



СТРАТЕГИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ МИССИИ DOMESTOS

МИССИЯ DOMESTOS – БОРЬБА ЗА ЧИСТОТУ И ГИГИЕНУ



DOMESTOS – СОЦИАЛЬНО-ОТВЕТСТВЕННЫЙ БРЕНД, КОТОРЫЙ ПОМОГАЕТ ШКОЛЬНИКАМ ПОЛУЧИТЬ ДОСТУП К УЛУЧШЕННЫМ САНИТАРНЫМ УСЛОВИЯМ



5000 школ в России требуют капитального ремонта



В **3400** школах туалеты есть только на улице



Около **45%** детей стараются терпеть до дома и посещают школьные туалеты только иногда*



25% родителей не знают, что делать при несоблюдении в школе санитарных норм по содержанию санузлов*

ГЛОБАЛЬНАЯ МИССИЯ DOMESTOS



Предоставить доступ к улучшенным санитарным условиям для
25 000 000 ЧЕЛОВЕК

МИССИЯ DOMESTOS В РОССИИ



Улучшить санитарное состояние в школьных туалетах
ПО ВСЕЙ РОССИИ

ИЗ ЧЕГО СОСТОИТ ШКОЛЬНАЯ ПРОГРАММА DOMESTOS СЕЙЧАС?



ДЕЙСТВИЯ

Ремонт школ

Обеспечение школ продукцией Domestos для поддержания чистоты

Проведение уроков чистоты

КОММУНИКАЦИЯ

Актуализация проблемы на разных уровнях

Пополнение образовательных материалов на сайте программы

ОБШИРНАЯ ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА

СМИ (онлайн, радио, ТВ), блогеры, спец. проекты на образовательных порталах
Несколько инфоповодов в течение года



198 Школ

63 Субъекта РФ

203000 Учеников

5 Отремонтированных туалетов

ПРИМЕРЫ РЕМОНТНЫХ РАБОТ, ПРОВЕДЕННЫХ КОМАНДОЙ DOMESTOS В 2019 ГОДУ В ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ



БЫЛО

СТАЛО

PR-КАМПАНИЯ DOMESTOS В 2019 ГОДУ



БЛОГЕРЫ



Татьяна Буцкая
Врач-педиатр,
идеолог Совета
Матерей
1,7m подписчиков



Тутта Ларсен
Телеведущая,
основатель
проекта Tutta.tv
441k подписчиков

+

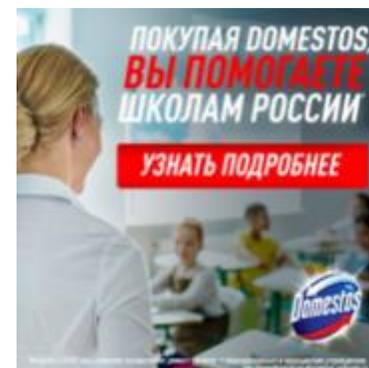
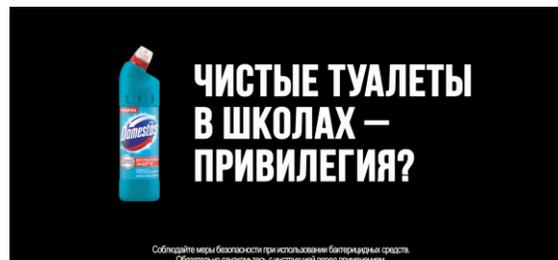
Широкий пул блогеров
релевантной
направленности

TV + DIGITAL КРУГЛЫЙ ГОД

ОНЛАЙН ВИДЕО



БАНЕРЫ И СОЦСЕТИ



PR



мама
МАЛЫШ

The
Village

ЗАДАНИЕ



Предложите комплекс офлайн/онлайн маркетинговых коммуникаций, которые помогут школьной программе Domestos достичь **охвата 50 млн человек** и улучшить тем или иным образом гигиенические условия в **500 школах** России до конца **2020** года

В рамках работы над заданием необходимо:

- Определить ЦА школьной программы, провести ее анализ и выявить каналы взаимодействия с ней
- Проанализировать best practice в работе с этой ЦА у других социально-ответственных брендов
- Предложить пути вовлечения в данный проект потребителей и компаний-партнеров из коммерческого и некоммерческого сектора в целях масштабирования программы и создания общественного движения

Решение необходимо отправить в формате презентации (pdf/pptx) на портал Универсиады до 30 марта 2020 (23:59)