
Благотворительный фонд АИФ

Доброе сердце 

Анализ поведения пользователей.

Выявление закономерностей
и паттернов, для продвижения
платформы.



БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД



1. Исследовательский анализ

Внедрение новых стратегий продвижения и рекламных компаний:

→ **Таргетирование через новые информационные площадки**

Пользователи, перешедшие с Маркетлог и ВК, проявляют большую активность и лучше удерживаются.

→ **Добавочные рассылки**

Пользователям требуется несколько дней, чтобы ознакомиться с содержанием рассылки, оценить фонд и принять решение о взаимодействии.

Основные изменения в стратегии привлечения клиентов начали внедрять с апреля 2022 года.


После размещения рекламы на других площадках количество уникальных пользователей на основном канале увеличилось.

Среди событий, в которых было задействовано наибольшее количество пользователей, можно выделить такие, как отправка новостей и отчетности, а также счастливые истории.

Благотворительный фонд сотрудничает со многими площадками.

Это включает в себя рекламу в мессенджерах, социальных сетях и на других интернет-ресурсах, а также рекламу через мобильных операторов.

Яндекс.Директ отличается более стабильной эффективностью благодаря своей роли в бизнес-процессах. Его платформа постоянно используется для оптимизации рекламных кампаний, поэтому спрос на нее остается высоким.



Яндекс.Дзен менее стабилен в удержании пользователей, что может быть связано с особенностями потребления контента.



2. Анализ пользователей

**В результате проведенного исследования
было обнаружено:**

→ **Гендерное деление**

Среди волонтеров женщин в два раза больше, чем мужчин.

→ **Анонимные пользователи**

Пользователи без указанных данных делают взносы на более крупные суммы.

→ **Взносы в определенные даты**

В преддверии праздников люди становятся более щедрыми и чаще делают пожертвования.

Приток новых пользователей



Большинство взносов поступают из крупных городов и столиц.

Вена, Екатеринбург,
Москва, Санкт-Петербург, Дубаи
и

Салехард – лидеры по удержанию и взносам.



Пользователи, совершившие самые крупные пожертвования, начали сотрудничать с фондом в 2023 году.

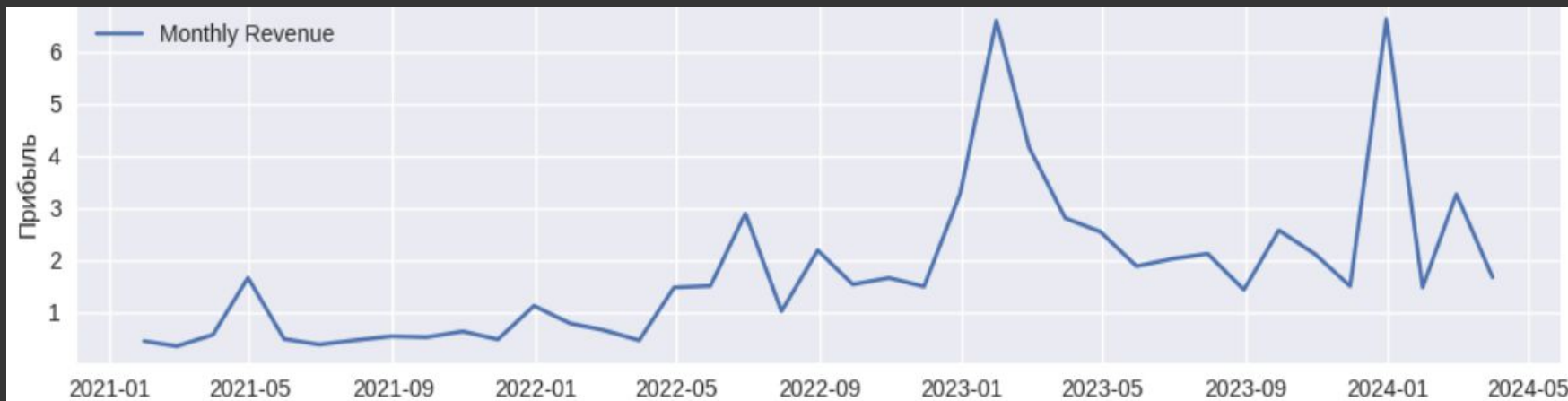
Присутствие штаб-квартиры
ООН в Вене
играет важную роль в
стабильном удержании и
конверсии пользователей.



Благодаря ресурсам и возможностям, которые предоставляет ООН, фонд может укрепить свои позиции и увеличить поддержку своих инициатив.

В начале каждого года наблюдаются низкие проценты оттока.
Что свидетельствует о **Сезонных факторах**, таких как:

- Время после новогодних праздников, когда пользователи возвращаются к повседневным делам и начинают активнее использовать приложение.
- В начале учебного года могут проводиться маркетинговые акции, стимулирующие удержание пользователей.



Отток пользователей может меняться под влиянием различных внешних факторов, например, пандемий, политических событий или изменений в законодательстве.

Дополнительные меры, которые помогут укрепить репутацию фонда и обеспечить его


эффективную работу даже в условиях нестабильности:

- Информационные кампании.
- Сотрудничество с крупными корпорациями.
- Удобный и понятный механизм для обратной связи .

A young man with dark skin and short hair is sitting on a concrete curb. He is wearing a maroon hoodie and dark pants with a white stripe. He is looking back over his right shoulder towards the camera. The background shows a residential street with a brick wall on the right, a fence on the left, and trees in the distance under a clear sky.

Информационные кампании

В неблагоприятных условиях важно показать, что фонд продолжает эффективно работать и оказывать помощь




Расскажите о проблеме на **реальном примере**

— можно дополнительно внедрить интервью с получателями помощи.

Сотрудничество с крупными корпорациями


выгодно обеим сторонам. Таким образом, компании не только демонстрируют свою благотворительность, но и проявляют социальную ответственность бизнеса.



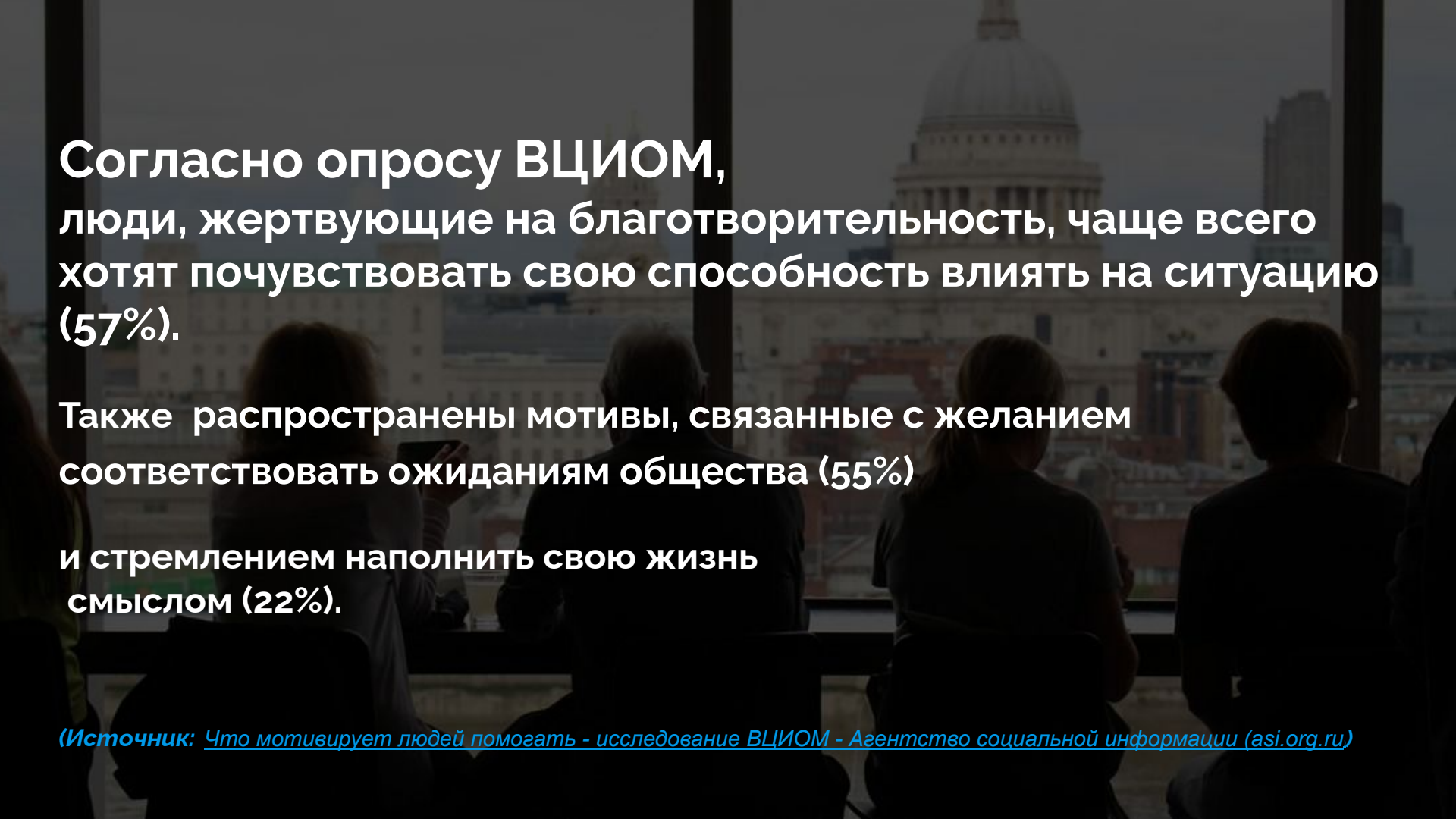
Предоставление инвесторам прозрачной информации о распределении средств поможет укрепить доверие доноров и повысить влияние на общество.

Удобный и понятный механизм для обратной связи. Это могут быть и онлайн-опросы, обсуждения в социальных сетях или специальные форумы на сайте фонда.

Что поможет не только укрепить доверие, но и лучше понять нужды и ожидания по доноров.



Важно продемонстрировать, как ваше решение может быть полезным в самых разнообразных ситуациях.



**Согласно опросу ВЦИОМ,
люди, жертвующие на благотворительность, чаще всего
хотят почувствовать свою способность влиять на ситуацию
(57%).**

**Также распространены мотивы, связанные с желанием
соответствовать ожиданиям общества (55%)**

**и стремлением наполнить свою жизнь
смыслом (22%).**

(Источник: [Что мотивирует людей помогать - исследование ВЦИОМ - Агентство социальной информации \(asi.org.ru\)](http://asi.org.ru))