



БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ЦЕНТР СОЦИАЛЬНОЙ РЕАБИЛИТАЦИИ

КАК ПОВЫСИТЬ ДОВЕРИЕ К ЦЕНТРУ СОЦИАЛЬНОЙ РЕАБИЛИТАЦИИ ЛЮДЕЙ С ОСОБЕННОСТЯМИ РАЗВИТИЯ?

Команда «SocResearch»



Научно-исследовательский
университет





Бизнес-цель

Увеличить количество регулярных доноров «Турмалина»

Бизнес-вопросы

Какие коммуникационные сообщения и маркетинговая стратегия будут способствовать росту доли пожертвований?

Как модифицировать сайт, чтобы он помогал приносить пожертвования?

Исследовательская цель

Определить способы повышения доверия к Центру социальной реабилитации людей с особенностями развития «Турмалин».

Исследовательские вопросы

Как москвичи относятся к благотворительности и как участвуют в ней?

Как москвичи относятся к людям с особенностями развития?

Какие существуют драйверы и барьеры к помощи людям с особенностями развития?

Что является проблемными местами сайта Центра «Турмалин»?

Методология исследования



Метод исследования

Онлайн-форум, Закрытые обсуждения
(респонденты не видят ответы друг друга, почти что индивидуальные интервью)

Онлайн-опрос



Целевая аудитория

Онлайн-форум, Закрытые обсуждения
Жители г. Москвы, 18-55 лет

Онлайн-опрос
Жители РФ, 18-55 лет



Выборка

Онлайн-форум, Закрытые обсуждения

20 респондентов
Онлайн-опрос

521 респондент



Группы респондентов

- Имеют опыт благотворительности через денежные пожертвования;
- Имеют опыт благотворительности, НЕ через денежные пожертвования;
- Не имеют опыта благотворительности.

Онлайн-форум

Что есть благотворительность?

Люди с ментальными особенностями развития не относятся к востребованной группе благополучателей

Наиболее востребованные благополучатели



Детская аудитория

(тяжелые заболевания,
детские дома, приюты, интернаты)

«Я не готов жертвовать **на это** [о людях с особенностями развития]. Во всяком случае **пока не «дорос» морально**».



Животные

(приюты, тяжелые заболевания)

«Им нужна помощь с уходом за собой, **и должно заниматься этим государство**».

«На них испытывают новые лекарства. Такие люди **не вписываются в общество**. Они живут отдельно. Их ограждают от общества».

«...им выплачивают **пособие** по инвалидности, опять же **близкие помогают**, еще **благотворительные организации**, наверное».

ДОВЕРИЕ К БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫМ ОРГАНИЗАЦИЯМ



11%

Доверяют деятельности
благотворительных организаций
в России*

Данные проведенного исследования

↗ Степень
доверия

**Положительный опыт
взаимодействия /
прозрачность деятельности**

↘ Степень
доверия

**Навязчивость рекламы /
отсутствие информации о
распределении
благотворительных средств**

Люди с ментальными расстройствами: ключевые барьеры благотворительности



Осведомленность

Низкий уровень знания
о проявлениях ментальных расстройств,
отсутствие привязки к деятельности НКО

«проживают **в спец.учреждениях**», «заперты в
психиатрической больнице или в квартире»,
«...представляют опасность для самих себя и для
общества»).

Формирование мифов
и предубеждений, привязка к
государственной поддержке



Непрозрачность механизмов помощи

Отсутствие возможности увидеть конкретный результат
благотворительной деятельности и понимания
приемлемых форм индивидуальной помощи

«**не знаю методы поддержки** людей с этим
заболеванием».



Отсутствие мотивации помогать
людям с ментальными
расстройствами

Люди с ментальными расстройствами: ключевые драйверы благотворительности



Конкретизация проблемы

Персональная помощь нуждающимся, конкретные примеры, истории из реальной жизни

«если предстоит встретится с такими, я готов помогать», «...это направление нужно развивать. И нужно поддерживать индивидуально родителей»).».

Реакция на личную историю, желание помочь



Форма помощи

Отсутствие ориентации на финансовую помощь, привязка к иным формам материальной поддержки, вовлечение граждан в совместные мероприятия с последующим фотоотчетом

«...к волонтерству отношусь нормально, так как именно общения, доброты, контакта таким людям государство не сможет обеспечить», «здорово было бы делать таким организациям какие-то совместные акции, например, с театрами, или с конно-спортивными комплексами»).

Рост уровня доверия, вовлеченности, отзывы в соц.сетях, реклама



За НКО или БФ должна стоять конкретная личность, чтобы повысить уровень доверия

Медийная личность, которая вызывает доверие, а также имеет непосредственное отношение к проблемам НКО или БФ



#2
СРЕДИ РОССИЙСКИХ
ЗВЕЗД ПО ДОВЕРИЮ*

«Из-за онкологии он [К.Хабенский] сам потерял близкого человека и поэтому верится, что свой фонд он основал от чистого сердца».

Людям необходимо познакомиться с руководителем НКО или БФ – больше личного контакта и контента от руководителя



«..помогаю много лет, знаю людей, которые там работают, знаю как они работают и поэтому доверяю им...».

Аудитории важно знать бэкграунд членов организации

Сотрудники – неотъемлемая часть НКО или БФ, поэтому о них важно рассказывать – более человеческая история



«Но! Где-то видел персонал. Ушел со страницы. Решил вернуться и посмотреть на образование сотрудников. Стало интересно! И не нашел! Пошел в «О нас» - нет инфо. Пошел в Контакты - нет инфо. Так и не нашел...».

Публикации о сотрудниках можно сочетать с экспертными статьями от них о людях с особенностями развития



«Нет объяснения, что такое ментальные нарушения. Не хочется заниматься поиском информации в интернете, т. к. информации много, и она не всегда правдива».

«Можно обратиться родителям необычных детей за консультацией, причем бесплатной, т.е. Центр не закрытый, не зациклен только на себе».

Порог входа у всех разный, поэтому нужен индивидуальный подход

Необходимо дифференцировать отличие деятельности «Турмалина» от обязанностей государства в поддержке людей с особенностями развития

Считают, что людям с особенностями развития
должно помогать*

57% VS 9%

Государство НКО



«Я считаю, что о благотворительностью нужно заниматься там, где государство не обязано, согласно Конституции и другим законам, чт о-либо предпринимать...».

«Особенность в том, чт о этим людям нужно помочь интегрироваться в общество. причина наверно основная отсутствие программ специализированных, если они есть то отсутствие финансирования».

Порог входа должен быть любым, поэтому необходимо предоставлять разные возможности поддержки и разные суммы



300 500 1000 или 500 РУБ.
 Ежемесячные пожертвования

Банковская карта
 Платёж через Сбербанк Онлайн
 Платёж через Альфа-Клик
 Яндекс.деньги
 WebMoney

*сейчас не очень понятно,
что 300 рублей – не порог

«Жаль, чт о нет информации можно ли купить эти работы (или я это не нашла) или сделать заказ. Я понимаю, чт о работа может быть другой. Но видишь желание создать вещь, труд особенных людей. Хочется перечислить деньги на творчество, на создание. А не просто перечислить денег на счет, не пойми на что».

Суммы
пожертвований
деньги, начинают ся,
только от 300
рублей.

Людям важна не только прозрачность, но и ощущение личного вклада

НКО должна иметь прозрачную финансовую отчетность с постоянными обновлениями

67% обращают внимание на результаты и отчетность на сайте НКО*

ТУРМАЛИН

- Финансовый отчет за 2018 год
- Отчет о деятельности в 2018 году
- Финансовый отчет за 2017 год
- Отчет о деятельности в 2017 году
- Финансовый отчет за 2016 год
- Отчет о деятельности в 2016 году
- Годовой отчет за 2015 год
- Отчет о деятельности в 2014 году

**БЛАГОТВОРИТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
НОЧЛЕЖКА**
HOMELESS.RU

Победитель
Всероссийского конкурса
годовых отчетов НКО

«...Есть списки пожертвований на выбор, кому необходимо лечение, это даёт более четкое представление, куда направляются средства. У Турмалина тоже есть некая отчетность, но на сайте я не нашел информацию, на что тратятся средства, а также результат деятельности фонда».

Людям важно знать, что они сделали доброе дело, и их деньги пошли на помощь



Здравствуйте!

Четыре месяца назад, в самом начале мая, мы открыли сбор для Лены Рассохиной, нашей подопечной из Комсомольска-на-Амуре, и ее еще тогда ‒ Лизы. Три месяца назад Лене и Лизе предстояла сложная внутриутробная операция в Швейцарии, и мы срочно собирали 9,5 миллионов рублей, чтобы успеть им помочь. В средине мая Лене и Лизе сделали внутриутробную операцию, а уже 13 июля Лиза Рассохина родилась. И вот как это было...

Приглашаем вас подписаться на нашу рассылку. Мы будем писать вам о том, как прошел наш месяц, о наших планах на будущее, анонсы нашего участия в ярмарках и фестивалях, присыпать наши отчеты. Планируем писать раз в месяц, возможны внеочередные приглашения на ярмарки и праздники

Представьтесь, пожалуйста, и введите ваш e-mail:

Имя *

E-mail *

Подписаться

HINSENDER

*сейчас тяжело найти, где можно подписаться на рассылку

«Письмо старое! Было разослано после проведения операции. Знаете, как приятно было узнать, что у этой семьи все получилось) то есть здесь есть какой-то контакт, соучастие, хоть они и ведать не ведают, кто я такая и сколько я пожертвовала».

Рекомендации

- Прозрачность в реализации полученных средств (через официальный сайт)
- Коммуникация об отличии функций «Турмалина» от государственных



- Система распространения информации о Центре, в частности, в соц.сетях, СМС-рассылка и рассылка с результатами помощи от доноров

- Нестандартные актуальные варианты для помощи, (например, приуроченные к праздникам, продажи поделок)

2

- Снизить порог сумм для пожертвований и рассказывать об этом
- Более наглядное демонстрирование возможности для подписки на внутреннюю рассылку

3

- Дать возможность познакомиться с личностью руководителя и сотрудников;
- Публикация просветительского и экспертного контента на сайте;
- Поддержка Центра со стороны известной личности (с высоким уровнем доверия среди граждан и вовлеченностью)

- 1.Коммуникация
- 2.Формат благотворительности
- 3.Реклама



Уроки, извлеченные из проекта

Работа с НКО: организация работы внутри команды, онлайн-формат коммуникации, переход на удаленную занятость как членов команды, так и сотрудников Центра.

Специфика исследования: сочетание методов, ориентация на прикладной характер, работа с табуированной темой, адаптация выводов исследования в практической плоскости



ПАРТНЕРЫ

Фото, использованные в презентации,
являются малой частью
работ подопечных Центра.
Более подробно можно ознакомиться
на сайте: <http://turmaline.ru>

Контакты членов команды
Морозова Виталия
morozova_vitaliya@inbox.ru
Попкова Кристина
kristina-popkova-1996@mail.ru
Салимгараева Альбина
albinasalimgaraeva@yandex.ru