



Проект социальной рекламы

СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ

Формулировка проблемы

На территории Российской Федерации наблюдается тенденция к увеличению количества разводов. С каждым годом обстановка ухудшается. Согласно данным Росстата в 2016 году на 1000 браков приходилось 895 разводов, в 2017 829 разводов на 1000 браков. В отдельных регионах число разводов значительно превышает число браков.

КОЭФФИЦИЕНТЫ РОЖДАЕМОСТИ, СМЕРТНОСТИ, ЕСТЕСТВЕННОГО ПРИРОСТА, БРАКОВ, РАЗВОДОВ за январь - май 2017 года																
На 1000 населения																
	Родившихся		2017 г. в % к 2016 г.	Умерших		2017 г. в % к 2016 г.	Естественный прирост, убыль (-)		Браков		2017 г. в % к 2016 г.	Разводов		2017 г. в % к 2016 г.	Число разводов на 1000 браков	
	2017 г.	2016 г.		2017 г.	2016 г.		2017 г.	2016 г.	2017 г.	2016 г.		2017 г.	2016 г.		2017 г.	2016 г.
А	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
9	11.2	12.5	89.6	13.0	13.2	98.5	-1.8	-0.7	4.9	4.5	108.9	4.1	4.1	100.0	829	895
10	10.1	11.3	89.4	13.5	13.8	97.8	-3.4	-2.5	4.8	4.4	109.1	4.1	4.0	102.5	839	901
11	9.3	10.6	87.7	14.0	14.4	97.2	-4.7	-3.8	4.7	3.9	120.5	4.3	4.1	104.9	918	1078
12	9.3	10.8	86.1	16.3	16.3	100.0	-7.0	-5.5	4.2	3.6	116.7	4.4	4.5	97.8	1028	1253
13	9.4	11.0	85.5	16.4	16.7	98.2	-7.0	-5.7	4.1	3.7	110.8	4.2	3.9	107.7	1006	1050
14	9.1	10.4	87.5	15.6	15.5	100.6	-6.5	-5.1	4.7	3.9	120.5	3.9	4.0	97.5	833	1011
15	9.4	10.5	89.5	16.3	16.6	98.2	-6.9	-6.1	4.0	3.9	102.6	3.8	3.9	97.4	944	1021
16	10.6	11.9	89.1	15.4	15.3	100.7	-4.8	-3.4	4.9	4.3	114.0	4.5	4.3	104.7	918	1012
17	10.1	11.8	85.6	15.5	15.9	97.5	-5.4	-4.1	4.2	3.8	110.5	4.2	4.2	100.0	993	1098
18	9.2	10.8	85.2	16.6	16.6	100.0	-7.4	-5.8	4.7	4.1	114.6	4.3	4.3	100.0	915	1053
19	9.6	10.9	88.1	15.5	15.4	100.6	-5.9	-4.5	4.7	3.7	127.0	4.1	4.1	100.0	873	1085
20	11.5	12.6	91.3	12.7	13.3	95.5	-1.2	-0.7	5.4	5.1	105.9	4.5	4.5	100.0	837	873
21	9.0	10.8	83.3	16.6	16.6	100.0	-7.6	-5.8	4.5	3.6	125.0	4.4	4.1	107.3	974	1146
22	9.7	10.8	89.8	16.4	16.1	101.9	-6.7	-5.3	4.8	4.0	120.0	4.3	4.0	107.5	882	1020
23	8.8	10.2	86.3	16.2	16.8	96.4	-7.4	-6.6	4.4	3.6	122.2	4.4	4.5	97.8	994	1240

Исследования по проблеме

Около 40% распавшихся пар утверждают, что поторопились с выбором
80% разводов инициировано женщинами

Другие причины развода:

- Пагубную тягу к алкоголю – около 40%;
- Присутствие родственников одного из супругов – 15%;
- Тяжелые жилищные условия или отсутствие своего жилья – 14%;
- Примерно 25% указывают на измену;
- 15% разведенных пар говорят о сексуальной неудовлетворенности партнером;
- Около 13% ссылаются на несовместимость характеров;

Разводы приводят к следующим последствиям:

- Тяжелое психологическое состояние детей
- Тяжелое психологическое состояние супругов
- Понижение уровня жизни
- Проблемы со здоровьем на фоне стресса – метаболический кризис, сердечно-сосудистые заболевания и прочие



Задачи

Создать социальную рекламу с целью напомнить супругам о плюсах и ценностях совместной жизни, и причинах по которым они вступали в брак, таким образом подвести их к работе над отношениями.

Целевая аудитория

38% пар разводятся после 0-5 лет в браке

28% пар разводятся после 5-9 лет в браке

66% разводятся в первые 10 лет

33% мужчин женятся в 25-30 лет, за тем идут в возрасте 20-25

40% женщин выходит замуж в 20-25, и 27% в 26-30 лет

Таким образом нашей целевой аудиторией являются мужчины и женщины в возрасте от 20 до 30 лет, находящиеся в браке от 0 до 5 лет

Медиастратегия

Работа с целевой аудиторией будет производиться по средствам рекламы на сайтах и в социальных сетях, что с учетом использования платформами информации о запросах пользователя и его семейном положении поможет максимально эффективно распространять необходимый контент

Использование платформ: инстаграм, телеграмм, вконтакте

Проведение бесплатных вебинаров со специалистами

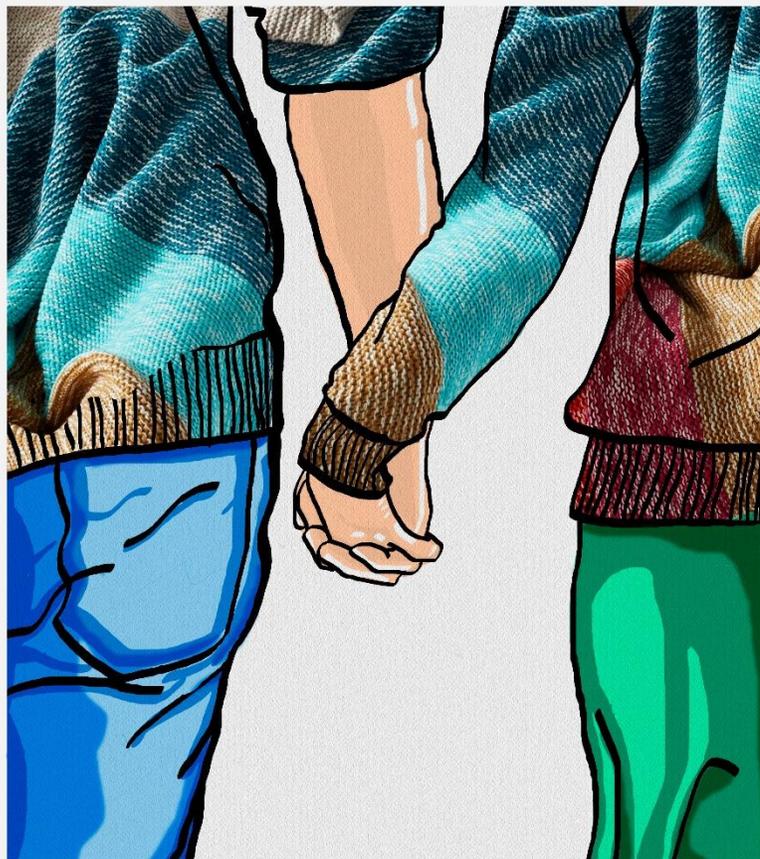
Баннеры на государственных сайтах

Коммуникативное сообщение

Семья – ячейка общества

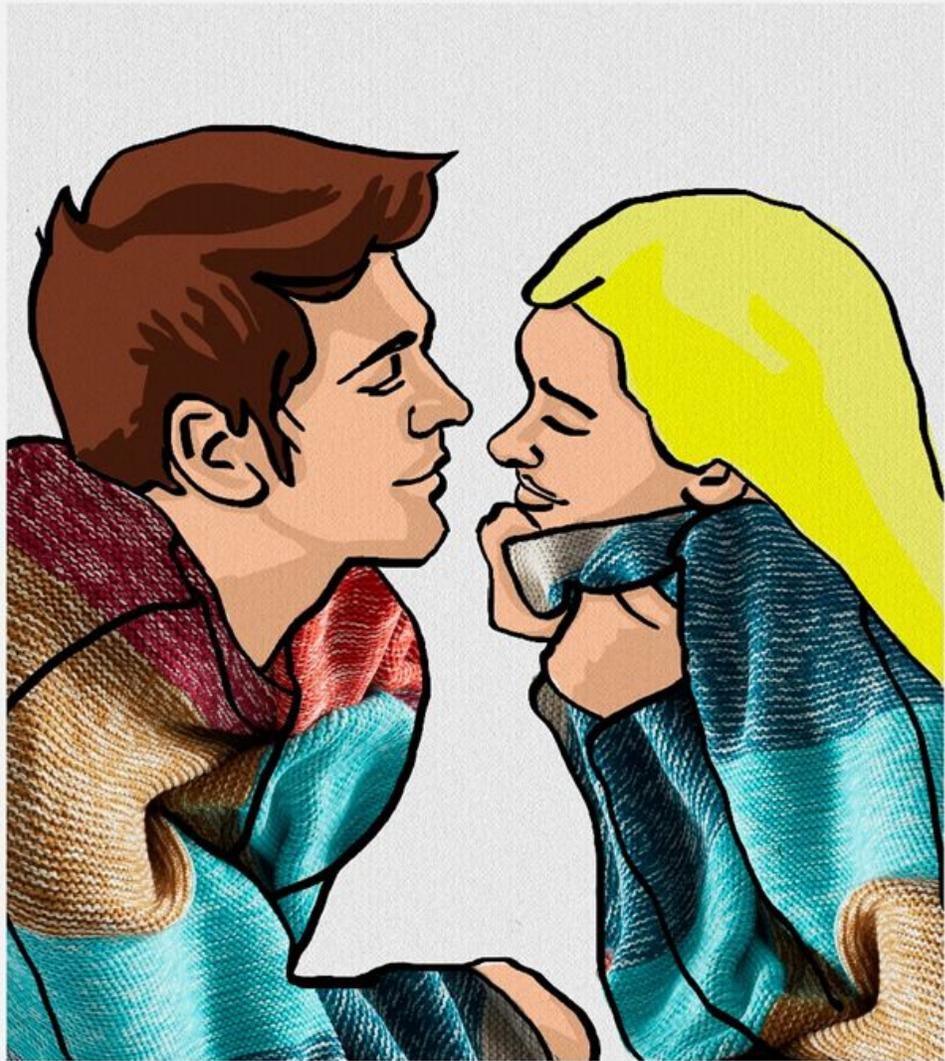
Визуальное решение

СЕМЬЯ
ПРОСТЫМИ
СЛОВАМИ



...Поддержка

СЕМЬЯ
ПРОСТЫМИ
СЛОВАМИ



...Понимание

СЕМЬЯ
ПРОСТЫМИ
СЛОВАМИ



...Менло

СЛОГАН

Семья простыми словами:

Понимание

Поддержка

Тепло