

Вступительное слово к презентации

Старт информационной кампании по проекту «Раздельный Сбор Мусора» начался после того, как в наше рекламное агентство обратилась компания Луганский Центр Утилизации Отходов, проводящая пилотный проект по раздельному сбору мусора в 3-х кварталах г.Луганск.

Перед нами стояла задача осуществить информационно-просветительскую поддержку данной кампании с целью увеличения количества граждан сортирующих мусор.

Изучив информацию, полученную от компании ЛЦУО, узнав все тонкости и трудности, с которыми они уже успели столкнуться в процессе осуществления данного пилотного проекта, а так же изучив многолетний опыт европейских стран и их особенности, мы решили применить такие инструменты, для воздействия на разные целевые аудитории:

-разработка идеи и концепции – за основу были взяты два цвета и два бака: красный – для смешанных отходов, -синий – для вторичных. Эти два цвета наглядно решают проблемы путаницы при сортировке мусора.

- Второй этап – брендинг баков, мусоровозов, раздача брендированной информационной продукции.

За основу производства данной продукции были выбраны экологические материалы (мусорные эко-пакеты, эко-сумки из льна), мы решили отказаться от листовок и прочей продукции, которая зачастую сразу попадает в мусорное ведро, а раздавали рулоны мусорных эко-пакетов двух цветов: синего – для вторичных отходов, красного – для смешанных., т.к. нам нужно было долгосрочно воздействовать на аудиторию и донести, что сортировка мусора помогает защитить экологию, в первую очередь.

-третий этап – проведение мероприятий развлекательного характера для детей и их родителей, т.к. дети – это та целевая аудитория, которая нуждается в особом внимании и подходе, через 10 лет они вырастут и не будут видеть в сортировке мусора ни лишней потери времени, ни лишних затрат, коих на самом деле-то и нет. Так же, при содействии городских властей и ГОРОНО были разработаны методические материалы для проведения уроков в начальных классах, и создана детская книга по Раздельному сбору мусора.

Положительные результаты мы получили уже на втором этапе – количество людей, сортирующих мусор увеличилось на 20% (статистика предоставлена компанией ЛЦУО).

Всю эту и другую информацию более подробно Вы сможете просмотреть в презентации, представленной ниже.



РАЗРАБОТКА
СТРАТЕГИЯ
РЕАЛИЗАЦИЯ

Агитационно-просветительская кампания
по раздельному сбору мусора в
г. Луганске



«Сортуй сміття для чистого буття!»



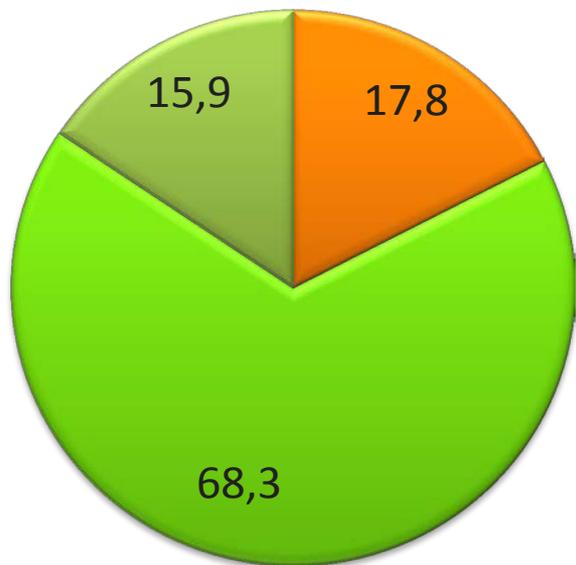


Маркетинговые исследования



«Сортуй сміття для чистого буття!»

Характеристика населения по ГОТОВНОСТИ сортировать отходы



- ГОТОВЫ
- одобряют
- отказываются

17,8% - ГОТОВЫ

68,3% - ОДОБРЯЮТ ИДЕЮ

15,9% - ОТКАЗЫВАЮТСЯ



РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ



«Сортуй сміття для чистого буття!»

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ИХ РЕШЕНИЯ

№1.

НЕТ ПОНИМАНИЯ
«**ЗАЧЕМ**
СОРТИРОВАТЬ
ОТХОДЫ?»

- **ИНФОРМИРОВАНИЕ**
 - **УБЕЖДЕНИЕ**
 - **НАПОМИНАНИЕ**

№2.

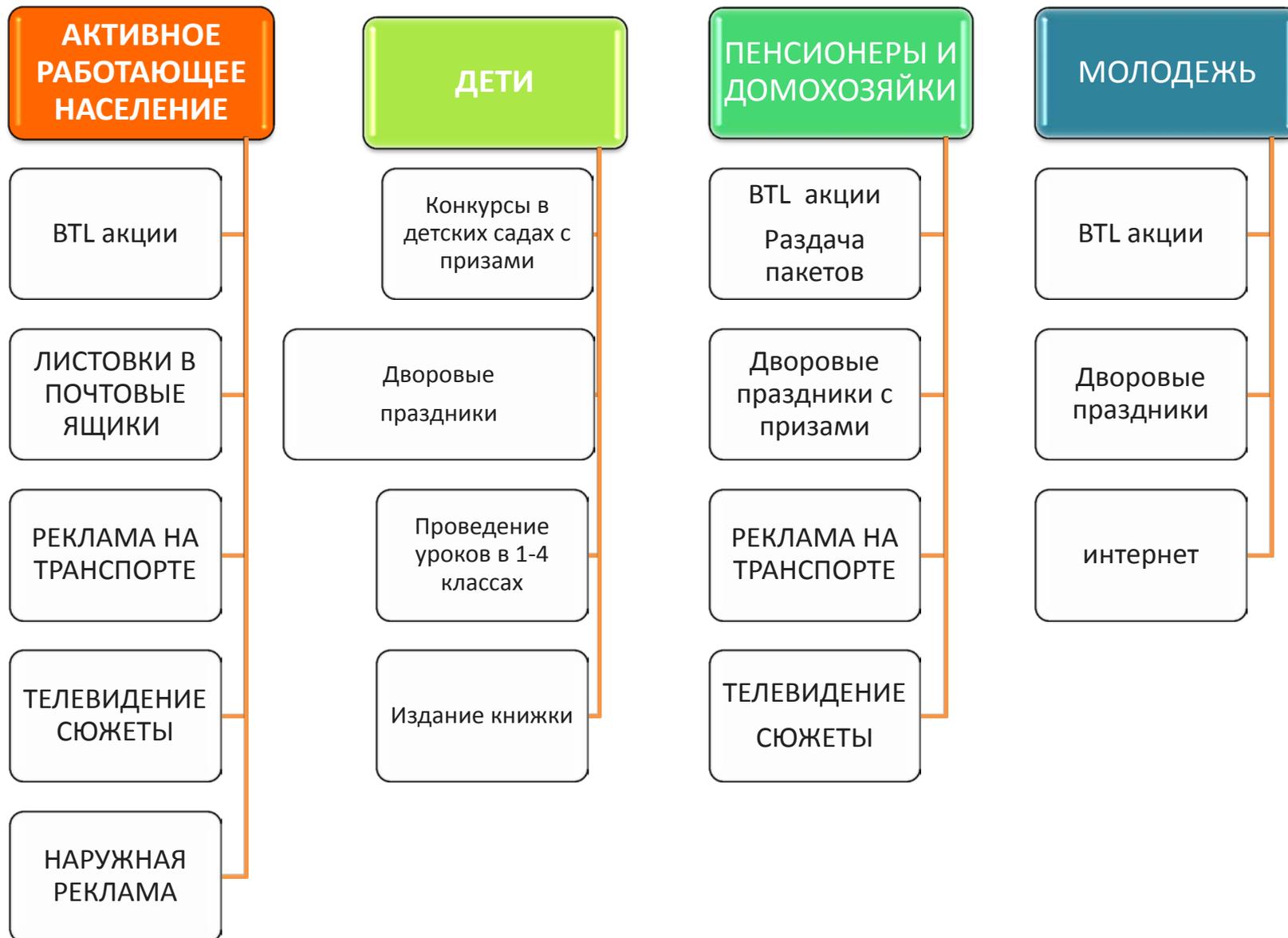
НЕТ ЖЕЛАНИЯ **ТРАТИТЬ**
ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ
ВРЕМЯ и **УСИЛИЯ**
НА СОРТИРОВКУ ОТХОДОВ

- **ВЫРАБОТАТЬ**
«РЕФЛЕКС»
ПРАВИЛЬНОЙ СОРТИРОВКИ
- **ВОСПИТАНИЕ**
«КУЛЬТУРЫ»
раздельного сбора

ЦЕЛЕВЫЕ АУДИТОРИИ КАМПАНИИ



ИНСТРУМЕНТЫ ВОЗДЕЙСТВИЯ



ПЕРИОДЫ РЕАЛИЗАЦИИ КАМПАНИИ

КРАТКОСРОЧНЫЙ
1-2 ГОДА

ИНФОРМИРОВАНИЕ,
УБЕЖДЕНИЕ

ПЕНСИОНЕРЫ
ДОМОХОЗЯЙКИ
АКТИВНОЕ, РАБОТАЮЩЕЕ
НАСЕЛЕНИЕ

СРЕДНЕСРОЧНЫЙ
4-8 ЛЕТ

УБЕЖДЕНИЕ,
НАПОМИНАНИЕ

АКТИВНОЕ, РАБОТАЮЩЕЕ
НАСЕЛЕНИЕ

ДОЛГОСРОЧНЫЙ
14-20 ЛЕТ

ВОСПИТАНИЕ
КУЛЬТУРЫ
РАЗДЕЛЬНОГО СБОРА
ОТХОДОВ

ДЕТИ И МОЛОДЕЖЬ



Етапы реалізації кампанії короткочасного періода



«Сортуй сміття для чистого буття!»



ЭТАП I. РАЗРАБОТКА ИДЕИ И
КОНЦЕПЦИИ КАМПАНИИ
(информирование, убеждение)

КАК МЫ ЭТО БУДЕМ ДЕЛАТЬ ИЛИ ОСНОВНАЯ ИДЕЯ КАМПАНИИ

ЭТАП I

ОСНОВНАЯ ИДЕЯ - ЕДИНЫЙ БРЕНДИНГ И ЦВЕТОВОЕ РЕШЕНИЕ

«КРАСНЫЙ» - смешанные отходы, **«СИНИЙ» - вторичные отходы,**

Используется на всех информационных и рекламных носителях, проведении BTL – акций, детских уроков, праздничных мероприятий



ВСЕ ЕДИНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ БРЕНДИНГА В СКОРОМ ВРЕМЕНИ ОБЛЕГЧАТ ЗАДАЧУ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ РАЗДЕЛЬНОГО ПАКЕТИРОВАНИЯ МУСОРА И ЕГО ПРАВИЛЬНОГО РАЗМЕЩЕНИЯ В БАКИ!!

I ИНСТРУМЕНТ ВОЗДЕЙСТВИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЯ ДЛЯ ВЫРАБОТКИ «РЕФЛЕКСА» И ИНФОРМИРОВАНИЯ:

МУСОРНЫЕ ПАКЕТЫ ДОЛЖНЫ СТАТЬ САМЫМ ЭФФЕКТИВНЫМ И ДЕЙСТВЕННЫМ КОММУНИКАЦИОННЫМ ИНСТРУМЕНТОМ!



II ИНСТРУМЕНТ ВОЗДЕЙСТВИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЯ:



**БРЕНДИНГ БАКОВ В ТАКОМ ЖЕ ЦВЕТОВОМ РЕШЕНИИ
КАК И ПАКЕТЫ С ЯРКОЙ ПОЛОЖИТЕЛЬНОЙ
ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ!**

III ИНСТРУМЕНТ ВОЗДЕЙСТВИЯ И СТИМУЛИРОВАНИЯ:

ЗАБРЕНДИРОВАННЫЙ МУСОРОВОЗ

СООТВЕТСТВЕННО КРАСНЫЙ И СИНИЙ СМЕННЫЕ КУЗОВА





Инструменты воздействия

ЭТАП I

ИНСТРУМЕНТ IV: НАРУЖНЫЕ НОСИТЕЛИ

СИТИЛАЙТ



БИГ БОРД 3x6



ВСЕ ЕДИНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ БРЕНДИНГА В СКОРОМ ВРЕМЕНИ ОБЛЕГЧАТ ЗАДАЧУ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ РАЗДЕЛЬНОГО ПАКЕТИРОВАНИЯ МУСОРА И ЕГО ПРАВИЛЬНОГО РАЗМЕЩЕНИЯ В БАКИ!!



Инструменты воздействия

ЭТАП I

ИНСТРУМЕНТ V:

БРЕНДИНГ МАРШРУТНЫХ ТАКСИ, КУРСИРУЮЩИХ В ПИЛОТНЫХ КВАРТАЛАХ



Такси



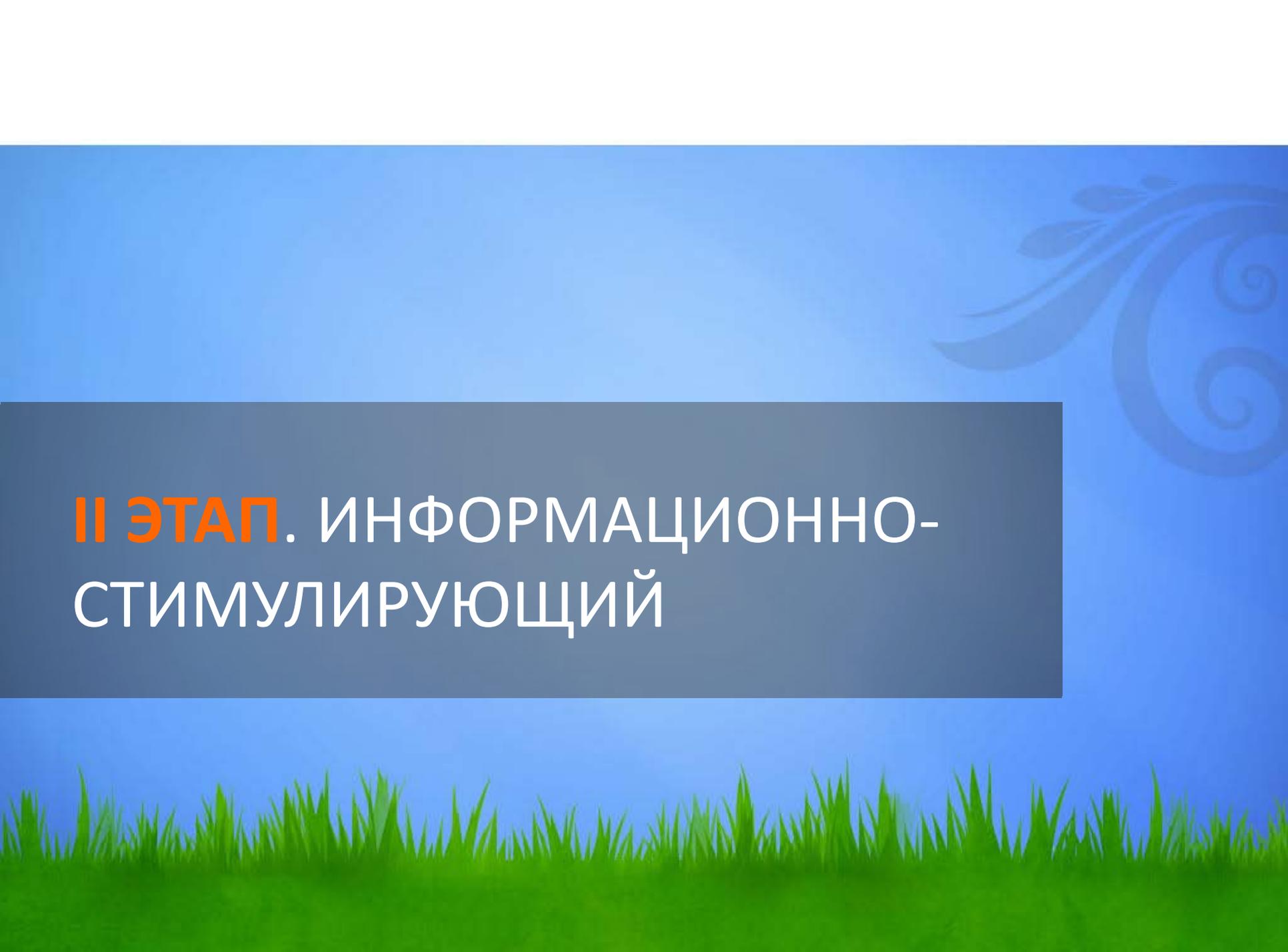
Инструменты воздействия

ЭТАП I

ИНСТРУМЕНТ VI: НАРУЖНЫЕ НОСИТЕЛИ

СУВЕНИРНАЯ ПРОДУКЦИЯ ДЛЯ ПООЩРЕНИЯ АКТИВНЫХ ЖИЛЬЦОВ НА МАССОВЫХ МЕРОПРИЯТИЯХ





II ЭТАП. ИНФОРМАЦИОННО- СТИМУЛИРУЮЩИЙ



ИНФОРМАЦИОННО- СТИМУЛИРУЮЩИЙ ЭТАП СОСТОИТ ИЗ СЛЕДУЮЩИХ ШАГОВ:

ШАГ 1. Информационно-разъяснительная волна (BTL акции по раздаче пакетов)

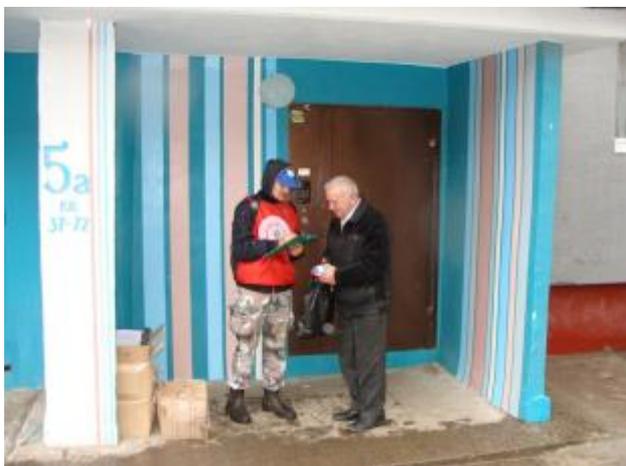
ШАГ 2. Информационно-стимулирующая волна - эко-патруль.

ШАГ 3. Дворовые праздники – стимулирующая волна

ШАГ 4. Освещение мероприятий в СМИ

ШАГ 5. Стимулирующая, поддерживающая волна – реклама на бордах, общественном транспорте, газеты, интернет.

ШАГ 1. ИНФОРМАЦИОННО-РАЗЪЯСНИТЕЛЬНАЯ ВОЛНА (ВТЛ АКЦИИ ПО РАЗДАЧЕ ПАКЕТОВ)



ШАГ 2.

ИНФОРМАЦИОННО-СТИМУЛИРУЮЩАЯ ВОЛНА – ЭКО-ПАТРУЛЬ.

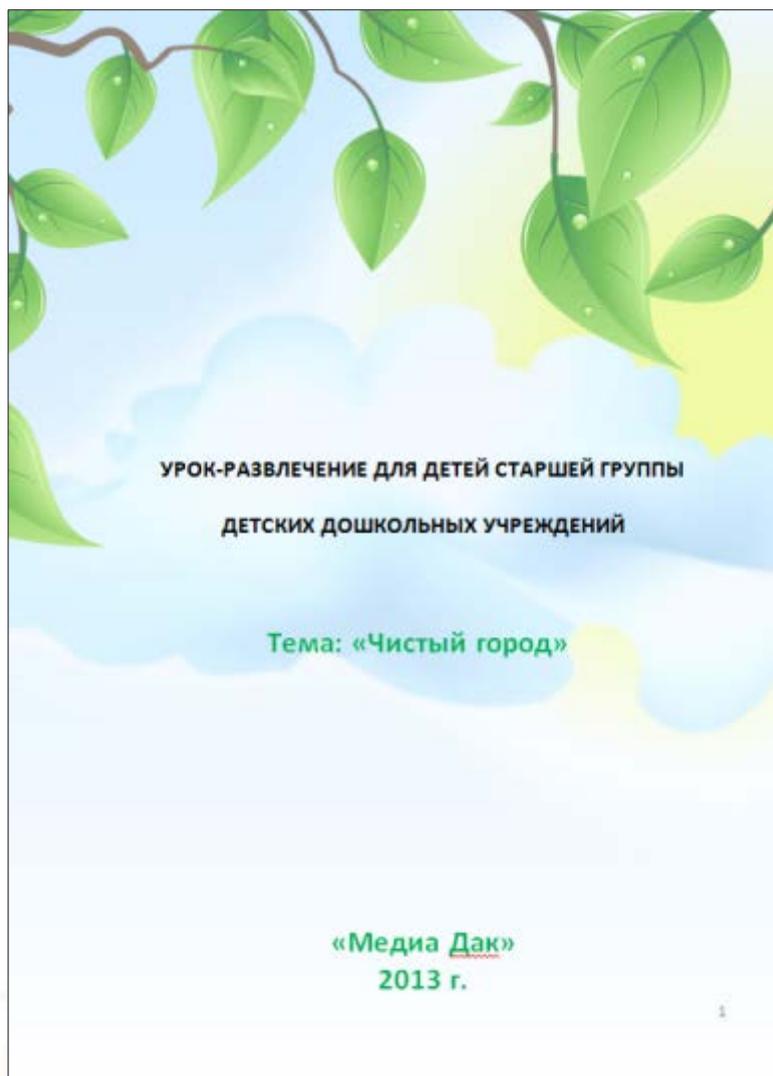




III ЭТАП. ВОСПИТАТЕЛЬНО- ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОГРАММЫ В ШКОЛАХ И ДЕТСКИХ САДАХ

МАТЕРИАЛЫ ТЕМАТИЧЕСКИХ УРОКОВ ДЛЯ ДЕТЕЙ СТАРШИХ ГРУПП и 1-4 КЛАССОВ

ЭТАП III

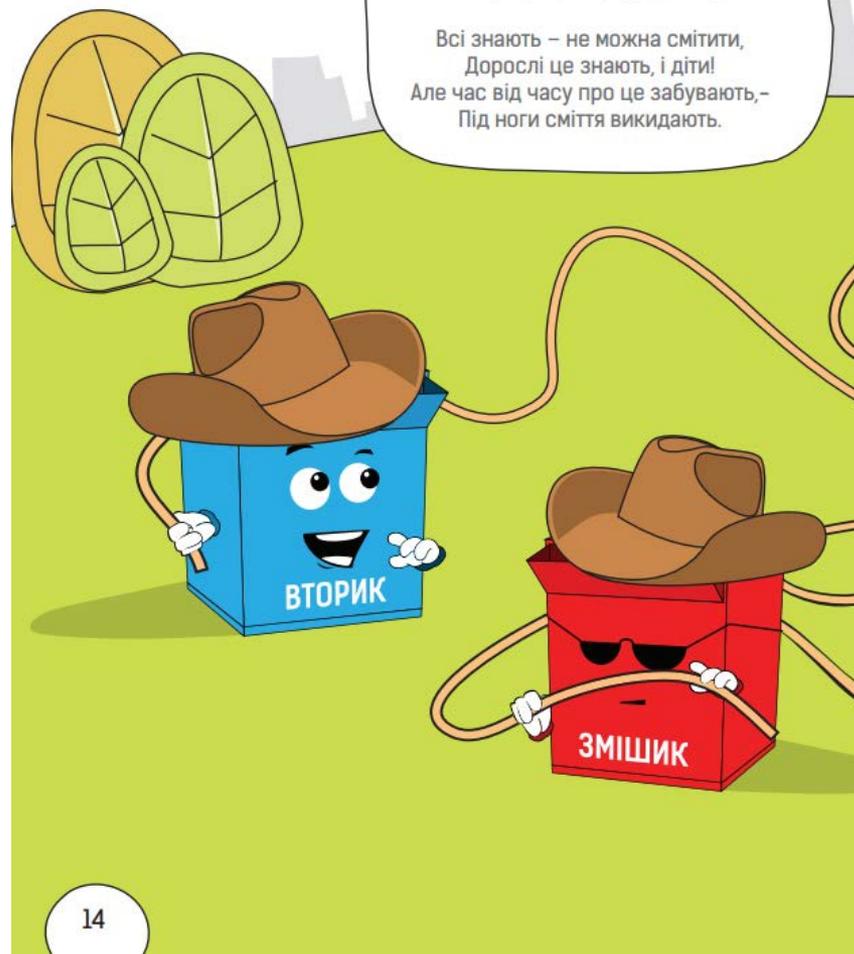




Змішик та Вторик впораються!

Вторик і Змішик стануть в нагоді,
Як схочеш корисним ти бути Природі!
Чисте довкілля – життя запорука,
Змалку корисна ця добра наука!

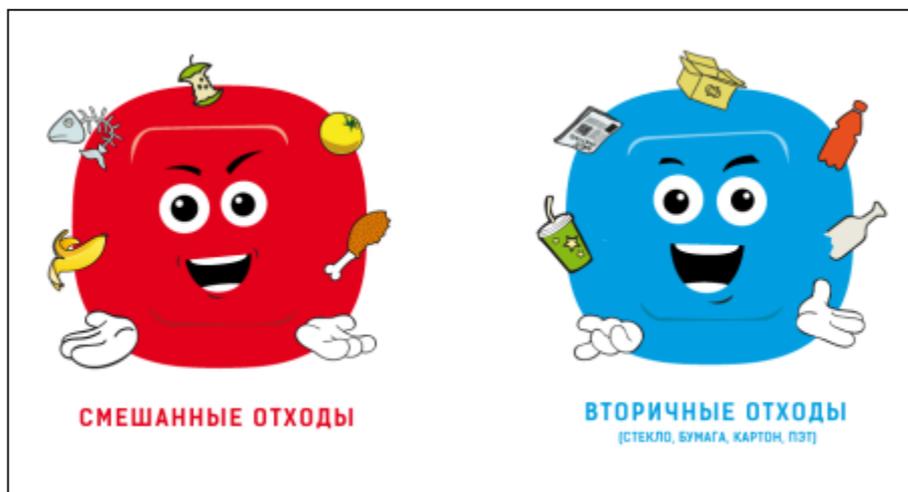
Всі знають – не можна смітити,
Дорослі це знають, і діти!
Але час від часу про це забувають, –
Під ноги сміття викидають.



ДОЛГОСРОЧНЫЕ ПЕРИОДЫ РЕАЛИЗАЦИИ КАМПАНИИ

При реализации схемы раздельного сбора мусора очень важно помнить, что работа с населением должна проводиться на постоянной основе с ежегодным выделением средств на рекламные мероприятия.

Причем сократить эти средства возможно за счет использования квот на социальную рекламу



Разработчик и реализатор кампании

Рекламное агентство полного цикла

MDA®

**МЫ ИМЕЕМ ОПЫТ РАБОТЫ ДЛЯ УСПЕШНОЙ РЕАЛИЗАЦИИ
СОЦИАЛЬНО-ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ!**

