

ПОЛОЖЕНИЕ О ПРОГРАММЕ «ИНФОРМИРОВАНИЕ И ВОВЛЕЧЕНИЕ»

ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Наименование программы - «Информирование и вовлечение», название на английском языке – «Awareness and involvement»

СОДЕРЖАНИЕ, ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ, УСЛОВИЯ УЧАСТИЯ В ПРОГРАММЕ

Контекст и предпосылки реализации программы

Важной составляющей проектной деятельности Фонда продолжает оставаться информирование широкой общественности о слепоглухоте, о проблемах, с которыми сталкиваются подопечные, о возможных способах коммуникации с ними и, конечно, вовлечение власти, бизнеса и общества в дело помощи слепоглухим людям. Реализация данной программы позволяет вывести процесс адаптации и социализации подопечных на новый, более качественный уровень. Открытая и доступная информация о сложившейся проблеме на информационных ресурсах Фонда, а также в СМИ способствует расширению сети крупных партнеров, инновационных и коммерческих компаний, готовых поддерживать социальные, научные, спортивные и творческие проекты и программы организации. Работа с региональными представительствами Фонда позволяет расширить информационное поле и вовлечь в благотворительность большее количество людей.

Для повышения узнаваемости и запоминаемости программ Фонда запускаются фандрайзинговые и информационные проекты, которые способствуют сбору средств и, как следствие, устойчивому развитию всех направлений деятельности Фонда.

Цель программы

ПР и коммуникации:

- Повышение уровня информированности общества о проблемах слепоглухих;
- Информирование общества о способах коммуникации со слепоглухими людьми, тиражирование новых способов общения;
- Информирование общества о необходимости и возможностях предоставления помощи людям с одновременным нарушением слуха и зрения;
- Повышение узнаваемости бренда Фонда, а также отдельных проектов и направлений, реализуемых с участием слепоглухих и/или в поддержку слепоглухих людей; информирование об успешных проектах помощи слепоглухим людям;
- Повышение уровня лояльности общества к деятельности Фонда.

Вовлечение:

- Внедрение и тиражирование способов привлечения пожертвований для реализации программ Фонда и адресной помощи;

- Создание инфраструктуры необходимой для реализации полного цикла ведения доноров (привлечение, коммуникация, отчетность);
- Работа с мотивацией разных слоев населения и корпоративной среды для улучшения качества помощи и увеличения пожертвований;

Задачи программы:

ПР и коммуникации

- Развитие и популяризация бренда и программ Фонда с целью привлечения внимания к проблематике и сбору пожертвований;
- Поддержка и развитие репутации Фонда как эффективного института, способствующего трансформации общества, создание образа лидера в системе поддержки слепоглухих людей и Фонда – как модели социальных инноваций в сфере НКО.
- Популяризация инклюзивного театра посредством его продвижения на фестивалях и в репертуарном пространстве России, и за рубежом, в том числе посредством инициирования публикаций в СМИ;
- Привлечение внимания общества и СМИ через театральный проект с целью повышения осведомленности о проблемах людей с нарушениями слуха и зрения, другими видами нарушений.
- Раскрытие творческого потенциала слепоглухих людей через участие в театральных постановках, театральных фестивалях, обучении в инклюзивных театральных школах;
- Развитие инклюзивной театральной школы, описание и тиражирование образовательных методик, их продвижение в регионах и в профессиональной среде (формирование «центра компетенций»).

Вовлечение:

- Внедрение и развитие отдельных направлений фандрайзинга: частный, корпоративный и массовый, для продвижения разных каналов привлечения пожертвований на реализацию уставных задач и целевой адресной помощи;
- Разработка процедуры взаимодействия с благотворителями по направлениям;
- Развитие устойчивой сети партнеров и волонтеров, поддерживающих Фонд.

Территория реализация программы

Российская Федерация

Участники программы

- Активные слепоглухие люди из регионов;
- Родители, воспитывающие слепоглухих детей, члены семей слепоглухих;
- Некоммерческие организации, в том числе объединения слепоглухих людей, в том числе Автономная некоммерческая организация «Центр реализации творческих проектов «Инклюзион»;
- Медицинские учреждения;
- Высшие и профессиональные учебные заведения;
- Учреждения культуры;
- Органы государственной власти и управления;
- Средства массовой информации;

Сроки реализации программы

МЕРОПРИЯТИЯ ПРОГРАММЫ

- Продвижение программ и направлений Фонда в социальных сетях (с целью повышения осведомленности, повышения лояльности и сборов пожертвований);
- Регулярное взаимодействие со СМИ, социальными медиа и блогерами;
- Кампании социальной и вирусной рекламы (с целью продвижения короткого номера и повышения узнаваемости Фонда);
- Участие в крупных PR-мероприятиях в Москве и других регионах, в т.ч. в благотворительных;
- Организация фандрайзинговых мероприятий в пользу программ Фонда с целью повышения узнаваемости бренда и сбора пожертвований;
- Работа с «лидерами мнений», привлечение известных блогеров, вовлечение знаменитостей в качестве послов Фонда, формирование лояльной среды;
- Производство сувенирной продукции, печатных и иных материалов;
- Продвижение мероприятий Фонда: конференций, круглых столов, семинаров, общественных слушаний, социальных уроков и иных мероприятий, в т.ч. культурно-массовых (театральные показы, гастролы, фестивали, концерты и пр.)
- Продвижение нового сайта Фонда, в т.ч. с целью привлечения массовых пожертвований и распространения информации о деятельности Фонда;
- Проведение мониторинга СМИ, социальных сетей, анализ ЦА жертвователей, проведение социологических и аналитических исследований;
- Организация показов спектаклей;
- Развитие сети инклюзивных театральных школ.

План мероприятий

	Мероприятие	Сроки реализации
1.	Взаимодействие со СМИ (комментарии, статьи, интервью и т.д.)	<i>В течение года</i>
2.	Производство и размещение рекламных и социальных видеороликов, проведение социальной рекламной кампании в Москве и регионах	<i>Январь-апрель, июль-октябрь 2019 г.</i>
3.	Работа с блогосферой и социальными сетями	<i>В течение года</i>
4.	Работа с «лидерами мнений» и послами Фонда	<i>В течение года</i>
5.	Проведение фандрайзинговых мероприятий (оффлайн)	<i>Не менее 2х раз в год</i>
6.	Проведение фандрайзинговых онлайн-акций (флешмоб, викторины и пр.)	<i>Не менее 2х раз в год</i>
7.	Продвижение нового портала Фонда	<i>В течение года</i>
8.	Выпуск информационного бюллетеня (дайджест)	<i>Ежемесячно (не менее 10 раз в год)</i>
9.	Подготовка годового отчета	<i>Декабрь 2018 – апрель 2019 г.</i>
10.	Продвижение культурно-массовых и иных мероприятий Фонда	<i>В течение года</i>
11.	Продвижение совместных проектов с коммерческими и частными партнерами	<i>В течение года</i>
12.	Поддержка инклюзивного театрального проекта (показы спектаклей, гастролы, фестивали и пр.)	<i>В течение года</i>
13.	Поддержка и развитие инклюзивных театральных школ в Москве и регионах РФ.	<i>В течение года</i>
14.	Поддержка развития инклюзивного сообщества (семинары, конференции, выставки и пр.)	<i>В течение года</i>

ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Результаты реализации программы

- Повышена посещаемость сайта и страниц фонда в социальных сетях;
- Повышена информированность общества и узнаваемость Фонда (до 25% россиян), уровень общероссийской информированности о слепоглухих составляет 48-49%;
- Уровень узнаваемости дочерних организаций Фонда составляет 3% от общероссийской выборки, создана и реализуется совместная PR-стратегия;
- Фонд входит в «десятку» наиболее цитируемых благотворительных организаций РФ;
- Повышена упоминаемость Фонда, его проектов и программ в СМИ;
- Формирование имиджа Фонда, как лидера в области культурной интеграции слепоглухих людей позволило расширить потенциальную аудиторию Фонда, повысить его узнаваемость и упоминания в СМИ;
- Объем привлеченных средств (помимо взносов представителей Попечительского совета, грантовых конкурсов и субсидий) не меньше, чем в 2018 г. (70 млн руб. +/- 10%), сформулирована стратегия передачи проектов дочерних организаций под патронат крупных доноров Фонда;
- Увеличено количество рекуррентных платежей;
- Расширена база частных доноров, регулярно участвующих в акциях Фонда.
- Проведены показы инклюзивных спектаклей (не менее 4 показов из собственных средств, не менее 6 показов за счет привлеченных средств, не менее 300 тыс. рублей внешних поступлений от мероприятий для развития этого направления);
- Прошли обучение слепоглухие студенты в инклюзивных театральных школах Москвы и регионов (проведены выпускные мероприятия во всех школах, проведены не менее 7 мероприятий по распространению методик театральной школы «Инклюзион», не менее 20% привлеченных средств финансирования из внешних источников для региональных школ);
- Привлечено внимание общественности и профессионального сообщества к инклюзивному театру как средству социальной адаптации слепоглухих (создана методика используемая для обучения студентов театральных ВУЗов, участие в 5-и профессиональных конференциях, проведен очередной образовательный семинар, проведен инклюзивный театральный фестиваль, поддерживается актуальность раздела про театр на сайте).

Распространение информации о программе

Постоянно, в рамках программных мероприятий.

Планируемый бюджет программы – 39 100 000 руб:

	Расходы на реализацию программы в разрезе проектов	
1.	Дополнительные информационные мероприятия	6500 000
	<i>Проведение PR-мероприятий</i>	<i>5 500 000</i>
2.	Соцсети и продвижение (в т.ч. вирусная реклама)	1 500 000
	<i>Продвижение в соцсетях</i>	<i>500 000</i>
3.	Сувенирная продукция, подарки	1 000 000
4.	Наружная реклама, полиграфия	940 000
5.	Годовой отчет 2018	700 000
6.	Внедрение фандрайзинговых инструментов	1 500 000
7.	Поддержание нового сайта	360 000
8.	Расходы на служебные командировки и деловые	200 000

	поездки	
9.	Консультанты	1 400 000
10.	Расходы, связанные с оплатой труда (включая начисления)	9 000 000
11.	Театральный проект	16 000 000
	<i>Показы спектаклей: «Прикасаемые», «Гроза», «Женитьба», «Кармен»</i>	<i>2 500 000</i>
	<i>Театральная школа. Москва</i>	<i>900 000</i>
	<i>Театральная школа. Регионы: Санкт-Петербург, Екатеринбург, Новосибирск, Казань</i>	<i>3 600 000</i>
	<i>Работа с сообществом (в том числе проведение образовательных семинаров, участие в фестивалях, подготовка презентаций, ведение сайта и социальных сетей,</i>	<i>3 000 000</i>
	<i>Расходы на оплату труда (штатных сотрудников и по договорам ГПХ</i>	<i>5 000 000</i>
	<i>Расходы на служебные командировки, АХР, сопутствующие расходы</i>	<i>1 000 000</i>
	Итого расходы:	39 100 000