

ПРОЕКТ: НЕ ОБРЕЗАЙТЕ МНЕ КРЫЛЬЯ

Подготовили: Новикова Ксения, Родичева Ольга

РиССО 3-5

Руководитель: А.Н.Тимохович

2023 год



ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
УПРАВЛЕНИЯ



КРЕАТИВНЫЙ БРИФ

Клиент	Национальный фонд защиты детей от жестокого обращения - https://sirotstvo.ru/projects
Социальная проблема	Проблема насилия над детьми внутри семьи - это плохое обращение с детьми в возрасте до 18 лет и отсутствие заботы о них. Оно охватывает все типы физического и/или эмоционального жестокого обращения, пренебрежения, невнимания, что приводит к нанесению реального или потенциального вреда здоровью, развитию или достоинству ребенка Международные исследования показывают, что 25% взрослых подвергались в детстве физическому насилию. Многие дети становятся жертвами эмоционального (психологического) насилия.
История социальной проблемы	Данная проблема существует с начала зарождения общества, в последние десятилетия насилие над детьми внутри семьи перестали считать нормой, такие методы воспитания противоречат идеям гуманизма и правам человека
Конкуренты	

КРЕАТИВНЫЙ БРИФ

Цель рекламной кампании	Повышение распознаваемости признаков жестокого обращения семьи с ребенком; осведомить целевую аудиторию о последствиях, к которым приводит эмоциональное и психологическое насилие; изменить представление родителей об эффективном воспитании детей
Целевая аудитория	Реклама направлена на людей, у которых есть несовершеннолетние дети, как правило, женщины и мужчины от 25 до 40 лет
Решение проблемы	С помощью нашей социальной рекламы родители, прибегающие к насильственным методам воспитания увидят, что испытывают их дети, какие чувства и эмоции, в процессе и после воспитательных актов. Увидев, какую боль их действия причиняют детям, они захотят изменить методы коммуникации.
Тон рекламного сообщения	Нагнетающий, удручающий. Тёмные тона, кровь, синяки, веревки, гири (символизирующие груз), чёрный фон, чёрно-белое
Медиа размещение	Наружная реклама, баннеры в метро, баннеры на автострадах
Особые условия	Избегать обвинительного тона, который вызовет у родителей отторжение; человек должен задуматься и прийти к выводу, есть ли в его семье насилие



КРЕАТИВНАЯ СТРАТЕГИЯ

Проанализировав креативный бриф, мы пришли к выводу о том, что для данной социальной рекламы подойдет креативная стратегия по Питу Барри - **“Забота/сочувствие”**

Данная стратегия заключается в том, чтобы на соответствующих чувствах (забота, сочувствие) донести информацию о, в данном случае, социальной проблеме. Мы хотим обратить внимание людей, у которых есть дети на то, что не все методы воспитания являются гуманными. Так же мы хотим, чтобы реклама вызывала желание помочь ребенку, который подвергается насилию со стороны семьи, тем самым задуматься, нужна ли помощь собственному ребенку.

ПРОФИЛИ ЦА

Инсайт: целевая аудитория бессознательно наносит вред психике детей из незнания психологии и следования методам воспитания, перенятым от родителей



**Екатерина, 40 года
разведена, работает,
доход средний
Санкт-Петербург**

Каналы:

Соцсети - Одноклассники,
Вконтакте
Наружняя реклама - баннеры

Цели:

- вырастить детей
- выйти замуж
- купить новую стиральную машинку
- погасить кредит за автомобиль

Личность:

- есть несколько близких друзей
- увлекается вязанием
- любит готовить
- никогда не интересовалась психологией
- строгая и консервативная

Биография

У Екатерины двое детей - мальчик 16 лет и девочка 13 лет. 5 лет назад Екатерина развелась, дети остались с ней. Теперь она запрещает детям поддерживать контакт с отцом. Ей кажется, что она хорошая мать и ее коммуникация с детьми идет им на пользу. Женщина приходит домой после работы достаточно поздно и часто ругает детей за отсутствие порядка, так как ей важно, чтобы в доме была идеальная чистота. Порой дети говорят не то, что она хочет слышать, тогда она не разбираясь наказывает или прибегает к пытке молчанием, пока ребенок не поймет свою вину и не извинится.



**Василий, 38 лет,
Женат, работает, доход
выше среднего, Москва**

Каналы:

Соцсети - Ютуб, Вконтакте
Наружняя реклама - баннеры
ТВ

Цели:

- Контролировать жену и детей
- Уважение со стороны окружения
- Авторитет

Личность:

- Сторонник патриархата
- Широкий круг друзей, разделяющих его ценности
- Проводит мало времени с семьей

Биография

Рос в полной семье, где отец регулярно применял физическое насилие к нему и другим родственникам. Для него нормально доказывать свою правоту силой не только в семье, но и за ее пределами. У него есть жена и трое детей. Он применяет силу к детям в воспитательных целях. Иногда к жене, если считает, что та права. Жена зарабатывает намного меньше него. Он знает, что она давно ушла бы от него, если бы имела достаточно ресурсов.

ТЕХНИКИ ИДЕАЦИИ

Трюизм	Родитель кричит на ребенка и его слова задевают внутренний мир ребенка, "задевает до глубины души"	Олицетворение	Рука хватает ребенка за голову, она выступает тем, что причиняет боль
Гиперболизация	Родители будто поглощают ребенка своими огромными ртами, когда критикуют/ругают за что-то	Заимствованный интерес	В пример можно привести мультфильм "Симпсоны", где главный герой постоянно пытается убить своих детей
Метафора	Родитель словно обрезает крылья ребенка ножницами, которыми выступают сказанные слова	Два в одном	В центре ребенок без рта и с синяком под глазом, идея - "я не могу никому рассказать, но вы видите, что со мной"
Интерпретация	Нож падает на лежащего ребенка, нож - это оружие, которым "режут без ножа"		

СОЗДАНИЕ СКЕТЧЕЙ

1. метафора



3. парадокс



5. сравнение



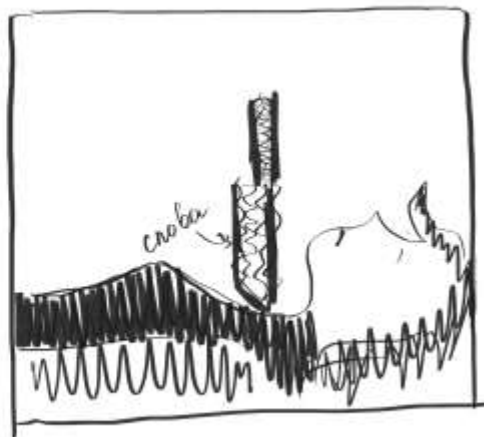
7. итербация



2. повтор



4. метафора



6. нитота



СЛОГАНЫ

Языковая игра	Мой груз вины
Трюизм	Порочный круг
Метафора	Не отрезайте мне крылья
Трюизм	Ранит без ножа
Языковая игра	Не ругайте меня, я не виновата
Противопоставление	Не ругайте меня, я не виновата
Персонализация	Не могу попросить о помощи, вы все видите

СЕРИЙНОЕ РЕШЕНИЕ

Модель параллельного
воздействия с целью изменения
поведения



ИТОГОВОЕ СЕРИЙНОЕ РЕШЕНИЕ



KPI

- Повышение осведомлённости о проблеме на 20%
- Повышение переходов на страницу фонда на 15%
- Повышение обращения и участия в проектах фонда на 25%

КОНКРЕТИЗАЦИЯ МЕДИАРАЗМЕЩЕНИЯ

Стоимость размещения wi-fi рекламы в метро

Стоимость размещения рекламы зависит от станций метро, где ее транслируют и от выбранного рекламного формата.

Брендирование страницы авторизации в сети wi-fi MosMetro_Free			Стоимость в рублях, прайс	
Динамический или статический фон страницы авторизации			будни	выходные
			2.5млн.	2 млн.
Графический баннер на весь экран	10 секунд	После страницы авторизации в сетях Wi-Fi MosMetro_Free, MosGorTrans_Free	Смартфон: 320x480 480x288 Планшет: 640x640	1000

Спасибо за внимание!