте с ней до победного  
конца.

Продумайте, как она может звучать в  
печатке, интернете, эмбиенте.

Это лучше, чем делать каждую неделю по  
плакатику на разные темы.

Работайте до получения результата.

---

**А если бы это была ваша работа?**

Вы бы каждый раз откладывали бы «неудачную» тему в сторону

и креативили бы про что-то еще?

# НЕ ПОЛУЧИЛОСЬ?

## Не отчаивайтесь!

Это не значит, что социальная  
реклама не работает.

Просто социальная реклама работает там, где есть  
стратегия.

И где есть понятные достижимые цели.

КТО ВАША ЦА?

Сколько у вас целевых аудиторий?

Кто все эти люди?

Что вы о них знаете?

# ЯЗЫК

На каком языке вы с ними говорите?

Анекдот: приходит внук и говорит папе:  
«А наша бабушка...»

# ИССЛЕДУЙТЕ

Тестируйте Идею

Проверяйте воплощение

Исследуйте эффект

# А ВЫ ЧТО ДУМАЛИ?

Социальная реклама – это работа.

Тяжелая и, подчас, опасная.

# ИНСАЙТ



**ДЕВУШКИ! БУДЬТЕ БДИТЕЛЬНЫ!**

За рулем Мерседосов S-класса сидят в основном ШОФЕРЫ!

DEMOTIVATORS.RU



**А ВЕДЬ НАШИ ВНУКИ  
НЕ ПОЙМУТ**

Почему его называли ящиком

DEMOTIVATORS.RU

Чтобы вам поверили, вы должны выяснить инсайт: скрытую\* ото всех причину того, почему проблема, о которой вы говорите, имеет место быть. И как ее можно исправить.

\*Скрытую – потому что иначе давно уже было бы понятно, как ее решать.



# ИНСАЙТ

Примеры  
инсайтов:

<http://www.youtube.com/watch?v=WWTRUZz0Vc0>

<http://www.youtube.com/watch?v=OXlyzMLwJUo>

<http://www.youtube.com/watch?v=WOmaKWz3eeA>



# ОЙ, ВСЁ ТАК ПЛОХО!

И перестаньте рекламировать проблему.

## Рекламируйте решение!

Не проблема, а РЕШЕНИЕ.  
Еще раз:



Поставьте себе задачу.

«Задача, это этап достижения  
цели»

А к какой цели стремитесь Вы?

# ОБЛИЧАТЬ БЕССМЫСЛ



Это енот

А чего добился ты?

Еще и опасно.

**Бесполезно спрашивать: «А ты записался в добровольцы?»**  
Сейчас не война, требующая срочной мобилизации каждого.

**Глупо говорить: «А что ты сделал сегодня?»**  
Вы не дали людям возможности ответить.

**Опасно обвинять людей.**

Люди этого не любят и начинают внутренне огрызаться. После этого они перестают замечать вашу рекламу.

Не надо пенять на то, что у нас бездушные люди.

Просто когда со всех плакатов на тебя тычут пальцем и говорят «ты – говно», не хочется никому помогать.

# ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

Как люди смогут к вам обратиться?

Где они получат больше информации?

Есть ли у вашего проекта сайт, телефон, страница в соцсетях?

Если вы не готовы заниматься решением проблемы, но готовы придумывать, обратитесь к благотворительному фонду и волонтерской организации, которая занимается вашей темой.

~~Им очень нужна помощь молодых талантливых рекламистов.~~

Где их найти? Да хотя бы здесь [www.refest.ru](http://www.refest.ru) [www.kak-prosto.org/](http://www.kak-prosto.org/)

# КЕЙСЫ

**Сделаем 2008** <http://www.youtube.com/watch?v=G1MGRHlmmfU>

**Drink.Drive.Join** <http://www.slideshare.net/soulskeeper/drinkdrivejoin>

**Мусора.Больше.Нет** <http://musora.bolshe.net>

<http://www.adme.ru/cannes-lions-2009/promo-lvy-2009-nashli-svoih-obladatelej-54921/>

<http://www.facebook.com/group.php?gid=142816375746407>

# СЕРГЕЙ ДОЛГОВ



Facebook: [sergey.dolgov](https://www.facebook.com/sergey.dolgov)

Mail: [dolgov@socialcraft.ru](mailto:dolgov@socialcraft.ru)

Skype: adpartizan

Директор по развитию SocialCraft

Эксперт **Общественной палаты по вопросам социальной рекламы и благотворительности**

Соучредитель Учредитель Коалиции НКО по развитию социальной рекламы и благотворительности в России.

Куратор специальности «Реклама» Высшей школы Экономики

Исполнительный директор **Фестиваля социальной рекламы Lime**

[www.limefest.ru](http://www.limefest.ru)