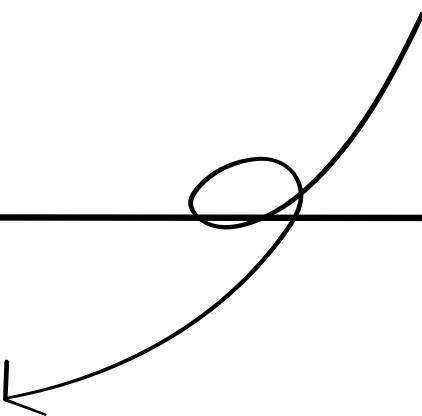

ПАСПОРТ ПРОЕКТА



1.

НАЗВАНИЕ

Коммуникационный
проект «Банк еды «Русь»
Помогать просто»



2.

ДАТА НАЧАЛА И ОКОНЧАНИЯ

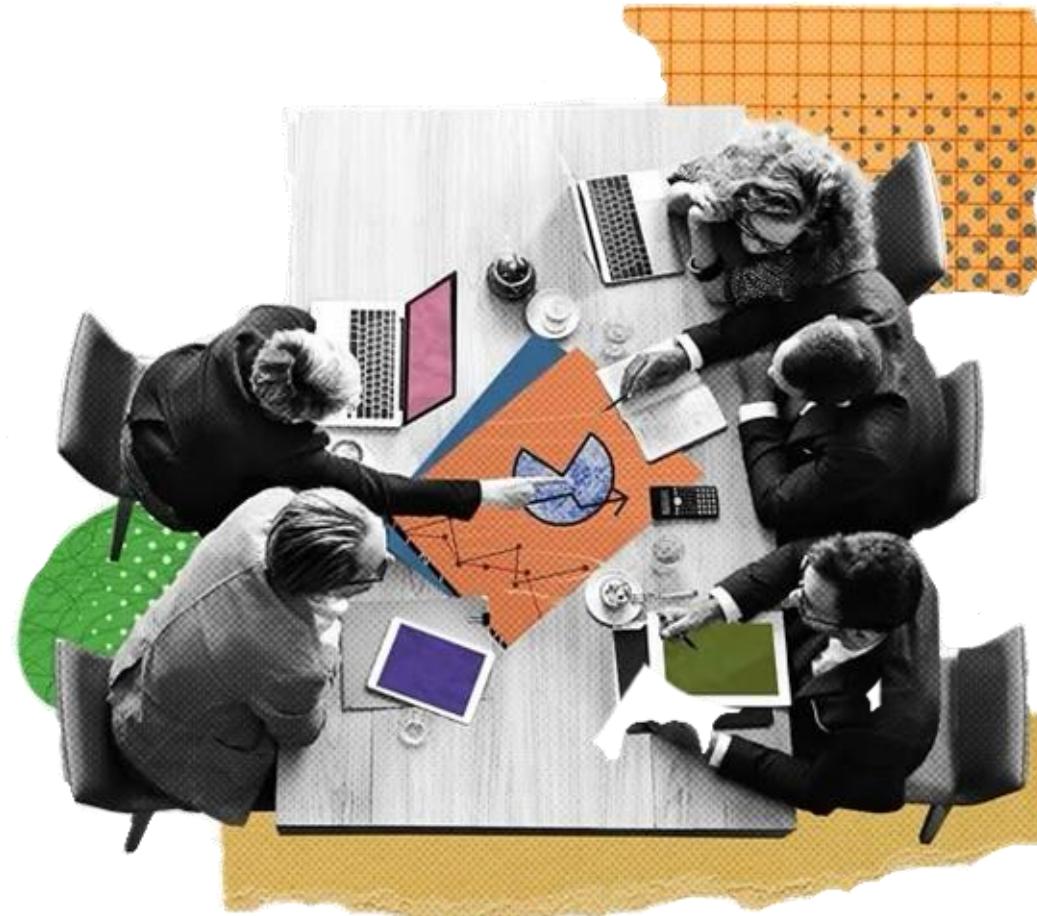
1.02.2025
31.03.2025

3.

ФИО АВТОРА

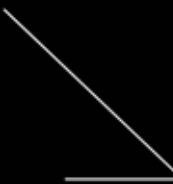
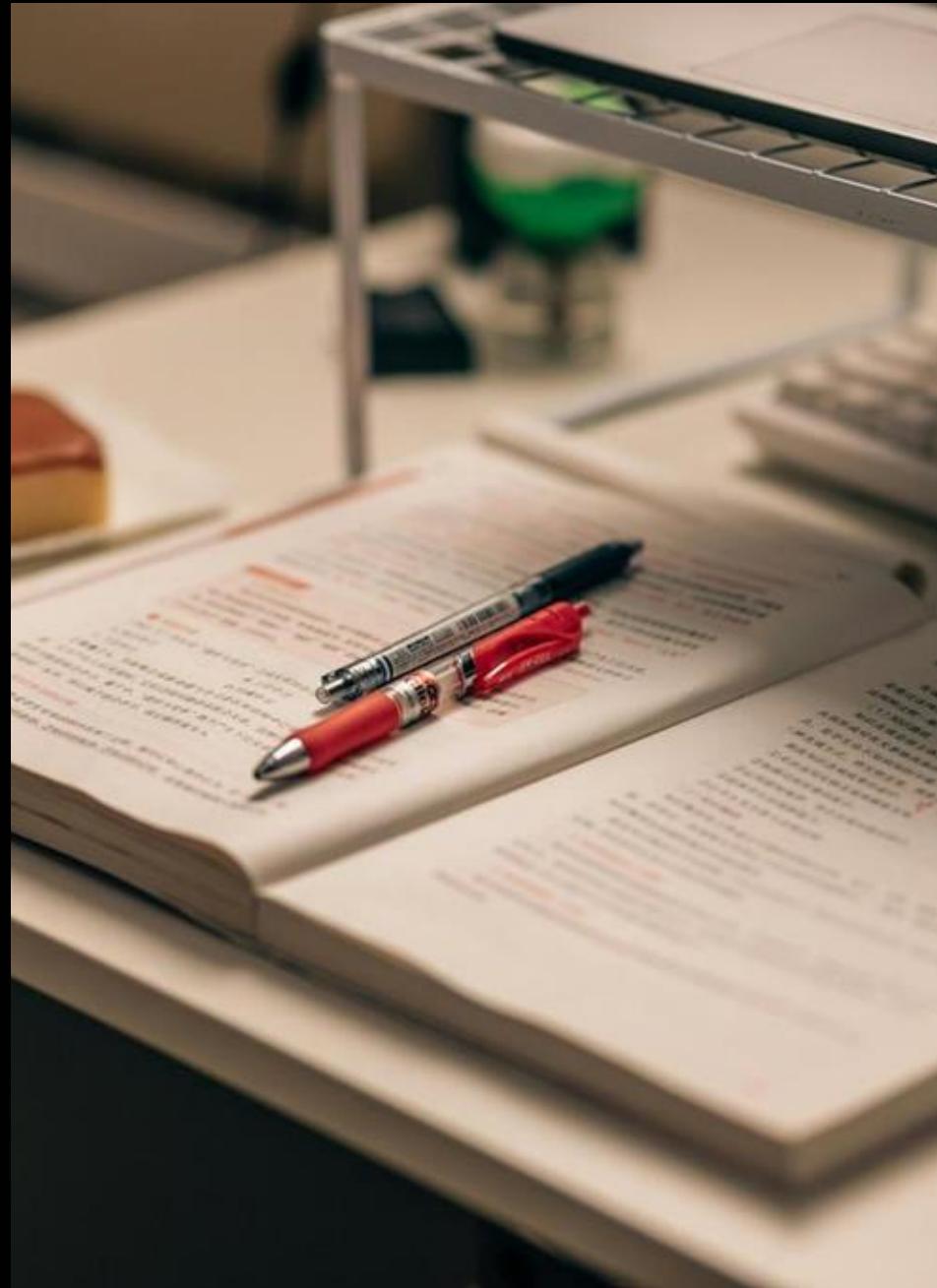
Дмитриева
Виктория Юрьевна

КОЛЛЕКТИВ



1. **ФИО**
 - Пантелейев Тимофей Васильевич
2. **ОПЫТ В ПРОВЕДЕНИИ НАУЧНЫХ ПРОЕКТОВ В ИНСТИТУТЕ/УНИВЕРСИТЕТЕ**
 - Разработка коммуникационной стратегии «Всероссийский студенческий фестиваль рекламы и PR MCUnite»
3. **ФУНКЦИИ В РАМКАХ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА**
 - Проведение конкурентного анализа
4. **ДОЛЖНОСТЬ/СТАТУС**
 - Соавтор исследования

О ПРОЕКТЕ



Краткая информация о проекте:

- Проект посвящен разработке комплексной коммуникационной кампании «Банк еды “Русь”. Помогать просто» с использованием digital-инструментов, SMM, наружной рекламы, инфлюенс- и ивент-маркетинга. В центре решения — внедрение онлайн-фуддрайва в приложения X5 Group, создание интерактивной карты точек сбора, ребрендинг офлайн-точек, разработка плаката и видеоролика, контент- и комьюнити-стратегии во «ВКонтакте».

Описание проблемы, решению/снижению которой посвящен проект:

- Проект направлен на преодоление одной из острых социальных проблем — недостаточная вовлечённость населения в благотворительность, направленную на борьбу с бедностью и нехваткой продовольствия у нуждающихся.



ЦЕЛЬ

Повысить узнаваемость фонда «Банк еды “Русь”» и сделать фудшеринг для широких целевых групп простым, понятным и доступным способом благотворительности через комплексную коммуникационную кампанию.

ЗАДАЧИ

- Проанализировать организацию, рынок фудшеринга, конкурентов и целевые аудитории.
- Сформировать концепцию кампании, Big Idea, ключевые сообщения и позиционирование фудшеринга.
- Разработать инструменты: онлайн-фуддрайв в приложениях X5 Group, интерактивную карту, ребрендинг точек сбора, плакат, видеоролик, SMM- и контент-план, комьюнити- и инфлюенс-стратегии, ивенты.
- Составить календарный план и бюджет кампании, предложить метрики и критерии оценки эффективности.

РЕЗУЛЬТАТЫ

- Результатом является детально проработанный коммуникационный проект: проведена аналитика фонда, конкурентов и сегментов ЦА, предложены технологические и медийные решения, рассчитан ориентировочный бюджет (около 332 000 рублей) и сформирован тайминг кампании на шесть недель. Спрогнозировано повышение охватов, CTR контекстной рекламы, числа пользователей сайта и брендовых запросов в 2 раза по итогам кампании.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

- Проект предполагает масштабирование кампании за пределы Москвы и Московской области после pilotной реализации и адаптации инструментов под регионы. Развитие возможно через расширение партнерств с ритейлерами, углубление инфлюенс-маркетинга, развитие комьюнити и внедрение новых форматов UGC и ивентов.

РАСХОДЫ

Расходы на издательско-полиграфическую и сувенирную продукцию

- Печать плакатов А2 (инфо о проекте, QR-код, бренд) –
20 шт × 200–250 ₽ = 4 000 ₽ (цифровая печать тиражом, ориентировочно).
- Печать листовок А5 – 300 шт × ~5 ₽ = 1 500 ₽.
- Сувениры с символикой проекта (например, значки/наклейки) –
небольшой тираж 50–80 шт × ~40–50 ₽ = 3 000 ₽.

Расходы на канцелярские принадлежности

- Маркеры, ручки, блокноты для волонтёров и участников: 1 500 ₽.
- Папки, файлы, стикеры, скотч, булавки/кнопки для размещения плакатов: 1 000 ₽

Расходы на закупку оборудования

- Переносной штендер/стойка под плакат/баннер – 4 000 ₽.
- Простой штатив и петличный микрофон для записи коротких интервью/UGCконтента – 4 000 ₽."

Оплата иных услуг, необходимых для реализации проекта

- Услуги дизайнера (подготовка макетов плаката, листовок и сувенирной продукции) – пакетная работа, 4 000 ₽ (упрощённый расчёт для студенческого/социального проекта).
- Транспортные расходы (доставка печати и сувениров, выезды команды на точки) – 1 500 ₽.
- Прочие сервисы (например, небольшое продвижение поста в соцсетях / таргет в пределах 1–1,5 тыс. ₽) – 1 500 ₽.

