



Благотворительный Фонд
Константина Хабенского

Повседневная благотворительность



Общение – основа хороших отношений

Ваше общение с клиентами – это возможность напоминать им о себе и сформировать отношение.

Благотворительные проекты дают множество поводов для коммуникации.





Особенно сложно общаться
в дистанционных каналах.

В них нет эмоционального
контакта «человек-человек».

Для решения этой задачи мы
придумываем вместе с
партнерами проекты, где
коммуникация способна создать
такой контакт с брендом.

Что более теплый контакт:

- вовлеченность клиентов
- рост клиентской активности
- жизненный цикл клиента дольше
- углубление отношений с клиентом



В наших кейсах всегда
удовлетворены все три
стороны: компании, их клиенты
и благотворительные
организации.

Вы можете использовать
наши готовые кейсы с любой
благотворительной
организацией.



Юниаструм Банк®
Группа компаний Банка Кипра



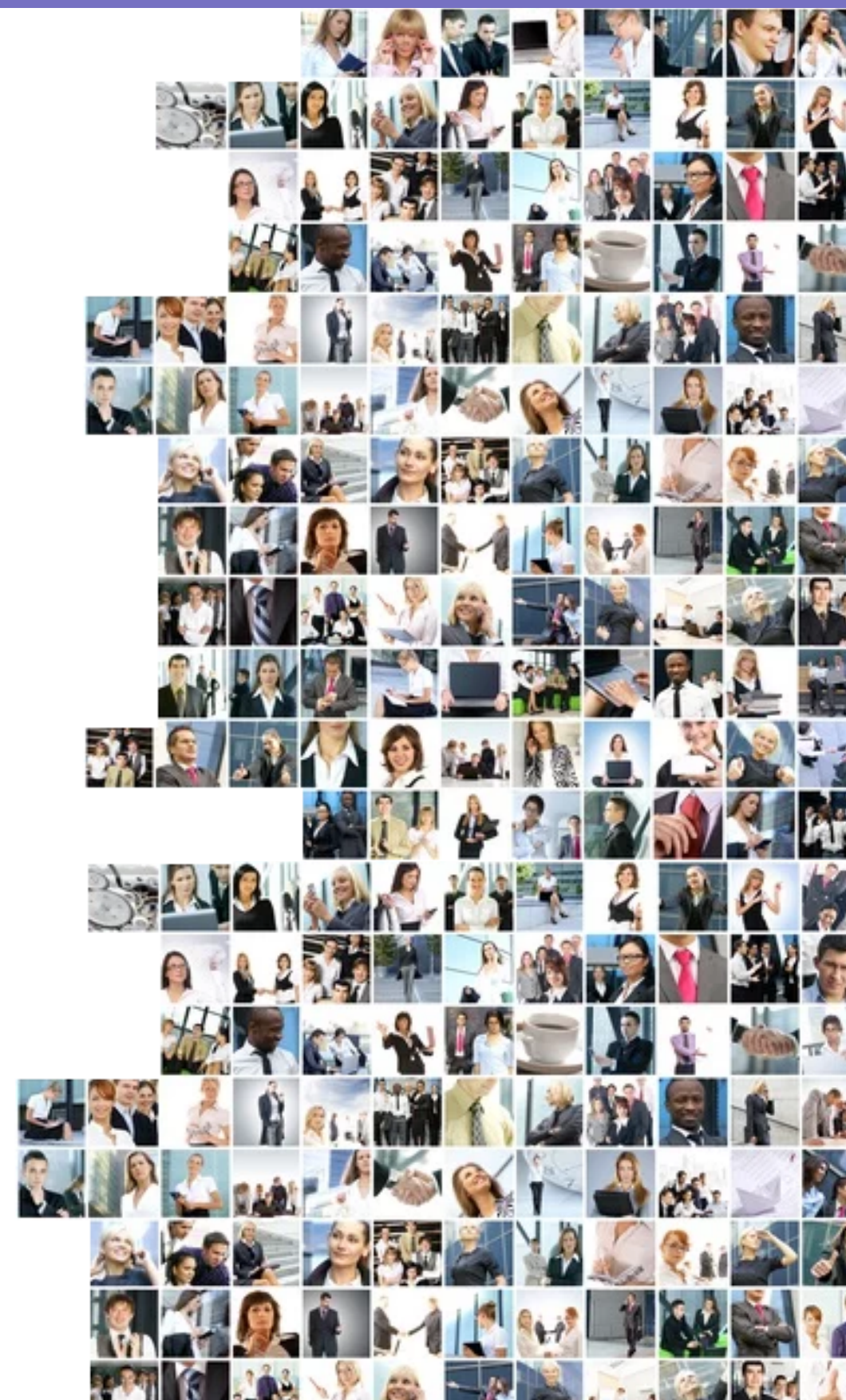
Банк
Хоум Кредит



Повседневная благотворительность это:

Проекты с вовлечением клиентов и
предоставлением им возможности участия.

Форма участия всегда **простая и удобная**,
вписывается в повседневные действия
клиента.





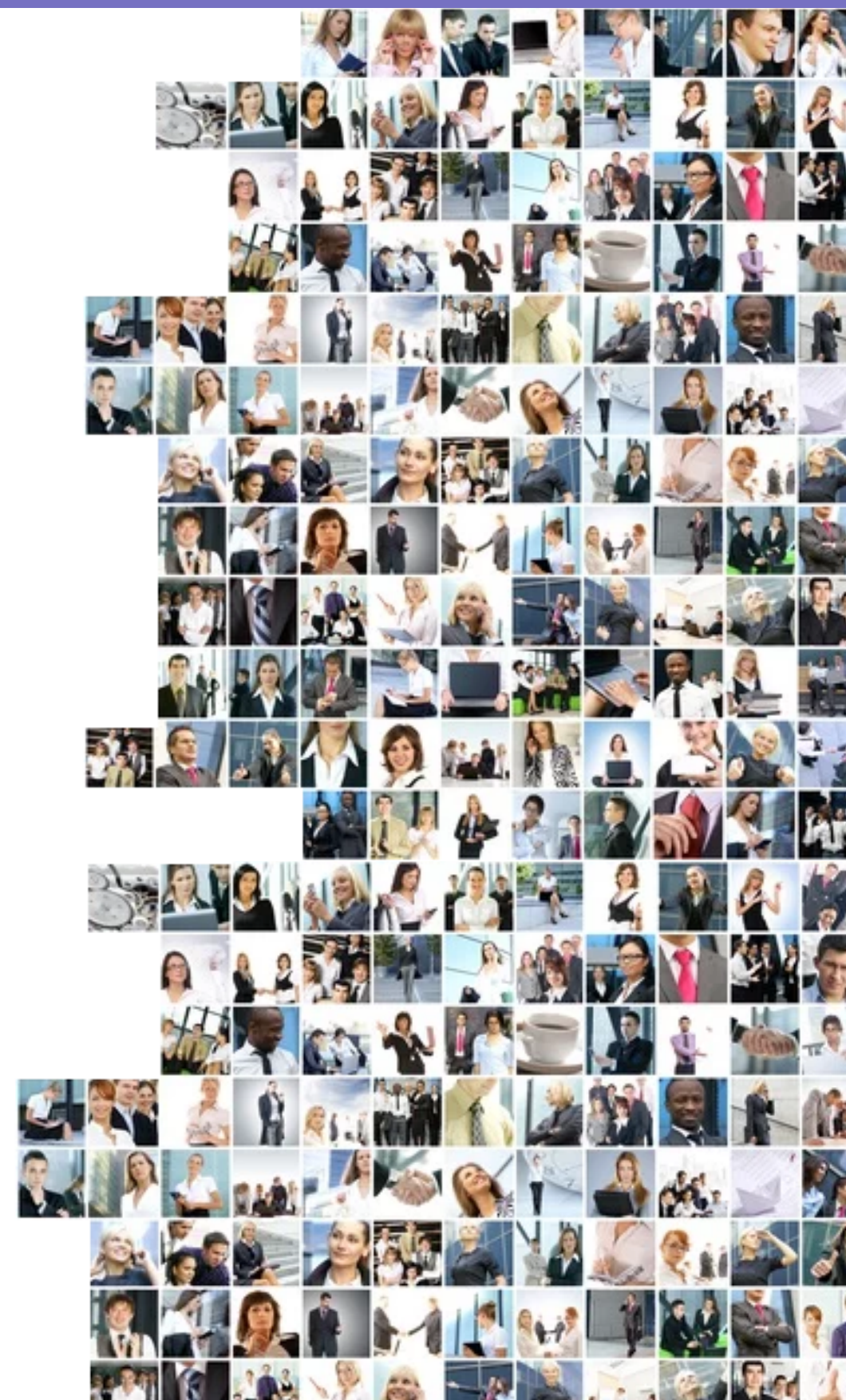
Повседневная
благотворительность это:

Отсутствие внешних инвестиционных
затрат на создание проекта.

Еженедельная **дополнительная**
коммуникация

От 60 **до 65%** заинтересованных клиентов.

От 40 **до 45%** заинтересовавшейся
аудитории, **готовы сразу совершить**
какое-либо действие.





Online-проекты повседневной благотворительности:

Округление в пользу благотворительности

Продукты с благотворительной составляющей:
карты, вклады, счета

Проект «День рождения в пользу благотворительности»

Клуб благотворителей

Отдельные проекты активности (**Конкурс улыбок**)



Digital-инфраструктура для партнерских благотворительных проектов





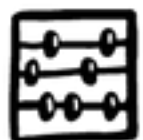
○ Организовать повод коммуникации



○ Создать канал взаимодействия



○ Управлять процессом



○ Отслеживать эффективность



Организация адресной коммуникации

CRM — как техническое решение и набор правил

Рассылки — как техническая платформа и медиа-план коммуникаций



Площадка взаимодействия

Клуб добрых дел — как место в онлайн среде и как социальное образование со своими ценностями и приоритетами



○ Адресная коммуникация

Хранит:

Историю взаимодействия партнеров с участниками

Контактные персональные данные и каналы связи

Позволяет:

Строить детальные выборки

Просматривать историю участия человека в акциях

Отслеживать статистику по сегменту



- Клуб добрых дел

Удовлетворение от собственных
действий и от причастности
к чему-то особенному



- Финансовое партнерство
- Благотворительность
вместо подарков
- Конкурсы



Важно, чтобы клиент видел бренд
в момент совершения «добрых
дел» и не забывал что именно
ваша компания предоставляет
ему такую возможность

Помогайте вместе с



герой добрых дел

100 плюсов





Транспортом для положительных эмоций могут быть подарки, поздравления, пожелания и признание за ним лучших качеств со стороны друзей.

Особенно приятно, когда помимо слов они «закрепляются» на каком-то носителе





- Повод важный для адресата
- Канал удобный для адресата
- Постоянный процесс,
дешевый и простой в обслуживании,
с прозрачными метриками
эффективности

Давайте просто пообщаемся на эту тему
и мы предложим вам удобные и простые
кейсы, которые решат ваши задачи
и сделают мир лучше

Кирилл Сомов

Руководитель направления онлайн-
фандрайзинга Благотворительного
Фонда Константина Хабенского

k.somov@bfkh.ru

Алексей Кулаков

Генеральный директор JetStyle
Директор по продукту Ridero

kulakov@gmail.com