



## Отчет о результатах рекламной кампании

26 сентября 2022 г. – 9 октября 2022 г.

Старость  
в РАДОСТЬ





## **КАКИЕ ЗАДАЧИ РЕШАЕТ ФОНД «СТАРОСТЬ В РАДОСТЬ»**

«Старость в радость» — это системная поддержка пожилых людей и инвалидов и в стационарах, и на дому.

Все люди заслужили достойную жизнь в старости. Мы не делим пожилых людей на ветеранов и тружеников тыла, на вдов военных и инвалидов детства, живущих в домах престарелых или у себя дома. Все они нуждаются в помощи, и фонд старается объединить ресурсы общества и государства для улучшения качества жизни пожилых людей.

На постоянной основе Фонд реализует собственные программы, ориентированные на оказание помощи проживающим дома и в интернатах — Медицина, Ежедневный уход, Уютный дом, Неотложка и другие.

Фонд занимается большими системными изменениями в сфере организации помощи пожилым и социально незащищенным группам людей, развивает направление волонтерства, а также pro bono активности.

На сегодняшний день Фонд оказывает помощь пожилым людям и инвалидам в 65 регионах и в более чем 600 учреждениях – домах престарелых, ПНИ, отделениях сестринского ухода, надомных службах комплексных центров социального обслуживания.

## ИНФОРМАЦИОННАЯ КАМПАНИЯ НА ТЕЛЕВИДЕНИИ

Благотворительность в России сейчас непростые времена, и огромное значение в такой ситуации имеет поддержка подопечных фонда «Старость в радость», информирование о его деятельности в эфире телеканалов НМГ. Такая информационная поддержка приводит к тому, что люди узнают и начинают реагировать на различные социальные проблемы, больше задумываться и о собственном будущем, будущем своих родных и близких.

Количество обращений и соответственно и направлений помощи, оказываемой фондом, - увеличивается. Поэтому как никогда важно, чтобы как можно больше людей узнавали о проектах и программах фонда, о направлениях помощи, участвовали в активностях и помогали расти согласно поставленным целям и внешним обстоятельствам, и как итог – вместе мы сможем помочь большему количеству людей.

Решение этой задачи стало возможным благодаря Национальной Медиа Группе, которая предоставила нам место в эфире. Спасибо вам и всем зрителям, кто проявил внимание и участие!

Ролик акцентирует внимание на том, что у не у всех пожилых людей есть близкие, которые могут помочь. У них нет возможности решить проблемы самостоятельно, поэтому не стоит забывать о помощи тем, кто нуждается в ней больше всего.

В рамках кампании ролик выходил на пяти телеканалах НМГ: СТС, СТС Love, «ЧЕ!», Домашний и Пятый канал с 26 сентября 2022г. по 9 октября 2022г.

Средства, собранные в этот период, были направлены на самое насущное – закупку продуктовых наборов и дров для самых малообеспеченных бабушек и дедушек, людей с инвалидностью.



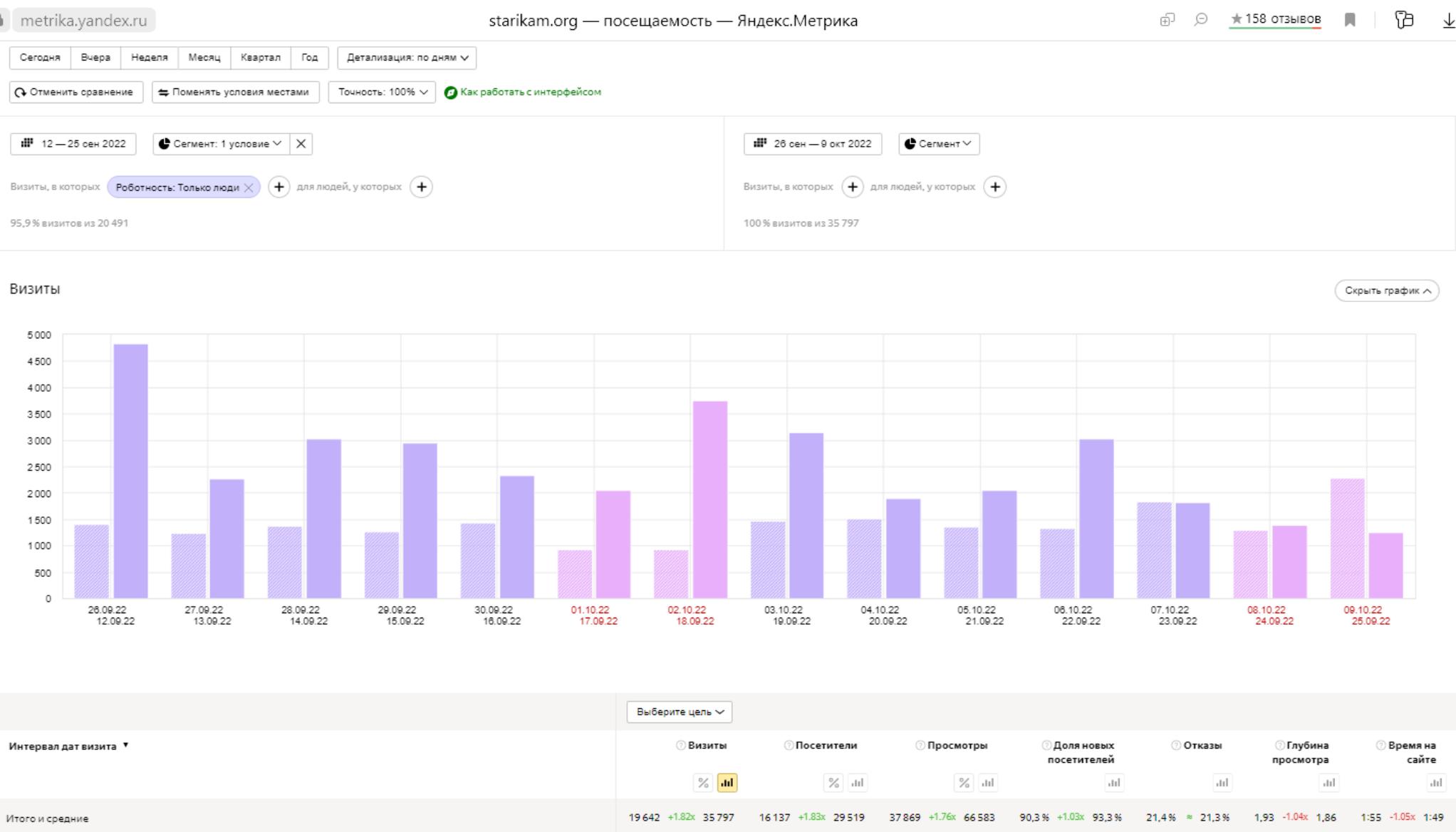
Старость  
в РАД:О:СТЬ

**Но не у каждой бабушки есть внуки..**

# РОСТ ТРАФИКА НА САЙТЕ ФОНДА

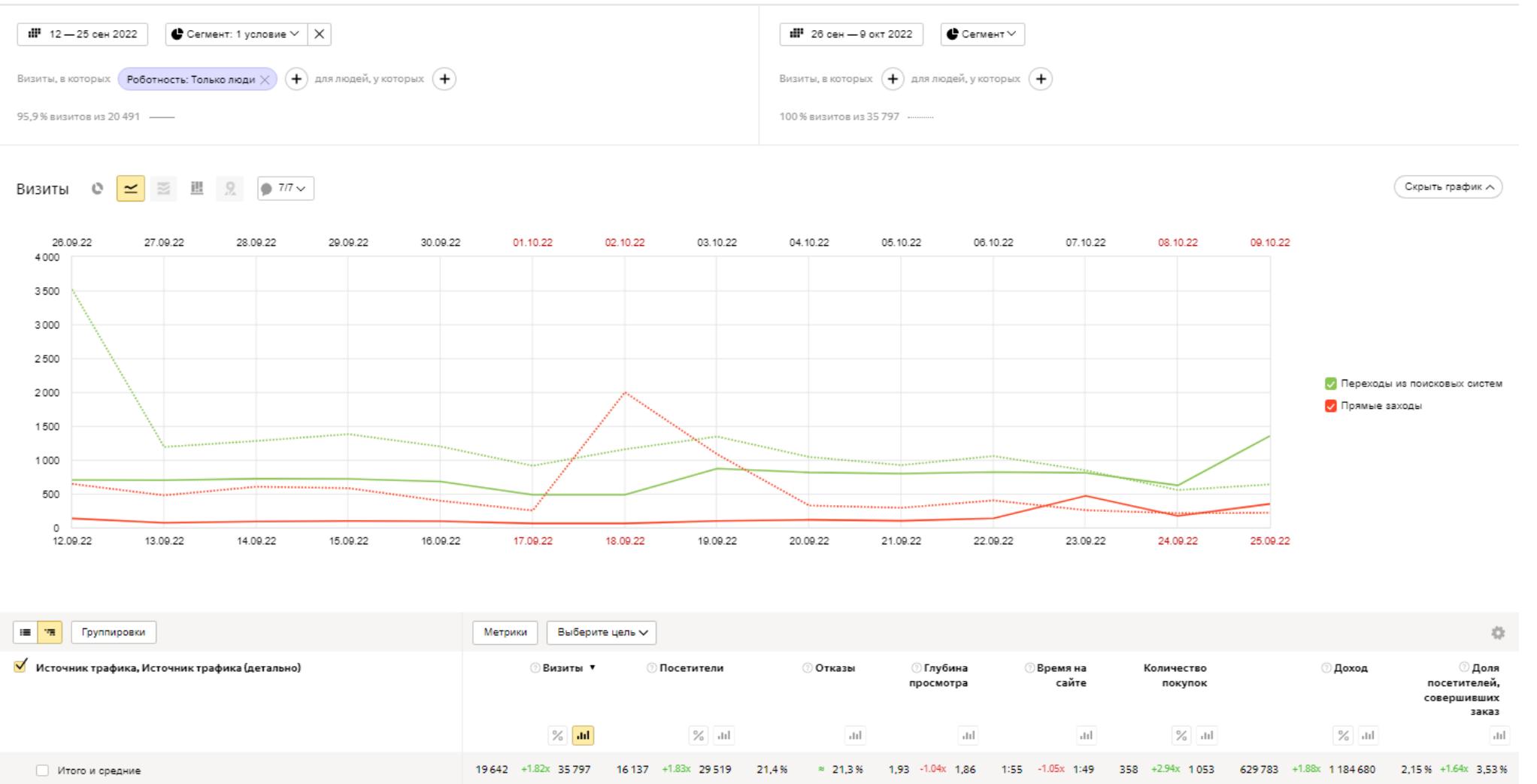
В анализируемом периоде количество посещений сайта Фонда выросло на 82,2% по сравнению с предыдущим периодом.

Таким образом, были достигнуты одни из ключевых задач информационной кампании – повышение осведомленности новой аудитории о деятельности Фонда, узнаваемости бренда.



Люди, которые видели наш ролик на ТВ и заинтересовались Фондом, стали искать информацию о проекте в интернете. Основным источником трафика стали поисковые системы и прямые заходы на сайт.

Рост поисковых запросов с названием фонда в период проведения рекламной кампании составил 57%: Рост прямых заходов на сайт в 3,8 раза.



## РОСТ ПОЖЕРТВОВАНИЙ

Главным результатом реализованной информационной кампании стал сбор пожертвований при помощи СМС и QR кода с переходом. Общая сумма пожертвований в отчётном периоде составила 1,2 млн. рублей.

Полученный результат мы оцениваем, как отличный, учитывая тот факт, что в связи с ситуацией во всем благотворительном секторе идет отток пожертвований. Кроме того, опыт Фонда показывает, что рекламно-информационная активность имеет и отложенный эффект и отдача происходит еще в течение последующих месяцев.

Поступившие в отчётный период средства в рамках проекта «Неотложка» будут направлены на покупку продуктовых наборов и дров для самых нуждающихся подопечных фонда.



Влияние информационной кампании на ТВ имеет очень большое влияние на восприятие бренда, на узнаваемость, а также на мотивацию сотрудников и волонтеров Фонда, а также работников домов престарелых и ПНИ.

Нам также важно, что в обществе формируется правильное восприятие потребностей пожилых людей во внимании и заботе.

Как и в прошлые рекламные кампании на каналах НМГ мы получили хороших отзывов и как со стороны благотворителей, так и со стороны наших сотрудников и партнёров, продолжаем получать их и сейчас.

## РЕЗЮМЕ

Мы понимаем, что информационная поддержка очень важна для нашего Фонда. Благодаря ей мы повысили узнаваемость, рассказали о наших программах на региональном уровне.

Мы обратили внимание людей на то, какие проблемы и потребности бывают у людей в старости и как мы вместе можем помочь. Помочь не только тем, кто рядом с нами, но и тем, кто еще больше нуждается в помощи и с кем мы даже не знакомы.

Мы благодарим Национальную Медиа Группу за возможность донести наши ценности до широкой аудитории, увидеть отдачу в эмоциональном и материальном выражении. Благодаря рекламной кампании наши ряды пополнились новыми неравнодушными людьми, которые оказали Фонду финансовую поддержку. Есть интерес аудитории и к другим нашим активностям, а также к тем, кто нуждается в помощи и кому мы постараемся помочь.

Спасибо большое!

