

# Следы счастья

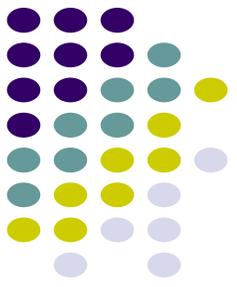


Выполнили студентки 3-его курса  
вечернего отделения

"Реклама и связи с общественностью"

Рагимова А. и Дёминова И.

Преподаватель: Иванова Е.А.



# Целевая аудитория:

- люди, способные порадоваться за успех детей, их родителей, а также врачей в борьбе с раком



# Контактные аудитории:

■ СМИ (журналисты)

■ Дети, вылечившиеся от рака

■ Общественные организации

■ Известные люди

■ Партнеры

■ Спонсоры

ПРЕССА

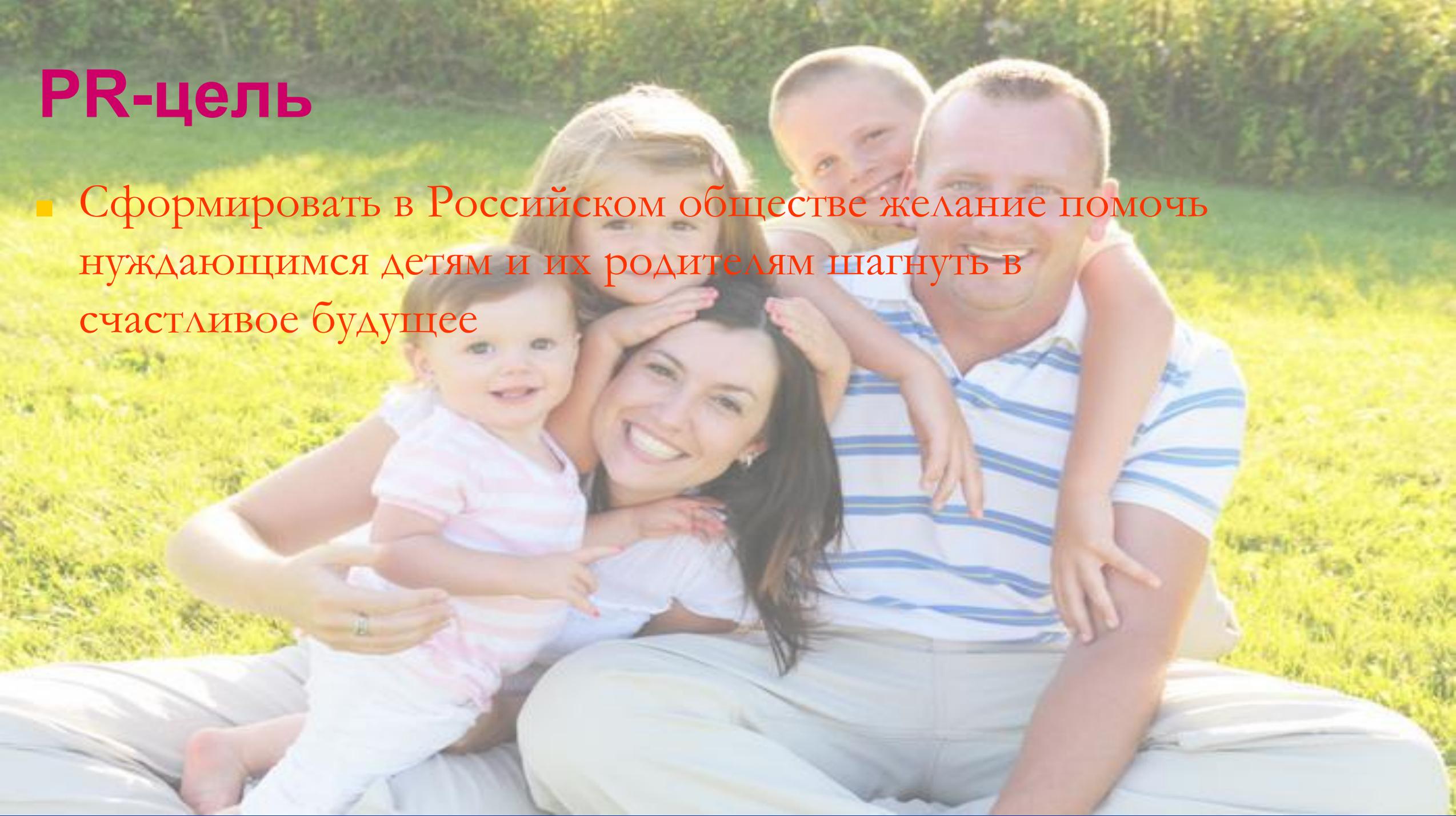


**КОРАБЛИК**

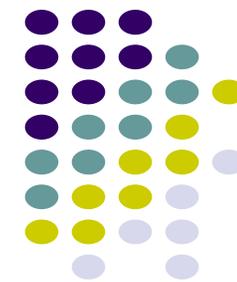
ДЕТСКИЕ МАГАЗИНЫ

# PR-цель

- Сформировать в Российском обществе желание помочь нуждающимся детям и их родителям шагнуть в счастливое будущее

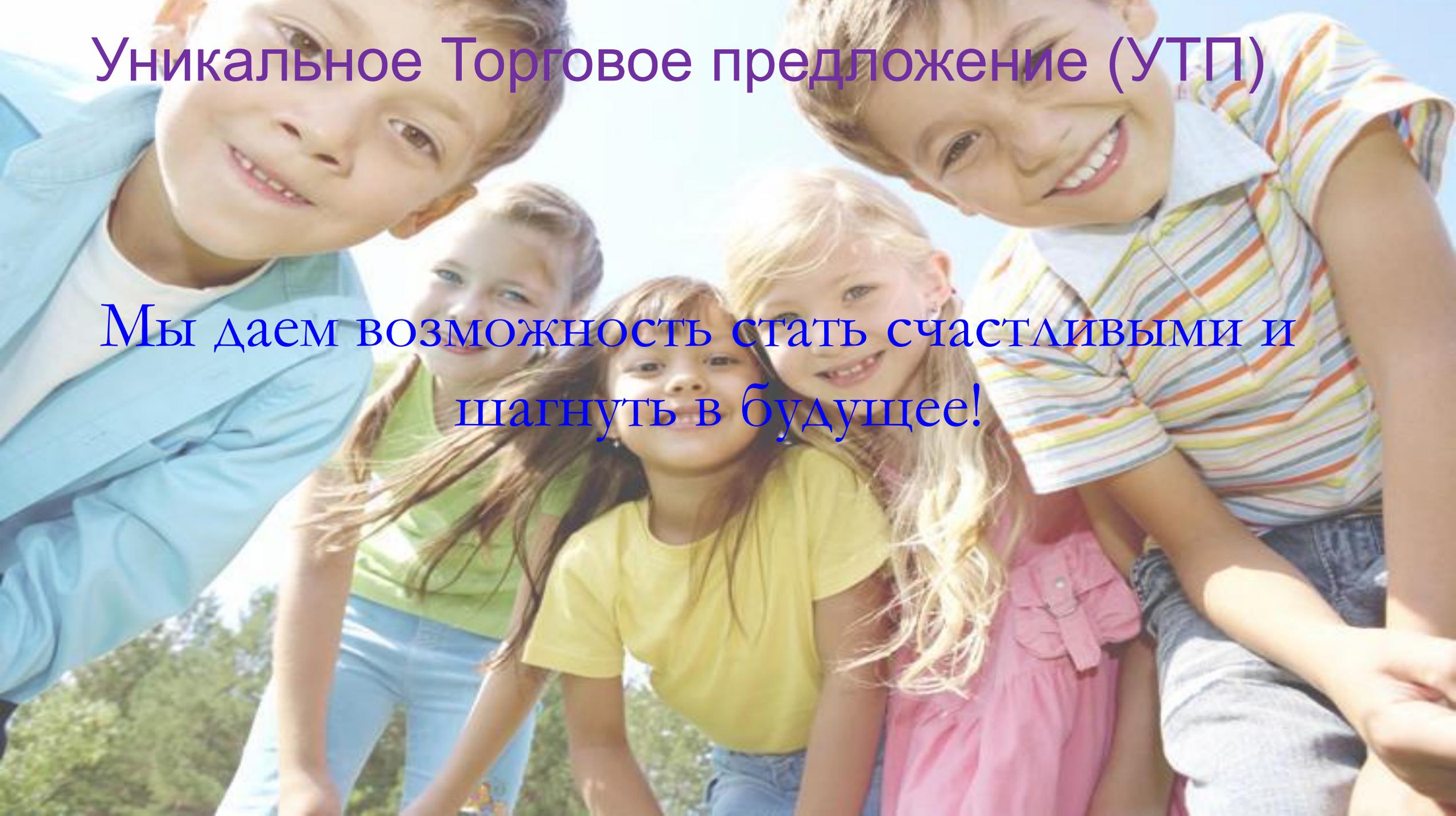


# PR-идея/PR-образ



счастье - дети с онкологическими болезнями - след(ноги)



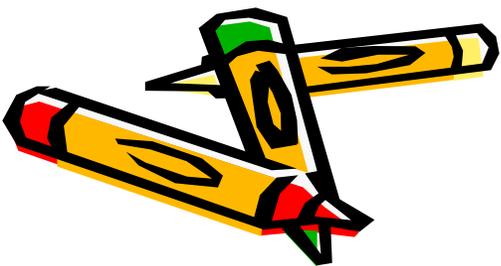
A group of five diverse children, including boys and girls of various ethnicities, are smiling and looking towards the camera. They are outdoors, with a bright blue sky and green foliage visible in the background. The children are dressed in casual, colorful clothing. The text is overlaid on the image in a purple font.

Уникальное Торговое предложение (УТП)

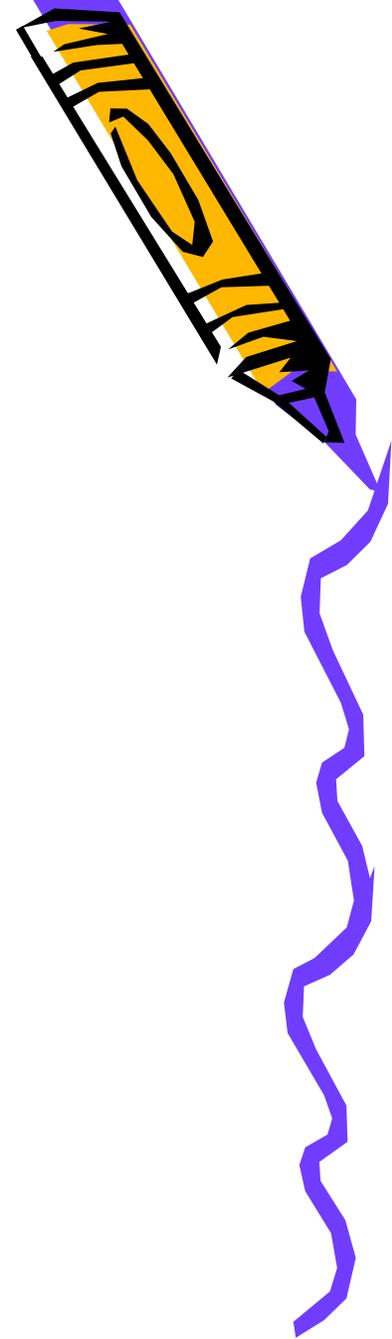
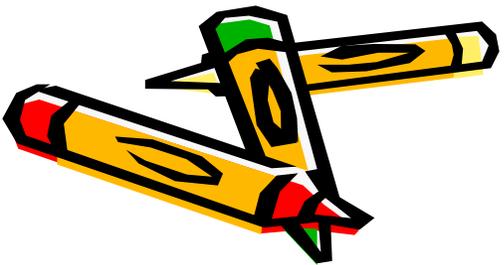
Мы даем возможность стать счастливыми и шагнуть в будущее!

# Think/Feel/Do

- **Think:** страх болезни
- **Feel:** желание помочь
- **Do:** порадоваться за  
вылечившихся детей



# PR-послание



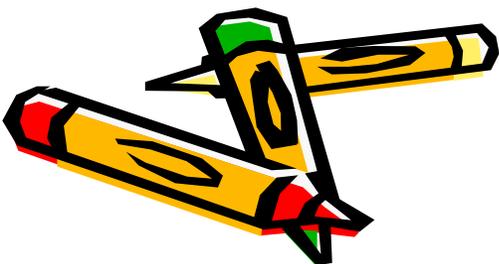
# PR-стратегия

- Информационная



# PR-тактики

- Выставка рисунков детей «Моя счастливая семья»
- Информирование ц.а. о симптомах рака
- Организация проведения бесплатных диагностик в больницах
- Благотворительные концерты известных звезд российского шоу-бизнеса с участием детей
- Запуск промо-роликов о том, что такое счастье
- Проведение телевизионных программ на тему рака, с участием врачей, детей вылечившихся от рака, а также их родителей
- Слет представителей благотворительных фондов
- Привлечение внимания политических деятелей





CUMPOI