

Продвижение КСО-проекта: каналы, измерение эффекта

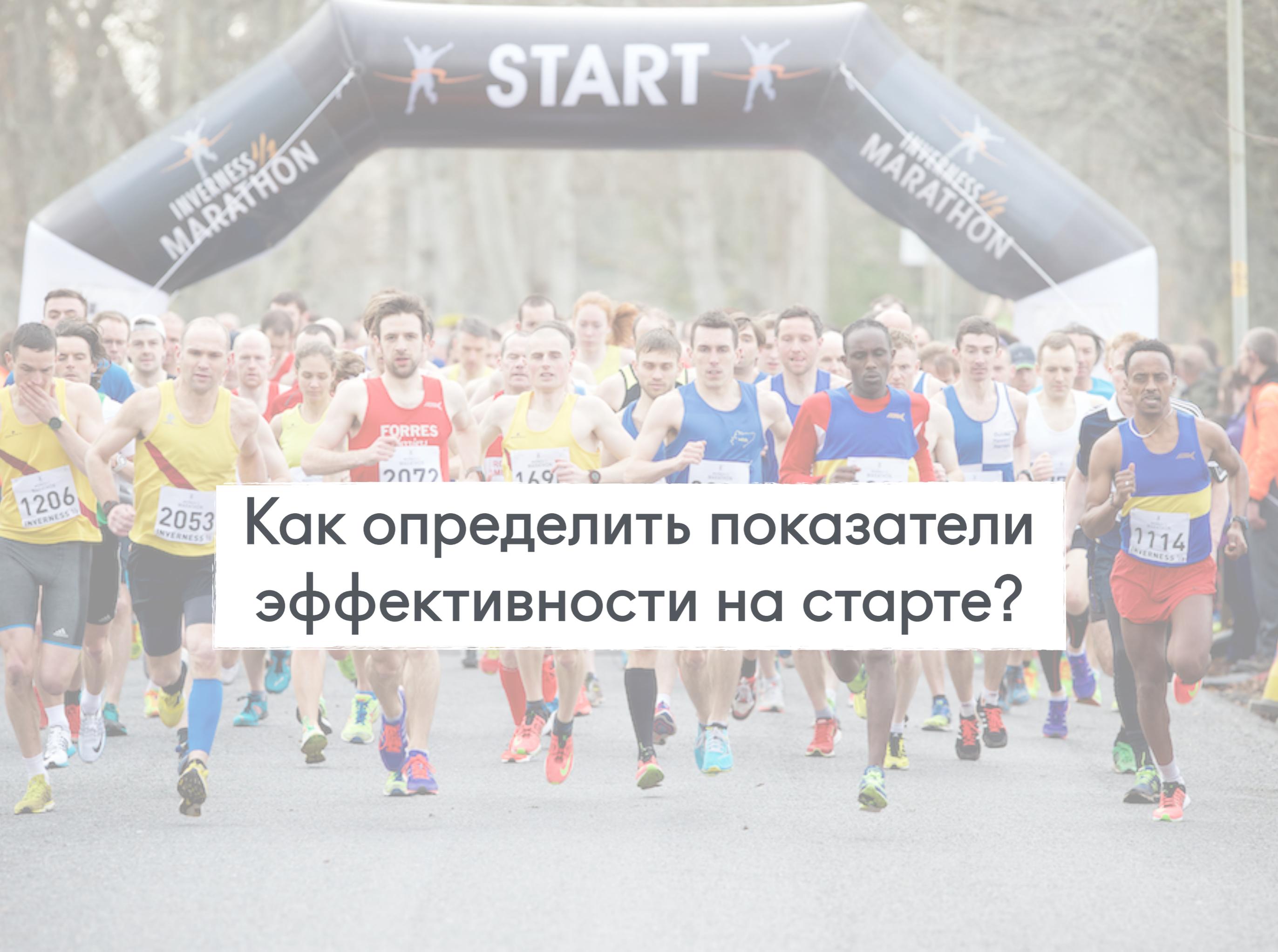


Есть ли универсальные показатели эффективности проекта?

- У каждого КСО-проекта свои цели и задачи
- КСО-проекты направлены на различные социальные группы
- Не всем КСО-проектам нужна публичность

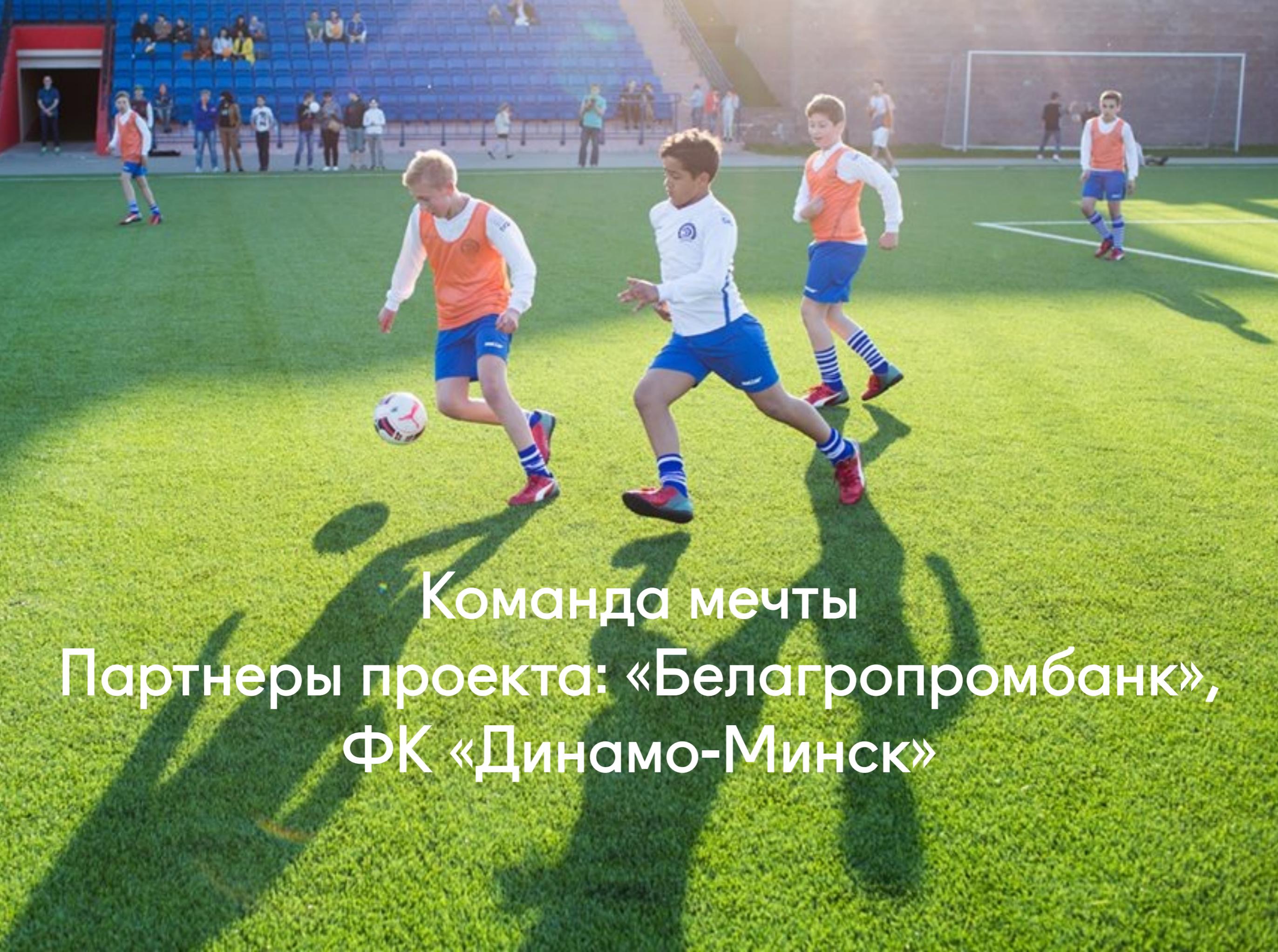
Каким может быть эффект от продвижения КСО-проекта?

- Достигнут финансовый результат (собрана необходимая сумма средств)
- Win-win (задействованные в проекте стороны решают поставленные задачи)
- Media Buzz (становление темы/проблематики КСО-проекта как актуальной в медиа-пространстве на устойчивой основе)
- Лидеры мнения как адвокаты проекта (вовлечение медиа-персон в жизнь проекта и его будущее)



Как определить показатели эффективности на старте?

- Определить «большую и глобальную» цель проекта, к которой будет идти не только небольшая команда сотрудников, а вся компания в целом
- Определить тактические цели и задачи проекта, его направленность (корпоративное волонтерство или общенациональный проект)
- В случае, если проект долгосрочный - разработать стратегический таймлайн проекта
- Провести необходимые исследования до начала проекта



Команда мечты

Партнеры проекта: «Белаггропромбанк»,
ФК «Динамо-Минск»

«Команда мечты».

Цели и задачи проекта

Цель:

Популяризация наставничества среди целевой аудитории проекта - мужчин

Задачи:

- Организация футбольных тренировок для мальчишек из детских домов
- Вовлечение лидеров мнения в тренировки и общение с детьми
- Образовательные мероприятия для детей
- Информационное партнерство с ключевыми СМИ (TUT.by / ОНТ / Прессбол)

Цифры проекта

- Тренировки проекта посетило более 300 мужчин
- Охват аудитории публикаций в СМИ и социальных сетях - около 7 000 000
- Более 200 публикаций в 30 СМИ (не учитывая трансляцию социального ролика на ТВ в течение двух месяцев)
- С 23 февраля по 13 мая 2016 года в «Нити Дружбы» было подано более 200 заявок на участие в программе наставничества , проведено 7 информационных встреч для желающих стать наставниками. В информационных встречах приняли участие 92 человека
- Сформировано 5 пар «наставник-воспитанник»

Благотворительный вечер
Международного фестиваля
Юрия Башмета
«15 000 шансов на жизнь»



«15 000 шансов на жизнь»

Цели и задачи проекта

Цель:

Сбор средств на покупку аппарата ИВЛ и лекарств для РНПЦ детской онкологии, гематологии и иммунологии

Задачи:

- Организация эффективной механики сбора средств в рамках благотворительного вечера
- Вовлечение «звездных» гостей в программу ужина
- «Сторителлинг» вокруг проблематики, вовлечение гостей

Цифры проекта

- Собранный сумма для покупки оборудования и лекарств стала рекордной для Беларуси (по сборам за 1 вечер)
- Все целевые закупки для РНПЦ были произведены в согласованные сроки

#Minskikot by Viber



#Minskikot by Viber

Цели и задачи проекта

Цель:

Вовлечение горожан в тематику арт-благоустройства города через digital-инструменты

Задачи:

- Создание серии граффити в городе и ее поддержка тематическим стикерпаком в Viber
- Постоянное поддержание внимания к проекту в СМИ и социальных сетях

Цифры проекта

- Более 500 тысяч скачиваний стикерпака
- 400 тысяч подписчиков в публич-аккаунте #Minskikot в Viber
- Охват аудитории публикаций в СМИ - более 3 миллионов контактов
- Более 1500 публикаций в Instagram с хештегом #minskikot

Спасибо за внимание!

PRCI

prci.by

[Facebook: @prciagency](https://www.facebook.com/prciagency)

[Instagram: prci_agency](https://www.instagram.com/prci_agency)