

1. Успешный кейс акции для сбора средств на корм животным.



Заказчик: Частный приют города Краснодара (около 100 животных)

Описание: Поставщик корма включил приют в число участников акции, по которой сумма собранных средств удваивалась за счет самого поставщика и на нее осуществлялась поставка любого корма, выбранного по прайсу поставщика.

Цель: Собрать средства на сумму, удвоение которой позволило бы купить корма на 1 тонну и за счет этого обеспечить животных едой на полгода вперед.



Метрика: Сумма собранных средств

Требуемый объем метрики: не менее 106 тысяч рублей

Ограничения: Даты запуска и завершения акции определялись поставщиком. В итоге акция проводилась с 1-го по 14-ое мая, то есть большая часть акции выпала на майские праздники. Как мы знаем, выходные обычно – самое худшее время для сбора средств.

Шаги

1. **Чистка собачек** и неактивных участников группы в ВК.
 2. Организация **отдельного обсуждения** для публикации отчетности **под данный сбор**.
 3. Старт сбора с поста, подробно описывающего суть акции и ее ценность для приюта, с указанием всех методов, которыми можно было перечислить средства, а также конкретных сроков проведения акции. Никаких «спасите-помогите, мы голодаем» не было, но было указание ценности для нас любой помощи.
 4. Изучение вопроса размещения **платного поста** в самой популярной группе Краснодара. Цена вопроса оказалась 3,5 тысячи рублей, что для нас было достаточно существенной суммой. Плюс был негативный опыт подобной публикации, после которой большое количество людей позвонило в приют с истерикой «заберите животное, выжприют», поэтому от платного поста решили отказаться.
 5. **Запуск таргетинга**. В качестве сообществ указали собственную группу и группы ветеринарных клиник. Таргетинг дал потрясающий результат – на 300 открученных рублей было собрано 5000 за первые 2 часа. Дальше реклама была заблокирована администраторами ВК из-за ведения сбора на личную карту.
 6. Помня, что таргетинг, в том числе на группы вет.клиник, сработал успешно, попытались договориться с клиниками о **бесплатной публикации поста**. Несмотря на то, что я широко известна в ветеринарных кругах города еще со времен бытности куратором бездомных животных, согласилась только 1 клиника, но это все равно дало нам дополнительный охват и пожертвования. Также просила о публикации группу вегетарианцев, считая, что забота о животных должна быть им близка, но получила достаточно категоричный отказ с причиной «не наша тематика».
 7. **Напоминания**: публиковались 1 раз в 3 дня во всех социальных сетях. К концу сбора, в 3 последних дня, напоминания публиковались каждый день. В последний день – утром и вечером. Текст постов, хотя и содержал реквизиты и общую информацию по акции, был разным.
 8. Все сотрудники и основные волонтеры приюта **активно лайкали, репостили и комментировали посты** по акции. В течение максимум полчаса, а обычно в течение 5-ти минут мы отвечали на каждый комментарий к каждому посту.
- *Все переводы незамедлительно заносились в обсуждение с отчетом по сбору.*

Результаты и завершение кампании



Результат: Собрано **112 тысяч рублей**, на которые приобретено более тонны сухого и немного влажного корма.

Лучший эффект был от группы в ВК, неплохой – от Instagram, минимальный – от FB.

Завершение: Во всех группах сразу по завершению акции был опубликован финальный пост с благодарностями всем, кто участвовал деньгами, лайками и репостами, подчеркнута важность любой суммы и помощи. Были люди, которые перечисляли нам по 1 рублю, были люди, которые перечисляли нам по 5 тысяч, мы поблагодарили их всех, так как каждый вклад важен.

Во время доставки и отгрузки корма в приют сняли видео и выложили еще один пост с благодарностями. Отдельным постом поблагодарили тех, кто помог с выгрузкой корма.