



Социальная реклама или Социальный маркетинг?



SocialCraft

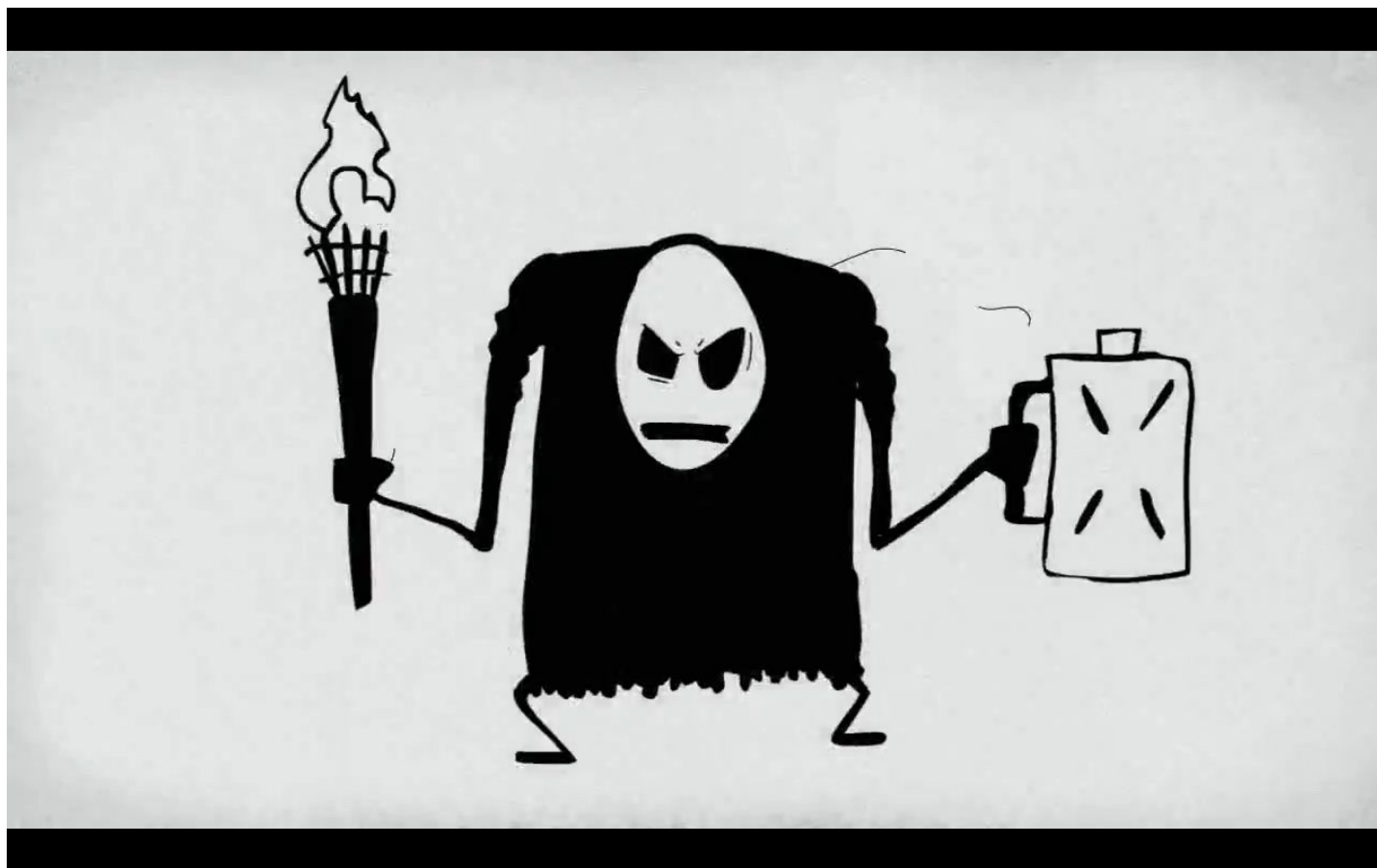
Сергей Долгов

Исполнительный директор фестиваля
«Лайм»

Директор по развитию SocialCraft

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!

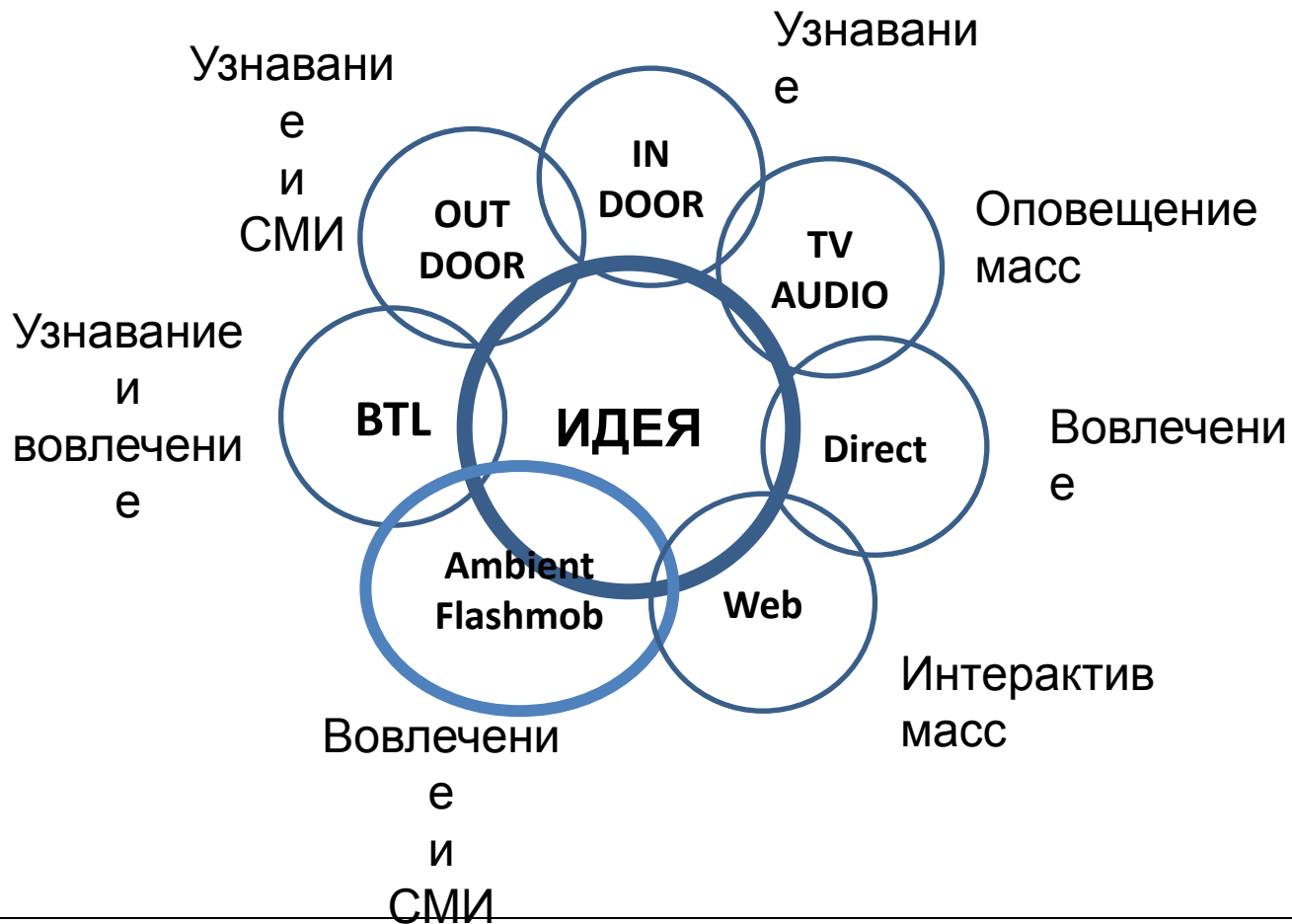
Люди мало реагируют на наружную рекламу. Плакаты просто висят себе, а люди ходят мимо.

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



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 получают 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 www.kak-prosto.org/

КЕЙСЫ

Сделаем 2008 <http://www.youtube.com/watch?v=G1MGRHImmFU>

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

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