

Итоговый проект

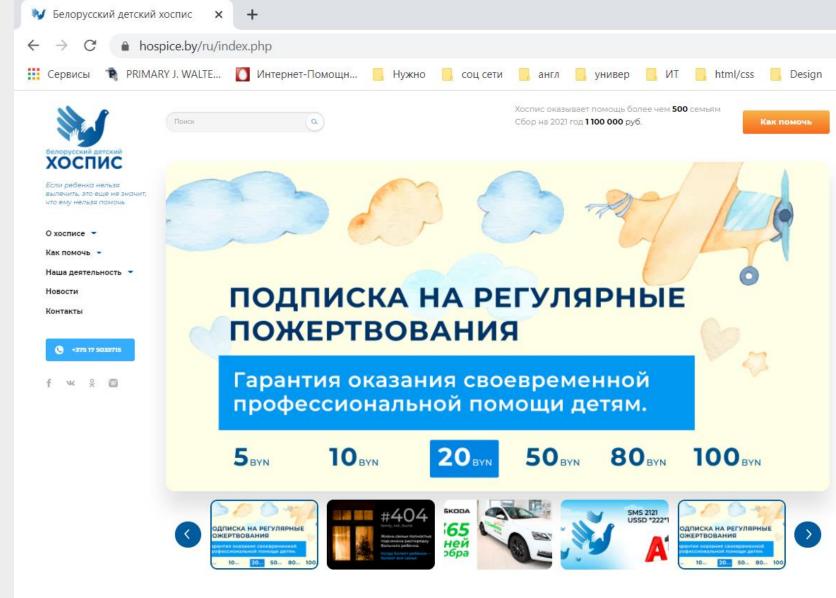
по курсу
«Интернет-маркетинг»
на тему «Промо-сайт
Белорусского Детского хосписа»

Выполнила Севрюк Александра

Этап №1 Описание своего бизнеса

ОБО «Белорусский детский хоспис»

– негосударственная и некоммерческая структура, которая оказывает медицинскую, психологическую, социальную и духовную помощь семьям, воспитывающим детей с ограничивающими срок жизни и угрожающими жизни заболеваниями.



ОБО «Белорусский детский хоспис»

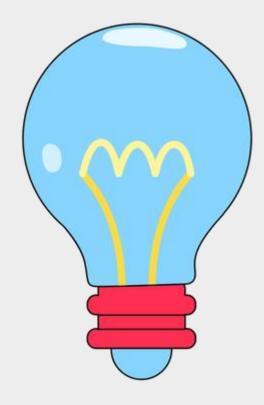


OБО «Белорусский детский хоспис» – негосударственная и некоммерческая структура, которая оказывает медицинскую, психологическую, социальную и духовную помощь семьям, воспитывающим детей с ограничивающими срок жизни и угрожающими жизни заболеваниями. Мы – первая общественная организация, которая работает с Министерством здравоохранения на условиях частно-государственного партнерства. Подробнее...

Кроме того, «Белорусский детский хоспис» даёт на выбор удобный для вас способ пожертвования в пользу наших подопечных с помощью городского телефона, отделения банка, системы "Расчет" (ЕРИП), USSD-запроса, СМС или возможность подписаться на

Тема разрабатываемого сайта — это промосайт, на котором можно сделать денежное пожертвование детям хосписа, а взамен повесить новогодний носок (размер в зависимости от размера пожертвования) с демонстрацией имени пожертвовавшего при наведении на носок, висящий на стене рядом с виртуальным камином.

Задача разрабатываемого промо-сайта состоит в том, чтобы привлечь внимание общественности к благотворительному пожертвованию, к судьбе детей с неизлечимыми заболеваниями и их близких и к оказанию подопечным Белорусского Детского хосписа и их родителям материальной поддержки.



На данный момент времени Белорусский Детский хоспис оказывает помощь более чем **500 Семьям**, а сбор на 2021 год составил **1 100 000 руб**. Что говорит об актуальности разработки данного промо-сайта.

Монетизация:

- За счет регулярных безвозмездных пожертвований пользователей основного сайта (https://hospice.by/)
- За счет попечителей Белорусского детского хосписа (https://hospice.by/ru/about/nashi-popechiteli/)



Этап №2 Целевая аудитория

В результате анализа предполагаемой целевой аудитории разрабатываемого промо-сайта были выделены три группы пользователей:

- 1. Социально активная аудитория 31-45 лет люди, готовые сделать все, зависящее от них, чтобы изменить мир к лучшему.
- 2. Активные, продвинутые в технологиях молодые люди 16-30 лет, прирожденные лидеры, небезразличные к несчастьям других.
- 3. Семьи с детьми преимущественно мамы 30-45 лет отзывчивая аудитория, симпатизирующая тем, кто нуждается в помощи.

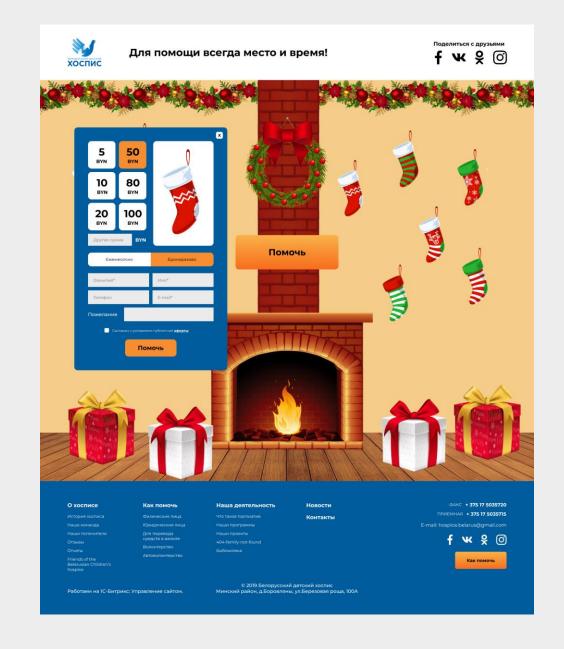


Этап №3
Уникальное
торговое
предложение

В результате анализа предметной области, были сформулированы три варианта уникального торгового предложения:

- 1. Для помощи всегда место и время.
- 2. Помоги детям оставь свой след.
- 3. Сделай маленький шаг к большой помощи.

Составление всех УТП строилось на том, что ЦА хочет оказать помощь Детскому хоспису, а мы предоставляем такую возможность. Плюс, мы предоставляем возможность не просто анонимно помочь, а оставить свой след, который будут видеть другие люди.



Этап №4 Воронка продаж

1. Люди, посмотревшие объявление в социальной сети, на сайте хосписа либо в гугле

2. Люди, перешедшие по ссылке на наш ресурс

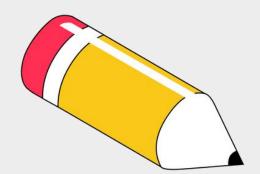
3. Люди, ознакомившиеся с сутью нашего ресурса/проекта

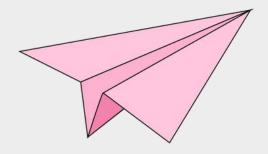
4. Люди, выразившие намерение помочь, посредством нажатия кнопки «помочь»

5. Люди, заполнившие форму пожертвования

6. Люди, которые ввели платежные данные

7. Люди, совершившие благотворительное пожертвование





Трудности, возникшие на каждом из этапов:

- 1. Объявление не привлекло либо не заинтересовало пользователя, он прошел мимо
- 2. Пользователь не заметил ссылку в объявлении, не понял, как перейти на наш ресурс
- 3. Суть проекта изложена недостаточно понятно, пользователь не понимает куда попал, ему не интересно, он уходит
- 4. Пользователь ознакомился с сутью ресурса, но понял, что ему это не интересно, у него нет времени либо денег, не понял, как именно он может помочь
- 5. У пользователя не получилось заполнить форму корректно
- 6. У пользователя не получилось корректно ввести платежные данные, он не доверяет данной платежной системе
- 7. Произошел сбой в системе

- 1. Люди, посмотревшие объявление в социальной сети, на сайте хосписа либо в гугле
 - 2. Люди, перешедшие по ссылке на наш ресурс
 - 3. Люди, ознакомившиеся с сутью нашего ресурса/проекта

4. Люди, выразившие намерение помочь, посредством нажатия кнопки «помочь»

5. Люди, заполнившие форму пожертвования

> 6. Люди, которые ввели платежные данные

> > 7. Люди, совершившие благотворител ьное пожертвовани

- 1. Люди, посмотревшие объявление в социальной сети, на сайте хосписа либо в гугле
 - 2. Люди, перешедшие по ссылке на наш ресурс
 - 3. Люди, ознакомившиеся с сутью нашего ресурса/проекта
 - 4. Люди, выразившие намерение помочь, посредством нажатия кнопки «помочь»
 - 5. Люди, заполнившие форму пожертвования
 - 6. Люди, которые ввели платежные данные
 - 7. Люди, совершившие благотворител ьное пожертвовани

Решения трудностей каждого из этапов:

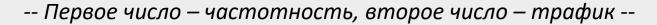
- 1. Сделать объявление интересным, ярким, привлекающим внимание, вызывающим интерес потенциального пользователя
- 2. Сделать в объявлении очевидную ссылку на наш ресурс (переход по клику, очевидная выделяющаяся ссылка в тексте объявления)
- 3. Структурированно объяснить и показать пользователю, куда он попал, какова цель ресурса и что он может на нем сделать
- 4. Предложить пользователю напомнить о данном ресурсе позже, когда у него появится время или деньги (смс оповещение, уведомление в социальной сети)
- 5. Организовать визуально понятную форму для заполнения данных, а также проверку введенных данных на корректность и всплывающие подсказки для пользователей
- 6. Организовать визуально понятную форму для заполнения данных, а также проверку введенных данных на корректность и всплывающие подсказки для пользователей, подключить дополнительный сервис для выполнения оплаты, который является надежным и вызывает у пользователей чувство безопасности и доверия
- 7. Перед запуском проекта проверить все на корректность и бесперебойность работы

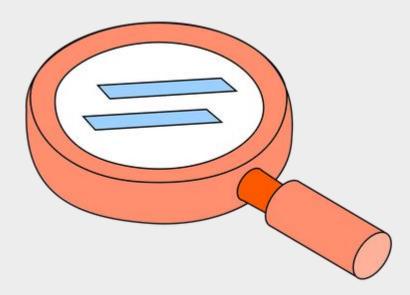
Этап №5 Семантическое ядро

Помочь детям (частотность 5085; трафик 635)	Благотворительная помощь (370; 46)	Детский хоспис (263; 32)	Белорусский детский хоспис (136; 17)	Благотворительный фонд помощь (94; 11)	Помощь детям благотворительный (84; 10)	Хочу помочь детям (60; 7)	Хоспис помощь (56; 7)
Благотворительност ь детям (55; 6)	Сбор пожертвований (45; 5)	Помочь больным детям (45; 5)	Поможем семье поможем ребенку (44; 5)	Пожертвование детям (38; 4)	Благотворительная помощь организации (37; 4)	Благотворительная акция помощи (35; 4)	Помощь детям благотворительный фонд (28; 3)
Детский хоспис боровляны (27; 3)	Сделать пожертвование (27; 3)	Сайт детского хосписа (17; 2)	Пожертвование больным детям (17; 2)	Детский хоспис официальный сайт (16; 2)	Благотворительное пожертвование (16; 2)	Благотворительность в беларуси детям (15; 1)	Помогите детям деньгами (14; 1)
Белорусский детский хоспис официальный сайт (14; 1)	Детский хоспис минск (12; 1)	Обо белорусский детский хоспис (12; 1)	Помочь умирающим детям (11; 1)	Денежные пожертвования (10; 1)	Пожертвование денежных средств (8; 1)	Помогите ребенку срочно (7; 1)	Пожертвование благотворительная помощь (6; 1)
Благотворительность детям инвалидам (6; 1)	Благотворительность лечение ребенка (6; 1)	Пожертвования больным детям беларусь (6; 1)	Помощь детским хосписам (5; 1)	Сбор средств на лечение ребенка благотворительность (4; 1)	Деньги благотворительность детям (4; 1)	Благотворительность детям фонд (4; 1)	Благотворительность больным детям (4; 1)
Благотворительность помощь детям (3; 0)	Сделать пожертвование детям (3; 0)	Хоспис помощь детям (3; 0)	Пожертвования детям на лечение (3; 0)	Пожертвование денег детям (3; 0)	Сделать пожертвование детям (3; 0)	Хоспис пожертвование (2; 0)	Помочь детям больным онкологией $(2;0)$
Пожертвования в благотворительные организации (1; 0)	Безвозмездное пожертвование денежных средств (1; 0)	Благотворительные взносы пожертвования (1; 0)	Дети инвалиды пожертвование (1; 0)	Пожертвование денег больным детям (1; 0)	Номер пожертвования детям (1; 0)	Пожертвование денег больным детям (1; 0)	Хоспис какая помощь (1; 0)

Семантическое ядро (регион - Беларусь), использован https://wordstat.yandex.by (CTR=12.5%):

- 1. Благотворительная помощь (370; 46)
- 2. Детский хоспис (263; 32)
- 3. Белорусский детский хоспис (136; 17)
- 4. Благотворительный фонд помощь (94; 11)
- 5. Помощь детям благотворительный (84; 10)
- 6. Хочу помочь детям (60; 7)
- 7. Хоспис помощь (56; 7)
- 8. Благотворительность детям (55; 6)
- 9. Сбор пожертвований (45; 5)
- 10. Помочь больным детям (45; 5)
- 11. Поможем семье поможем ребенку (44; 5)
- 12. Пожертвование детям (38; 4)
- 13. Благотворительная помощь организации (37; 4)
- 14. Благотворительная акция помощи (35; 4)
- 15. Помощь детям благотворительный фонд (28; 3)
- 16. Детский хоспис боровляны (27; 3)
- 17. Сделать пожертвование (27; 3)
- 18. Сайт детского хосписа (17; 2)
- 19. Пожертвование больным детям (17; 2)
- 20. Детский хоспис официальный сайт (16; 2)
- 21. Благотворительное пожертвование (16; 2)





Этап №6 Каналы продвижения

Медиаплан был составлен на **декабрь 2021 года**, как раз перед Новым годом. Проанализировав ранее целевую аудиторию данного благотворительного социального проекта, можно сделать вывод, что лучшими каналами продвижения для него будут:

- Социальные сети Белорусского детского хосписа, а именно инстаграм, вконтакте
- Сайт Белорусского детского хосписа
- Сайты и социальные сети других благотворительных проектов Беларуси
- Контекстная реклама в Google

Также стоит учитывать то, что у нас нет достаточных финансов на то, чтобы делать большое количество рекламы, поэтому в приоритете должны быть бесплатные способы размещения рекламных объявлений и продвижения.

Общий выделенный бюджет на рекламную кампанию = **100 бел. рублей.**



Интернет- площадка	Период размещения	Вид размещения	Особенности	Стоим., руб.	Прогноз по контактам	Цена привл. 1 клиента
Посты и сториз	03.12.2021 10.12.2021 17.12.2021 24.12.2021 31.12.2021		Заранее созданные рекламные макеты с указанием ссылки на наш ресурс	0	Судя по активности подписчиков, будет около 20 переходов	0
Посты и записи	06.12.2021 13.12.2021 20.12.2021 27.12.2021		Заранее созданные рекламные макеты с указанием ссылки на наш ресурс	0	Судя по активности подписчиков, будет около 15 переходов	0
Статья	01.12.2021 15.12.2021		Статья о нашем ресурсе, первая позиция в новостях сайта, привлекающая взгляд обложка, ссылка на наш ресурс	0	Около 30 переходов	0
Посты и сториз	02.12.2021 09.12.2021 16.12.2021 23.12.2021 30.12.2021	_	Заранее созданные рекламные макеты с указанием ссылки на наш ресурс	0	В зависимости от выбранного социального проекта и активности пользователей в его социальной сети, около 10 переходов	0
Посты и записи	07.12.2021 14.12.2021 21.12.2021 28.12.2021		Заранее созданные рекламные макеты с указанием ссылки на наш ресурс	0	В зависимости от выбранного социального проекта и активности пользователей в его социальной сети, около 10 переходов	0
Контекстная реклама	C 01.12.2021 по 31.12.2021	_	Настройка на выделенную нами целевую аудиторию, расположение Беларусь	100	Около 175 переходов, из которых на сайте задержалось около 60 человек, а выполнили целевое действие около 22 человек	4,5

Спасибо за внимание!

