

Подготовка и запуск рекуррентной кампании

Агнесса Саркисян,
эксперт по фандрайзингу и коммуникациям,
Член попечительского совета благотворительного фонда помощи взрослым «Живой



ТЕПЛИЦА СОЦИАЛЬНЫХ
ТЕХНОЛОГИЙ

Живой.
Фонд помощи
взрослым.

Миллионы по подписке

Регулярные пожертвования в пользу НКО:

- *рекуррентные платежи*
 - *ежемесячные платежи*
 - *платежи по подписке*
 - *автоплатежи*
- Рекуррентные платежи — это **основа устойчивости** организации.
 - Рекуррентные платежи — это возможность для НКО **планировать будущее и работать эффективно.**

Бенчмаркинг НКО — Techno.st

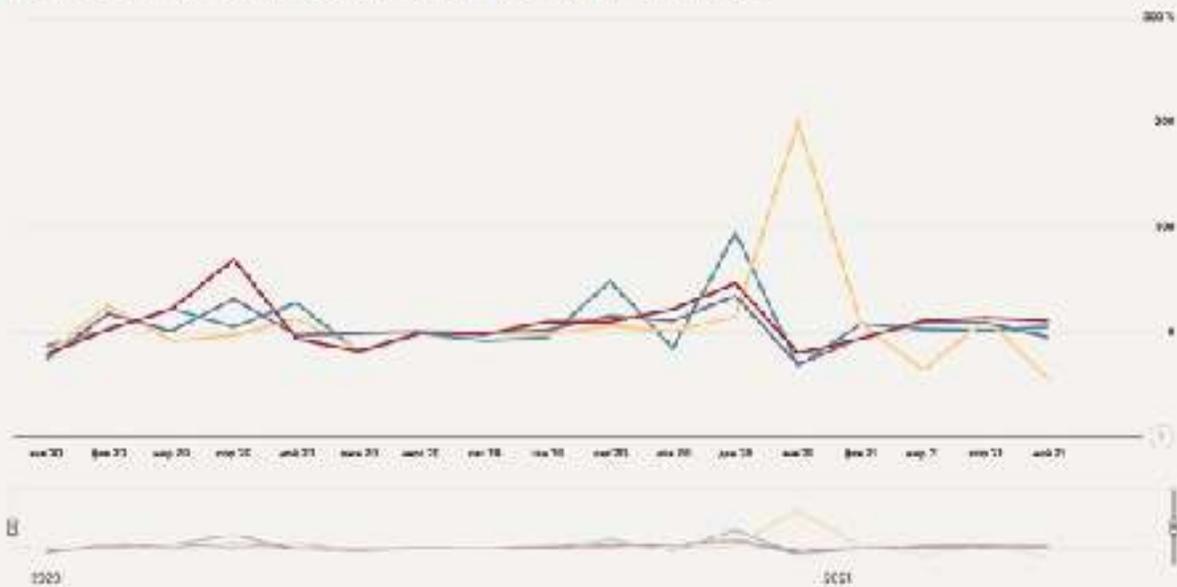
Прирост числа всех пожертвований (месяц к месяцу)

ИД

поиск

По умолчанию показаны графики всех направлений.
Вы можете выбрать только нужные, кликнув на название на странице.

Главная страница (включая рубрику «Новости») Материалы и видеоматериалы Поиск новостей Новости, заметки и рассылки



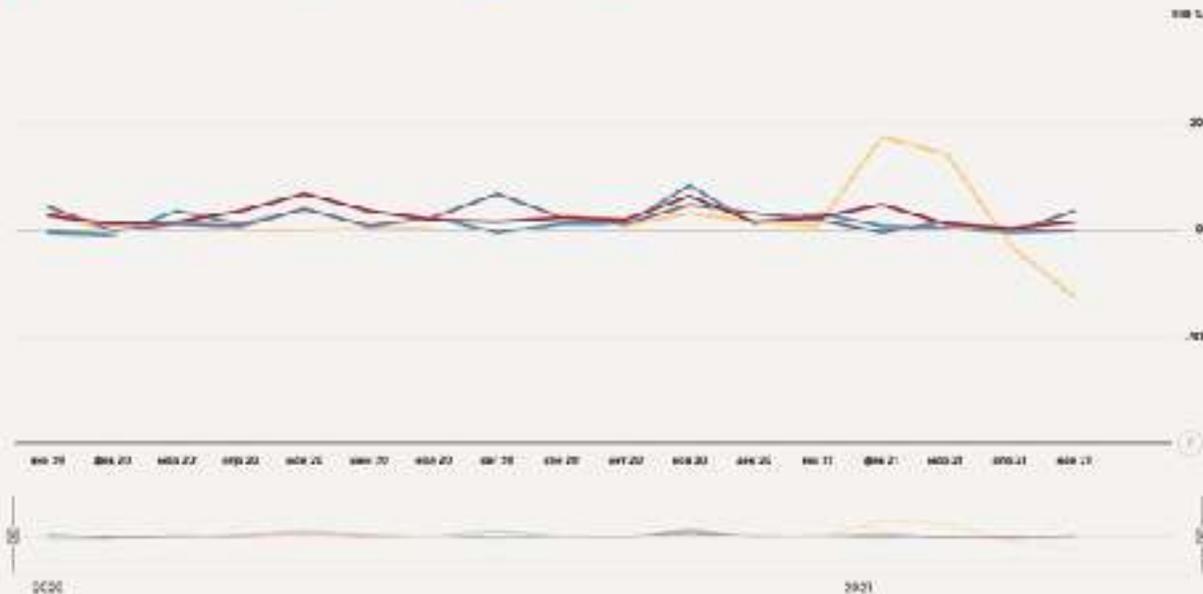
Прирост числа разовых и рекуррентных пожертвований (месяц к месяцу)

ИД

поиск

По умолчанию показаны графики всех направлений.
Вы можете выбрать только нужные, кликнув на название на странице.

Главная страница (включая рубрику «Новости») Материалы и видеоматериалы Поиск новостей Новости, заметки и рассылки



Привычка помогать

- Число подписок на рекуррентные платежи за последний год выросло в 5 раз.
- Средняя сумма пожертвования у рекуррентной подписки варьируется от **107 до 511 рублей** на разных платформах.
- Сумма пожертвований, поступающих от подписчиков через рекуррентные платежи, составила чуть более 244 млн рублей (57% от всех собранных средств на платформах - «Благо.ру», «Добро.Mail.ru», фонд «Нужна помощь» в 2019 году).



Рис. Татьяны Задорожной

Этапы подготовки

- Определение цели и задач;
- Техническая подготовка;
- Определение и исследование целевой аудитории;
- Разработка идеи и сообщения кампании;
- Планирование: коммуникационный план, каналы продвижения, вовлечение публичных лиц;
- Подготовка и производство визуального и текстового контента;
- Реализация коммуникационного плана;
- Оценка эффективности кампании.



Рис. Татьяны Задорожной

Определение цели и задач

Какая основная цель?

- Привлечь пожертвований на N сумму через ежемесячные подписки.

Важно определить конкретную сумму, которую вы можете обосновать. Например, для того, чтобы ваш фонд мог продолжать работать вам необходима N сумма ежемесячно на зарплаты определенных сотрудников или на реализацию определенной программы НКО.

Какие задачи?

- Обеспечить устойчивую работу НКО;
- Прогнозировать развитие программ НКО;
- Удержать рекуррентов и привлечь новых;
- Создать лояльное сообщество, которое поддержит вас в кризисных ситуациях;



Рис. Татьяны Задорожной

Техническая подготовка

- Платежная система
- CRM
- Аналитика
- Страница приема платежей - дизайн
- Письма - отбивки
- Сервис для рассылок

Помочь за 1 минуту

Назначение платежа: Добровольное пожертвование на программную деятельность

The screenshot shows a donation form with the following elements:

- Frequency selection: **ЕЖЕМЕСЯЧНО** (disabled) and **НА ОДИН** (active).
- Text: "Мы будем рады ежемесячному покровительству на любую сумму - это поможет Фонду успешно развиваться и продолжать работу даже в самых сложных условиях."
- Amount selection: **1000 руб.** (active), 500 руб., 300 руб., 100 руб., and **ДРУГАЯ СУММА**.
- Payment method: **ПЛОЩАДЬ ПЛАТЕЖЕЙ** with logos for **ВISA**, **MASTERCARD**, and **МИР**.
- Field: **ВАШЕ ИМЯ** with the placeholder "Ваш e-mail".
- Field: **Имя и Фамилия ***.
- Checkboxes: **Согласен с условиями акции** and **Согласен на получение мной персонального уведомления**.
- Button: **ПОЖЕРТВОВАТЬ**.

Техническая подготовка



Сделать пожертвование

Скриншот формы «Сделать пожертвование» с шагами 1, 2, 3. Шаги 1 и 2 активны.

Шаг 1: Выбор способа оплаты: **Рубли**, Банковская карта, Яндекс.Деньги, WebMoney, PayPal, QR код.

Шаг 2: Выбор валюты: **Доллары**, Евро.

Шаг 3: Выбор суммы: 700 Р, 1200 Р, 3 000 Р, Другая сумма.

Шаг 4: Выбор периода: **Разово**, Ежемесячно.

Шаг 5: Ввод данных:

- Фамилия*: Имя
- Email*: Телефон
- Назвать сумму: На сумму одной платеж (с галочкой)

Шаг 6: Подтверждение: Подтверждаю регулярность оплаты и даю согласие на обработку персональных данных.

Шаг 7: Кнопки: **Платить**, Узнать о конфиденциальности

Определение и исследование целевой аудитории

Полагаться только на собственные представления о ЦА нельзя – они могут быть ошибочными.

| | |
|---------|--|
| Что? | Ключевая идея кампании: <ul style="list-style-type: none">• Один рубль много, когда нас много (БФ «Нужна помощь»)• #врачейнадоберечь / #помоги врачам (БФ «Живой»)• «мы не справляемся» (БФ «Константа») |
| Кто? | На кого рассчитана кампания: <ul style="list-style-type: none">• Демография: пол и возраст• География: Москва / Санкт-Петербург / регионы |
| Почему? | Почему поддержат именно вас? Какая мотивация? В чем особенная ценность вашей деятельности? Чем вы отличаетесь от других НКО для этой ЦА? |
| Когда? | <ul style="list-style-type: none">• В какой момент лучше запускать кампанию (инфоповод)? Например, в пандемию или в день защиты детей.• В какое время дня лучше привлечь внимание ЦА? Например, днем, когда офисные сотрудники обедают или после 21.00, когда родители уложили детей спать. |
| Где? | На каких ресурсах важно транслировать? Через кого важно транслировать? Где находится ваша ЦА? Кто является кумиром и вызывает доверие? Какие у ЦА интересы? |

Модель 5W Марка Шеррингтона

Разработка идеи и сообщения кампании

Самый сложный этап подготовки!

- Идея должна быть простой и понятной по реализации.

Например: #рубльвдень, #помогиврачам, 1 рубль в день - помощь детям весь год.

- В идее должен быть элемент вовлечения, который не требует сложных действий.

Например: оформи рекуррентный платеж, получи электронную открытку с рисунком Татьяны Задорожной и перешли ее пяти друзьям.

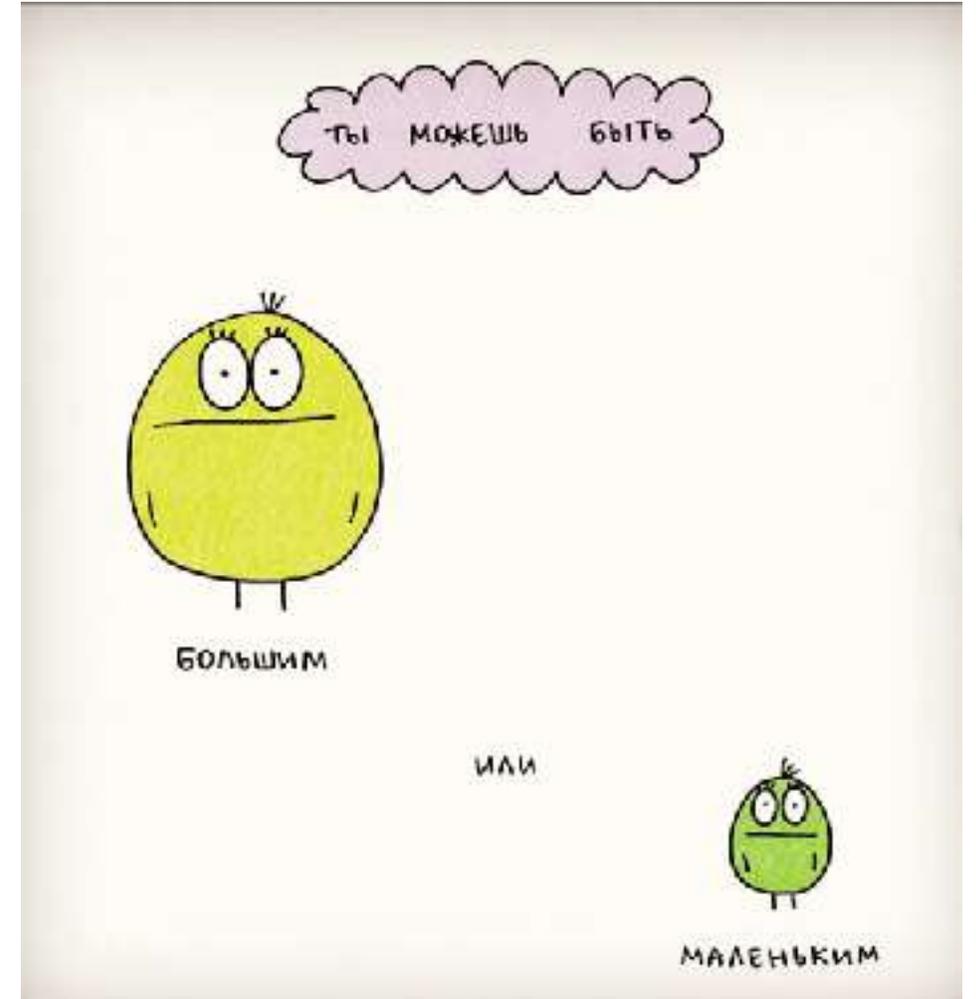


Рис. Татьяны Задорожной

Разработка идеи и сообщения кампании

Критерии оценки креативной идеи

- Новизна
- Потенциальные возможности
- Оригинальность
- Гибкость
- Эффективность
- Адекватность
- Применимость
- Логичность
- Полезность
- Ценность
- Проработанность и комплексность
- Привлекательность
- Степень сложности
- Изящество
- Выразительность
- Органичность
- Возможность реализации

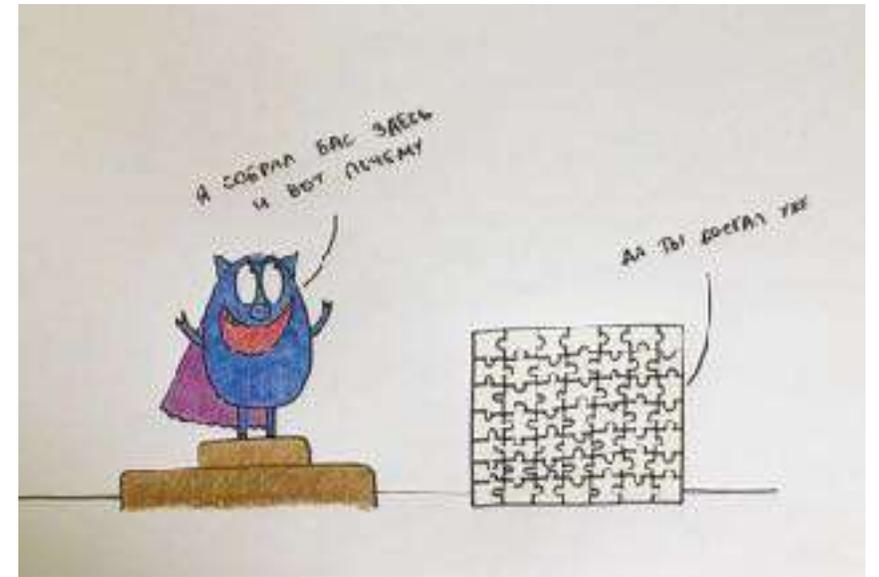


Рис. Татьяны Задорожной

Планирование и реализация

- **Коммуникационный план** - детальный план действий, по продвижению кампании / акции - каким образом мы хотим достичь нашей цели - подробное описание действий, которые необходимо выполнить.
- **Каналы продвижения** - внутренние и внешние ресурсы, где размещается информация о кампании / акции. Каналы выбираются очень тщательно, исходя из портрета ЦА - необходимо задействовать те каналы где находится ЦА, которую вы выбрали.
- **Участие публичных лиц** - это важнейшая часть продвижения кампании / акции. Очень важно приглашать публичных лиц, которые вызывают доверие и признаны той ЦА, которую вы выбрали.

Подготовка и производство контента

Контент:

- *Тексты*

- *Графика*

- *Видео*

- *Аудио*

- Готовить контент заранее;
- Найти подрядчиков / просчитать ресурсы НКО
- Тестировать контент на ЦА / A-B тестирование;
- Прописать календарь публикаций;
- Корректировать по ходу реализации, основываясь на аналитике.

| Дата | Время | Статус | Тип | Тема | Комментарий | Примеч. |
|-------|-------|--------|------------|---|--|---|
| 28.08 | 11:00 | fb | информ | Можно ли визуально определить свежесть эскера? Лайфхак от нашего кондитера | выдача 2 кондитерских для клиента-гостя 22.08, в кондитерской, в 13:00 | |
| 28.08 | 13:00 | fb | ревью | Интересный факт: самый большой эскер в мире - 6кг и, Бельгия (фото) | | OK |
| 28.08 | 15:00 | inst | прод | Всмысле-что? заказать набор эскеров: 10 шт или рюмочку. Лигульчо как подарок к 1 сентября, помешут | | OK |
| 30.08 | 13:00 | fb | прод | Подготовка к 1 сентября - необычный подарок сладко-руководительнице. Эскеры с сладкой тематикой | | OK |
| 30.08 | 9:00 | inst | прод | 31 работаем на час дольше, 1го - начинаем работать на час раньше, чтобы вы запаслись сладостями на подарок к 1 сентября | | OK |
| 31.08 | 11:00 | fb | прод | Завтра начинаем рабочий день на час раньше - чтобы вы успели купить сладости и ли-кексы | | OK |
| 31.08 | 13:30 | inst | прод | Что отгул в воскресенье вранда: после окончания всех праздничных мероприятий не рваных бригад и возможности найти что-то на своей кухне: все призыва к действию | | продать парочку эскеров на почту |
| 01.09 | 11:30 | fb | ревью-прод | Подготовка всех гостей к празднику - фото готового набора, который сегодня купил и заказал один из клиентов | | OK |
| 01.09 | 15:00 | inst | ревью-прод | Подборка фото, как 1 сентября отмечают в кондитерской (слайдер из фото) | | вышли фото |
| 03.09 | 12:00 | inst | ревью | Видео: как выглядят эскеры | | остав в ленте "Как рождаются эскеры" на google диск |

Подготовка и производство контента

Контент-план для сторис

| Понедельник — 1 апреля | Вторник — 2 апреля | Среда — 3 апреля | Четверг — 4 апреля | Пятница — 5 апреля | Суббота — 7 апреля | Воскресенье — 8 апреля |
|--|--|--|---|---|---|---|
| 10.00 Пошутить над подписчиками — шутка с сайта www.sity.ru | 9.00 Тренировка, фото или видео из зала, что-нибудь мотивирующее | 9.30 Завтрак, какое-нибудь красивое фото с цитатой или видео для вдохновения | 9.30 Завтрак, какое-нибудь красивое фото с цитатой. Тренировка — фото из зала | 9.00 Утро, тренировка, дыхательные упражнения | 9.00 Утро, дыхательные упражнения, мотивирующая цитата | 11.00 Утро, дыхательные упражнения, мотивирующая цитата |
| 12.00 Рассказать о шутке, опубликовать опрос, кто сегодня пошутит над друзьями | 11.00 Поговорить о работе, показать ролики-роулинги учеников | 11.00 Поделиться аккаунтами лучших зарубежных сторимейкеров | 11.00 Интерактив: кто сделал видео — извечник или проф. дизайнер? | 11.00 Интерактив: кто художник — несколько картин | 11.00 Конкурс — 3 бесплатных места на курс. Нужно отправить мотивирующее письмо | 11.00 Показать любимые книги о дизайне, спросить, кому какие нравятся |
| 13.00 рассказать об успешном кейсе по обучению сторимейкеров | 13.00 Ура, будет новый набор на курс! Готовьтесь, скоро будет анонс | 13.00 Рассказать, что работаю над курсом с кураторами | 12.00 Несколько видео создания ролика в моуши | 13.00 Опубликовать анонс — курс начнется 15 мая! | 13.00 Поделиться работами учеников с прошлого курса | 13.00 Рассказать, что профессия сторимейкера имеет большое будущее |
| 15.00 Сделать разминку логички (заранее нужно смонтировать) | 16.00 Показать лук для ливдама, пригласить и подругами, позвать в Телеграм, там ссылки | 16.00 Предложить стать кураторами выпускникам прошлого курса | 16.00 Показать готовый ролик, спросить, нравится ли подписчикам | 16.00 Поделиться работами учеников с прошлого курса | 17.00 Пожелать всем хороших выходных, поделиться своими планами | После 16.00 Красивое фото. Отдых от соцсетей |
| 21.00 Помедитировать, снять отрывок из Яси | 21.00 Что-нибудь восторженное сказать о планируемом курсе | 21.00 Рассказать, что только закончила работать. Видео йоги | 21.00-22.00 Вечернее мотивирующее видео с кингой | 20.00-21.00 Рассказать о любимом сериале, спросить, кто его смотрит | | |



Оценка эффективности кампании

Основные показатели:

- Количество новых ежемесячных подписок;
- Количество разовых доноров ставших регулярными;
- Количество новых разовых пожертвований;
- Количество разовых пожертвований от доноров, которые уже жертвовали.

Косвенные показатели:

- Цитируемость в СМИ и на онлайн площадках;
- Количество просмотров, лайков, расшаров в соцсетях / вирусность;
- Количество новых подписчиков в соцсетях;
- Отклики в профессиональных блогах.

Оценка эффективности кампании - методы

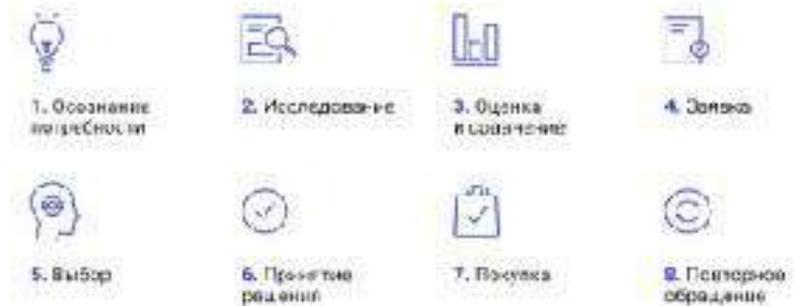
- Методы, используемые классическими пиарщиками. Пресс-рейтинг, индекс цитируемости, PR Value и другие.
- Оценка эффективности с помощью автоматизированных сервисов — «Медialogия», «Интерфакс СКАН», BrandAnalytics и других. Все они платные.
- Системы показателей, коэффициентов и KPI, которые применяются для оценки конкретных публикаций (просмотры, охват и т. д.). Потом из этих оценок складывается общий показатель по месяцу, кварталу, году.



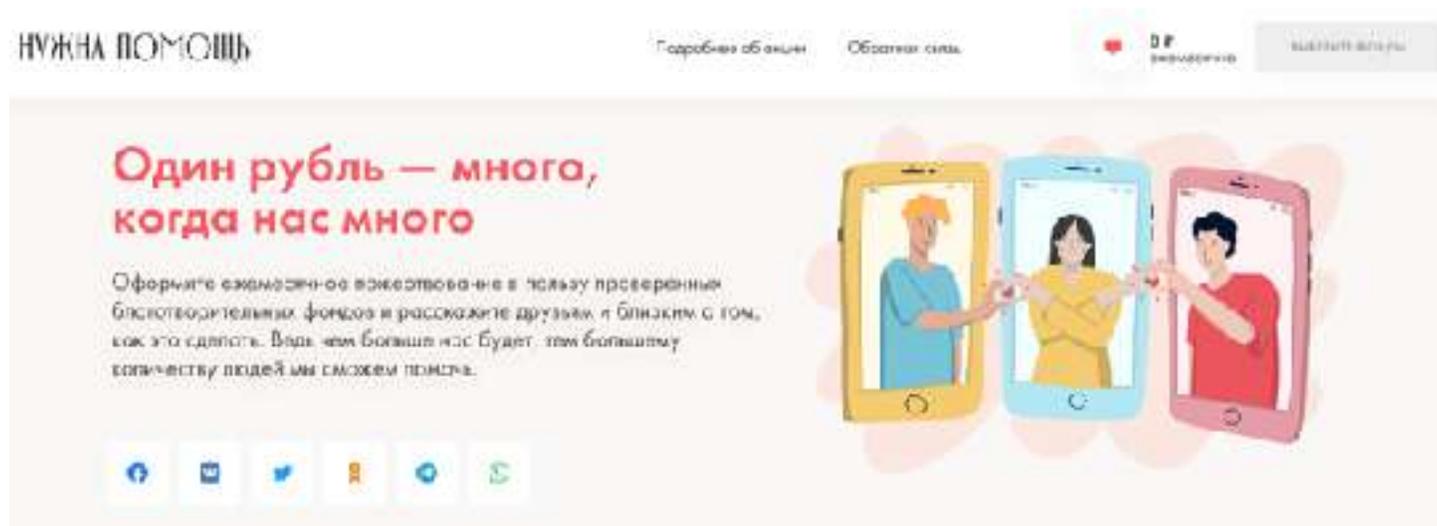
Конверсионный путь клиента



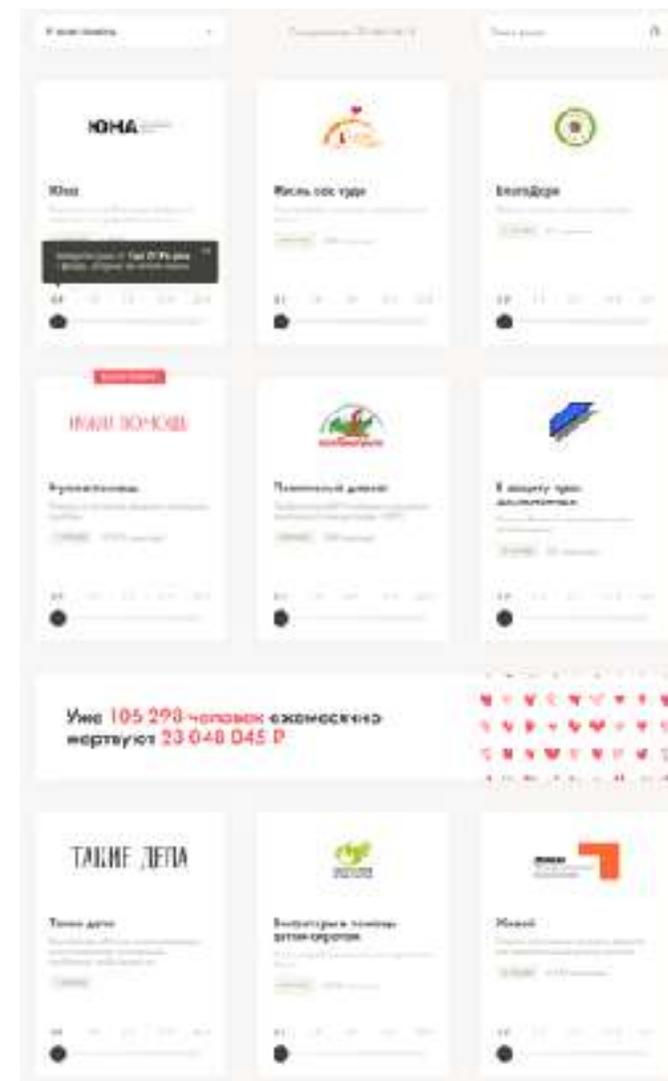
Стадии жизненного цикла клиента



Кейс 1: Рубль в день (БФ «Нужна помощь»)

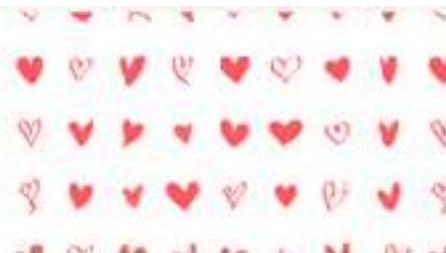


За первые сутки россияне подписались на ежемесячные пожертвования общей суммой в миллион рублей. Акцию поддержали телеведущий Владимир Познер, актриса Ирина Горбачева, актер и учредитель фонда Константин Хабенский, актер Данила Козловский, певица Полина Гагарина и другие. В 2020 году, был запущен второй этап кампании, который поддержали подопечные благотворительных фондов «Дети-бабочки», «Вера», «Собаки – помощники инвалидов», «Ночлежка», «Дари еду!», фонда Хабенского и российские знаменитости – Владимир Познер, Ингеборга Дапкунайте, Константин Хабенский, Данила Козловский, Людмила Улицкая, Юлия Ауг и Сергей Бурунов. Они рассказали о своей благотворительности.



Кейс 1: Рубль в день (БФ «Нужна помощь»)

Уже **106 298** человек ежемесячно
жертвуют **23 048 045 Р**



БФ «НУЖНА ПОМОЩЬ»

Оформление ежемесячного пожертвования

Имя

Фамилия

Почта

Телефон

Мы не передадим ваши данные третьим лицам.

Сколько хотите пожертвовать в месяц?

Мы принимаем пожертвования от физических лиц (не от юрлиц).

Способ оплаты КАРТА БИЗНЕС ЧЕКИ

Итого к оплате

Адрес

Введите номер и фамилию владельца карты (для проверки безопасности).

Имя

Согласен с условиями использования персональных данных и правилами обработки персональных данных.

НУЖНА ПОМОЩЬ

Войти

Платежные данные

Номер карты

Срок карты

CVC

Держатель карты

В качестве проверки банковской карты будет списан 1 Р

© 2024. Проект «Нужна помощь» от фонда «Нужна помощь»

О нас Герои нашей жизни

Кейс 1: Рубль в день (БФ «Нужна помощь»)

НУЖНА ПОМОЩЬ

Спасибо за вашу помощь!

Поблагодарите тех, кто помог вам, или поделитесь этой историей с друзьями.

Facebook Twitter VKontakte Odnoklassniki YouTube Telegram



Благодарно собрано
23 048 045 ₺

© 2019 Фонд «Нужна помощь». Все права защищены. | [Помощь](#) | [Партнерам](#)

Нужна помощь

История

Ваша школа оборудована

Классное оборудование для нуждающихся детей

| | | | |
|----------|-----------|-------------|-------------|
| Собрано | Помощи | Собрано | Помощи |
| 87 340 ₺ | 330 000 ₺ | 1 124 387 ₺ | 1 526 038 ₺ |

Помочь добровольно

Узнать подробности

Ваша школа, что провозит эти товары

Контакты благотворительного фонда «Нужна помощь»

Р. С. По адресу: г. Москва, ул. Мухоморова, д. 10, стр. 1, этаж 10

| | |
|----------------|-------------------|
| Личный кабинет | Помощники |
| Платежи | Список волонтеров |

Нужна помощь

Живой фонд помощи взрослым

Живой

| | | | |
|---------|--------------|--------------------|------|
| Собрано | 28 206 147 ₺ | Помощников собрано | 4952 |
| Платежи | 29 | Помощи | 73 |

Миссия фонда «Живой» — помочь и поддержать людей, столкнувшихся с проблемами в возрасте от 18 до 60 лет. Фонд осуществляет с 2010 года и до сих пор мы только помогаем адресно, но в основном онлайн и через социальные сети.

Основная программа работы — помощь в лечении, реабилитации и уходе.

Кроме того, в 2018 году фонд запустил проект «Живой» — проект, направленный на поддержку и помощь людям с различными заболеваниями и инвалидностью.

Отчеты:

- Отчет фонда «Живой» за 4 квартал 2020 года
- Отчет фонда «Живой» за 3 квартал 2020 года
- Отчет фонда «Живой» за 2 квартал 2020 года
- Отчет фонда «Живой» за 1 квартал 2020 года
- Отчет фонда «Живой» за 4 квартал 2019 года
- Отчет фонда «Живой» за 3 квартал 2019 года
- Отчет фонда «Живой» за 2 полугодие 2019 года

Вопросы

Помощь

Кейс 1: Рубль в день (БФ «Нужна помощь»)

Об акции



Все знает, что именно регулярные пожертвования помогают благотворительным организациям планировать свою деятельность, привлекать на работу специалистов, закупать лекарства и все необходимое для поддержания их знаний, что завтра они не останутся без помощи.

Именно поэтому фонд «Нужна помощь» запустил благотворительную акцию «Рубль в день», в рамках которой всего за минуту вы можете оформить пожертвование от 1 до 10 рублей в день, ну или увеличить пожертвование в пользу одной или нескольких из 240 проверенных благотворительных организаций, которые оказывают помощь самым разным людям по всей России.

Раз в месяц вашей карте будет автоматически списываться заданная сумма, а на почту будут приходить отчеты от фонда о том, на что идут ваши деньги.

Чтобы помочь, не обязательно иметь много денег. Даже 1 рубль — это много, когда речь о многом.

О фонде «Нужна помощь»

Фонд «Нужна помощь» — одна из крупнейших благотворительных организаций в России, главной целью которой является развитие общественной благотворительности и изменение отношения общества к решению социальных проблем. Фонд собирает пожертвования для других некоммерческих организаций, в том числе благотворительных фондов, по сути являясь «фондом фондов».

«Нужна помощь» создает инфраструктуру для более чем 240 благотворительных организаций от Калининграда до Владивостока. То есть дает им две вещи: знания и технологии.

При этом сам фонд существует на пожертвования частных лиц. Так что пожертвование в фонд «Нужна помощь» — это инвестиции в решение социальных проблем в России.

Часто задаваемые вопросы

Есть ли комиссия при переводе?



Это безопасно?



Могу ли я отменить пожертвование или увеличить сумму?



Как оформить пожертвование?



Зачем еще помогать вашему фонду?



Не нашел ответ на свой вопрос. Кого можно спросить?



Кейс 1: Рубль в день (БФ «Нужна помощь»)

- Цепочка писем: отчеты, рассказ о новых кейсах;
- Личный кабинет: самостоятельное управление своими подписками, история пожертвований;
- Медиа: публикации в СМИ о достижениях акции.



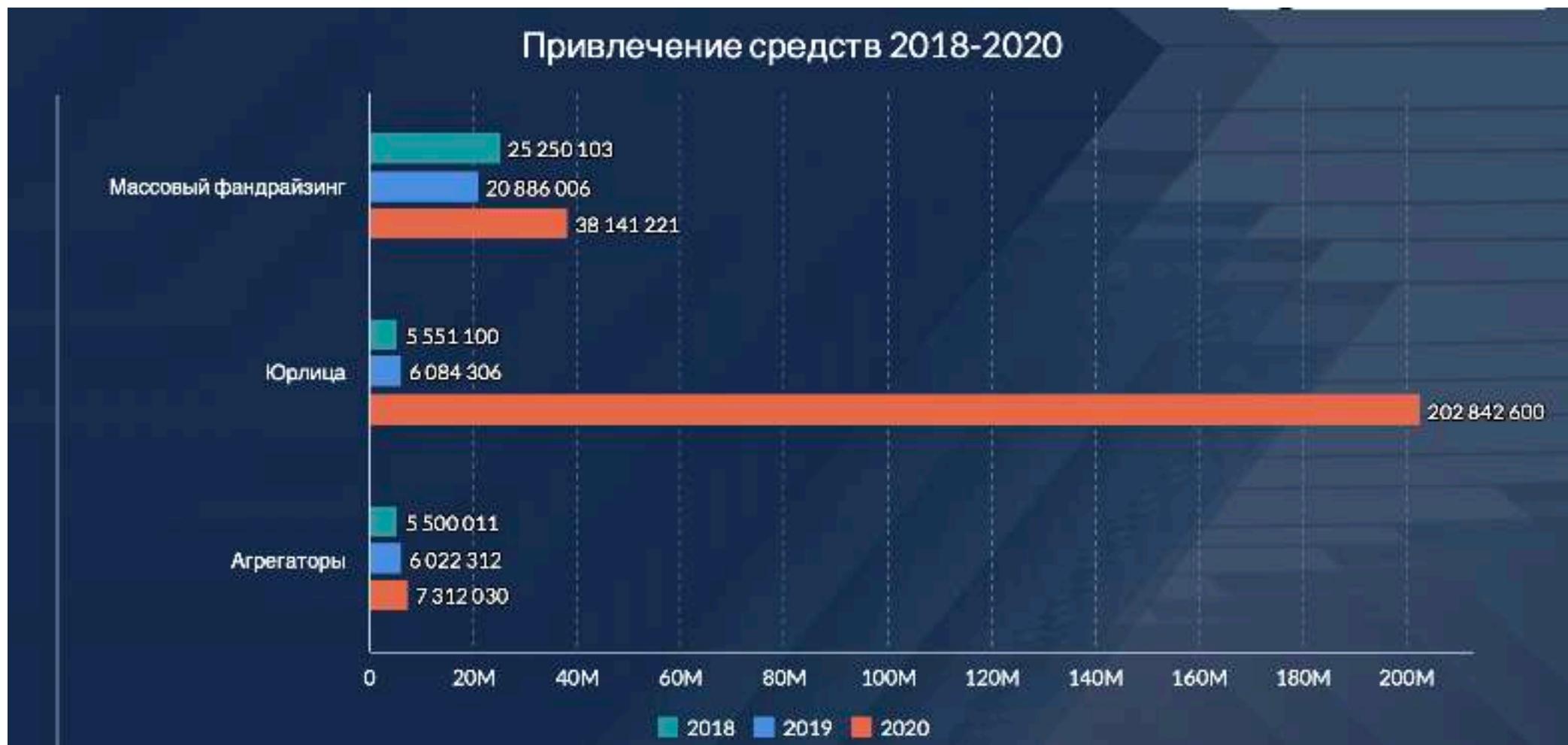
16+

Клик и вы
с помощью детальной?



Рис. Татьяны Задорожной

Кейс 2: Помогите врачам (БФ «Живой»)



Кейс 2: Помогли врачам (БФ «Живой»)

Фандрайзинг в 2020 году

Рост частных пожертвований, руб

^ **151 %**

Рост числа рекуррентов

^ **853 %**

Рост числа частных доноров

^ **288%**

Рост пожертвований от юрлиц

^ **3 654%**



Живой.
Фонд помощи
взрослым.

Кейс 2: Помогите врачам (БФ «Жизнь»)



Кейс 3: Подари жизнь - удержание

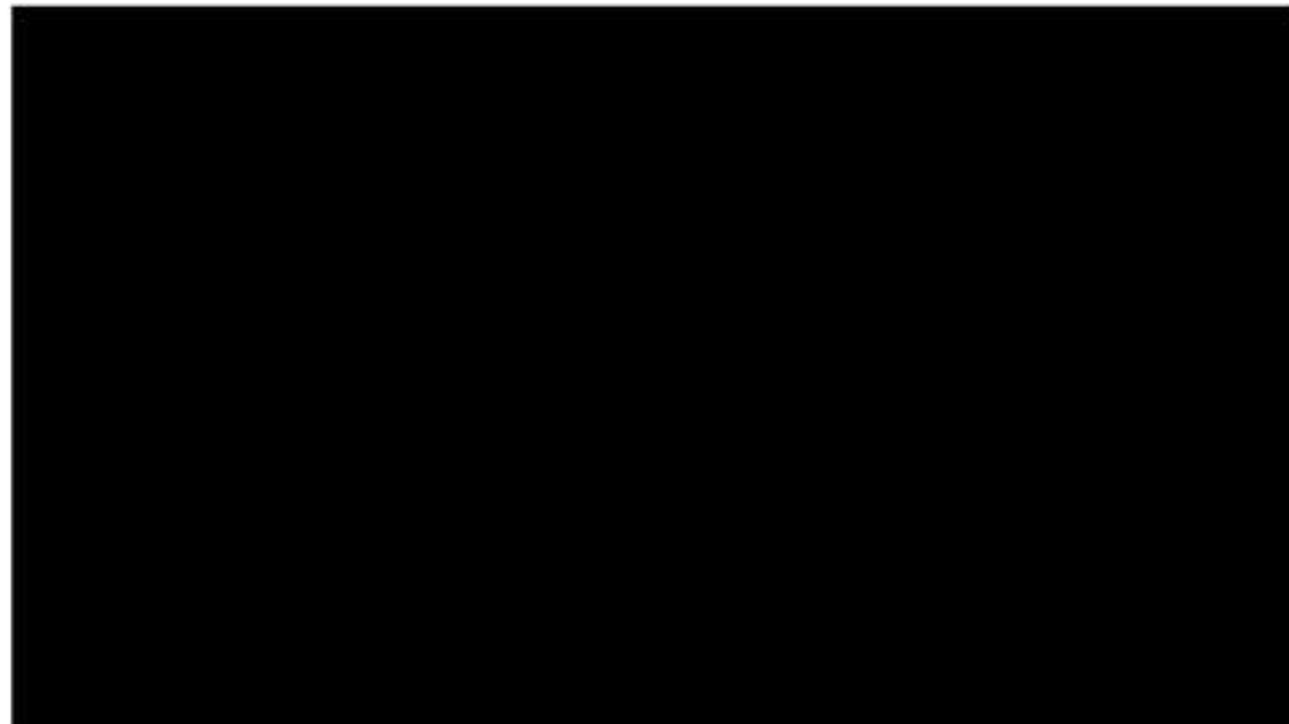
- Рекурренты: 9,5 тыс.
- Пожертвований в м-ц: 7,8 млн. руб.
- Средний чек: 750 руб.

***2020 год - 695 подписок,
2021 год - 602 подписки, но
сумма выросла на 10%.***



Кейс 3: Русфонд - удержание

- Рекурренты: 3,5 тыс.
- Пожертвований в м-ц: 3 млн. руб.
- Средний чек: 850 руб.



Сила бренда? Сила момента? Креативность?

- Развивать бренд!
- Фонд должен быть представлен везде / звучать из каждого утюга!
- С самого начала запускать системные / инфраструктурные проекты!
- Быть экспертами темы, с которой работаете!
- Привлекать амбассадоров / друзей НКО!
- Создавать сообщество вокруг НКО!



Рис. Татьяны Задорожной

Сила бренда? Сила момента? Креативность?

- Быть оперативными, уметь перестраиваться в кризис!

Например, проект «Помоги врачам» фонда «Живой» в пандемию.

- Изучать ситуацию в стране, инфополе!

Например, не стоит запускать проект в день, когда назначен несанкционированный митинг.

- Изучать рынок НКО, быть в курсе активностей других организаций!
- Изучать рынок e-commerce, развитие технологий!
- Изучать международный опыт, в т.ч. Исследования!



Рис. Татьяны Задорожной

Сила бренда? Сила момента? Креативность?

- Привлекайте молодежь к разработке идей!

Свежий взгляд, открытость к новым форматам, нестандартные подходы.

- Изучайте развитие интернета, новые тренды!

Тик-ток неизбежен.

- Не бойтесь рисковать! На ошибках мы учимся!

- Дружите с креативными агентствами!

Берите пример с «Ночлежки».

- Изучайте опыт коммерческих инновационных компаний! Берите пример!



Рис. Татьяны Задорожной

Контакты:

Агнесса Саркисян

+7 (925) 8097026

agnessa.sarkisyan@gmail.com

Telegram: [@blue_eyed0210](https://www.telegram.com/@blue_eyed0210)