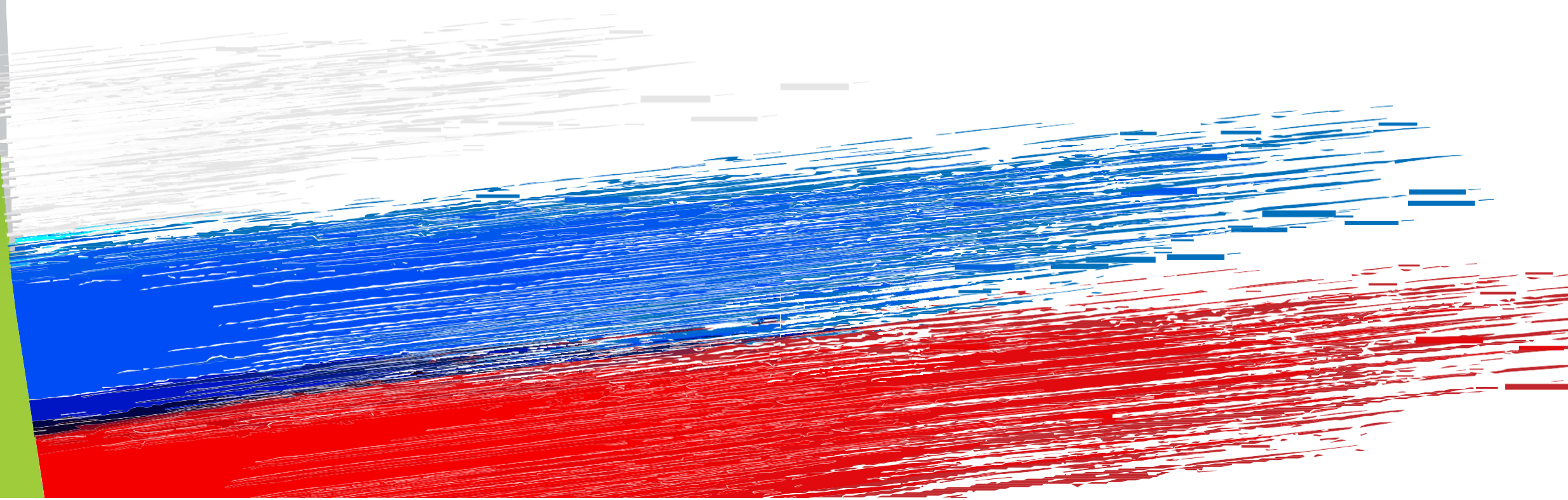
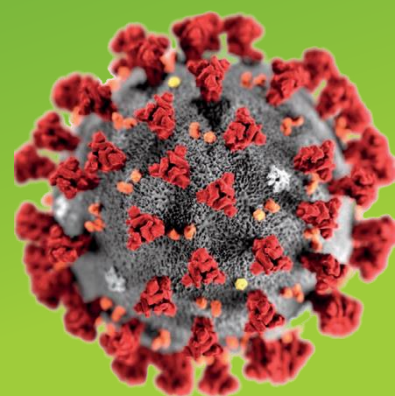
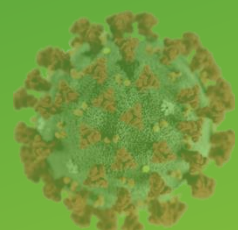


Я✓**КА 2020**
COVID-19

ПАНДЕМИЯ КОРОНАВИРУСА

COVID-19

Проект
«Активное долголетие»



★ Цель проекта:

- **Вовлечение пенсионеров в группы в социальных сетях для повышения лояльности и наращивания базы подписчиков, с помощью полезного тематического контента, для последующей мягкой мобилизации.**

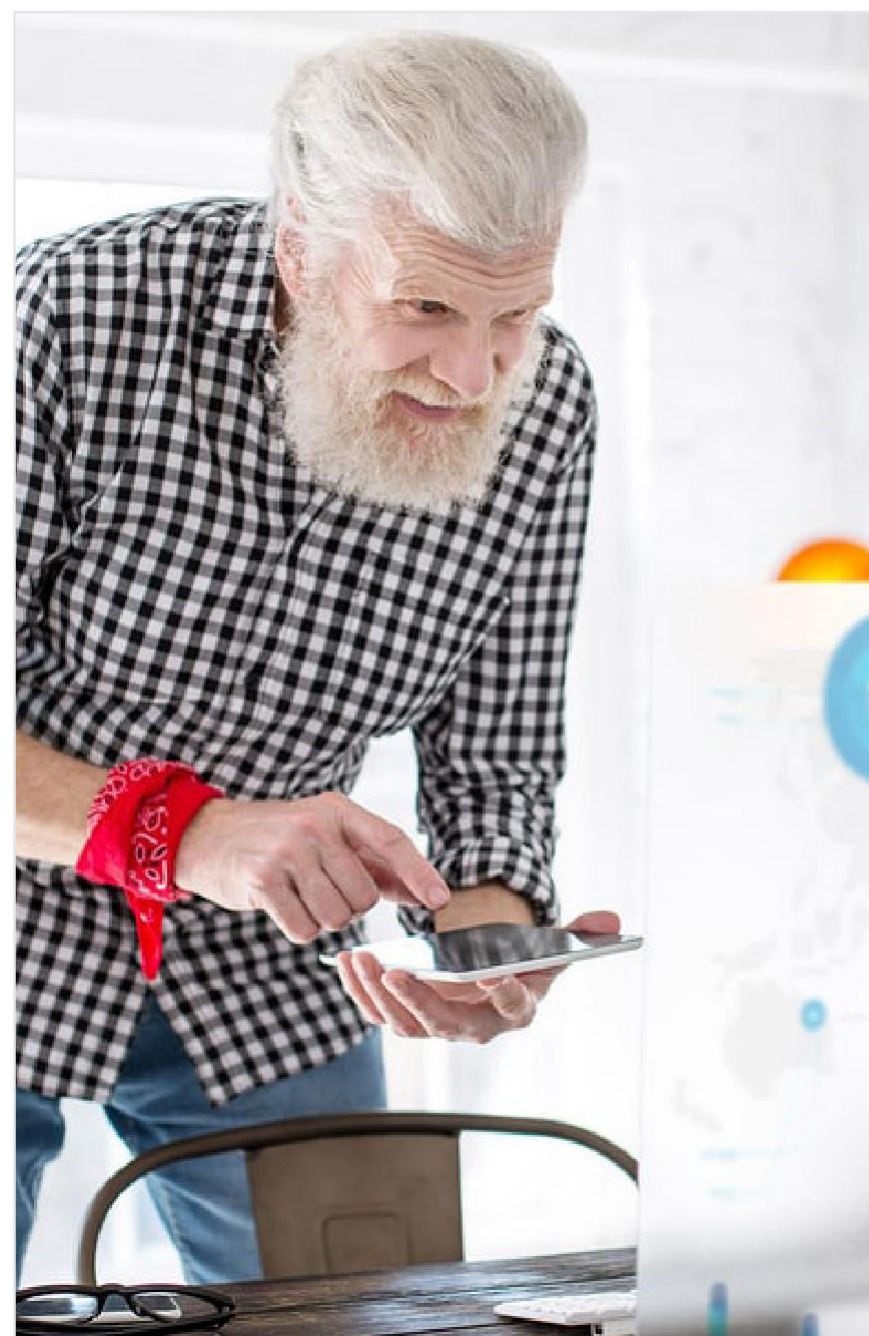


Задачи проекта:

1. Снять ощущение преимущественно запретительного характера действий со стороны федеральных и региональных властей.
2. Привлечь пенсионеров в группы в социальных сетях по теме интересного и полезного досуга.
3. Привлечь пенсионеров в группы с помощью онлайн занятий домашней физкультурой и ЗОЖ.
4. Привлечь пенсионеров, используя тему выхода из самоизоляции.



Суть проекта:

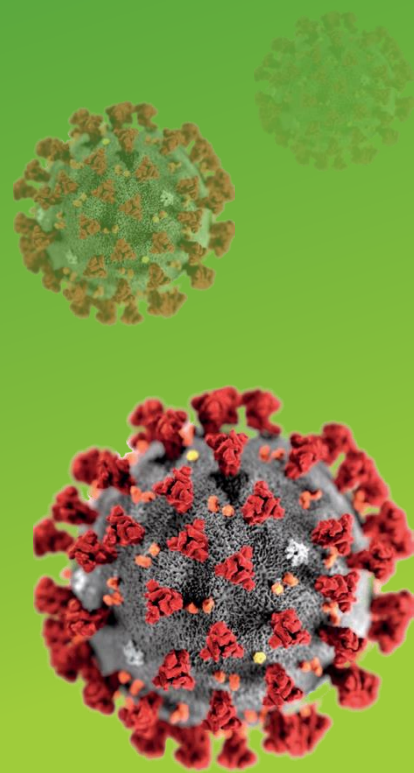


- Людям старшего возраста в интернете и СМИ предлагается интересная и полезная информация, различные формы активностей в режиме самоизоляции: полезный и интересный досуг, сохранение физической формы, укрепление иммунитета, выход из пандемии.
- Благодаря интересному контенту, люди старшего поколения будут подписываться на группы в социальных сетях для формирования базы сторонников с последующей агитации за поправки в Конституции.



Основные инструменты реализации проекта:

- Видео ролики для интернета.
- Публикации в печатных и электронных СМИ.
- Посты для социальных сетей.
- Информационные сюжеты для ТВ.
- Онлайн флешмобы.
- Онлайн челленджи.



Каналы распространения:

- Социальные сети: ВКонтакте, Одноклассники, Фейсбук, Инстаграм.
- Яндекс.Дзен.
- Интернет-СМИ.
- Печатные СМИ.
- Телевидение.



Организаторы проекта:

Специально сформированная проектная группа под управлением заместителя губернатора по внутренней политике.

Состав группы:

- Руководитель проекта в регионе.
- Медиаменеджер.
- СММ менеджер.
- Менеджер группы производства контента.



Технологическая карта проекта

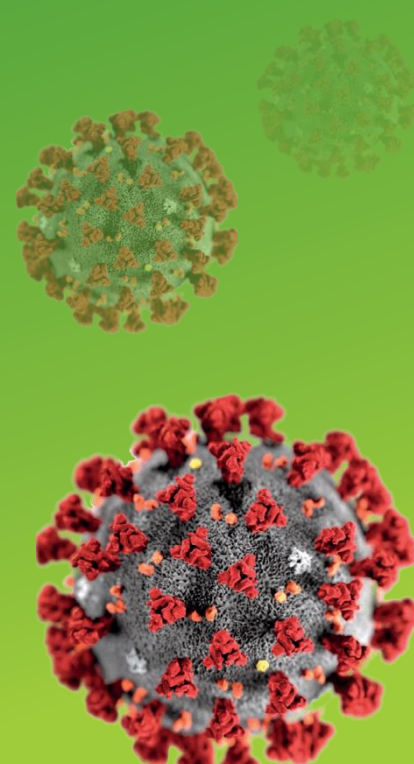
Этапы проекта:

- **Организационный.**
- **Подготовительный.**
- **Основной.**
- **Агитационный.**

№	Задачи по направлениям	Действия	Сроки
1	Организационный этап		
1.1	Создать организационную структуру проекта.	Сформировать группу в составе: 1. Руководитель проекта в регионе. 2. Медиаменеджер. 3. СММ менеджер. 4. Менеджер группы производства контента.	До 22.04.2020
1.2	Организовать канал распространения контента в социальных сетях.	Выбрать и/или создать группу в социальных сетях Вконтакте, Одноклассники, Фейсбук, Инстаграм и канал в Яндекс.Дзен.	До 23.04.2020
1.3	Создать контент-план.	1. Сформировать план-график производства контента на период с 27.04.2020 по 30.06.2020. 2. Сформировать план-график размещения контента на период с 27.04.2020 по 30.06.2020.	До 25.04.2020

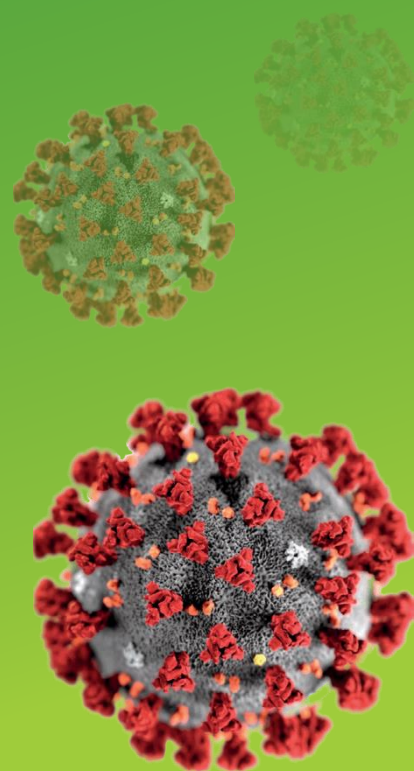
Технологическая карта проекта

2		Подготовительный этап	
2.1	Создать контент для повышения лояльности к ограничительным действиям властей.	<p>Подготовить контент на тему: применяемые меры органов федеральной и региональной властей оправданы и необходимы.</p> <p>Изготовить:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Видеоролики для социальных сетей до 60 сек. (Не менее пяти шт.). • Статьи для региональных печатных и электронных СМИ. (Еженедельно) • Информационные сюжеты для ТВ Каналов. (Еженедельно) 	С 27.04.2020 согласно плану-графику производства контента.
2.2	Создать контент для привлечения пенсионеров в группы в социальных сетях по теме: «Интересный и полезный досуг».	<p>Изготовить видеоролики для интернета:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Видео инструкция (как зарегистрироваться в онлайн библиотеке). • Видео инструкция (как смотреть бесплатные фильмы). • Видео инструкция (как слушать бесплатные песни, концерты). • Мастер-классы по оригинальному рукоделию, кулинарии и др. 	С 27.04.2020 согласно плану-графику производства контента.
		<p>Изготовить стартовые видеоролики и рекламные материалы для:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Челленджа – «Сделай как я». • Флэшмоба – «Мои домашние питомцы» (оригинальные, смешные видео для социальных сетей). 	
2.3	Создать контент для привлечения пенсионеров в группы в социальных сетях по теме: «Занятия домашней физкультурой и ЗОЖ».	<p>Изготовить видеоролики для интернета:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Рекомендации врачей-гериатров. (3-5 шт.). • Мастер-классы известных спортсменов. (3-5 шт.). • Мастер-классы специалистов по оздоровительной физкультуре. (3-5 шт.). • Серия региональных роликов, каждый из которых раскрывает полезные свойства доступных продуктов, растений для повышения иммунитета. (3-5 шт.). <p>Изготовить стартовые видеоролики и рекламные материалы для:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Флешмоба: «Я самый оригинальный» (упражнения с необычными домашними спортивными «снарядами» - подлокотник дивана, табурет, шарф и др.). 	С 27.04.2020 согласно плану-графику производства контента.
2.4	Создать контент для привлечения пенсионеров в группы в социальных сетях по теме: «Жизнь после пандемии».	<p>Изготовить видеоролики для интернета:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ролики по выходу из самоизоляции – советы гериатра. • Ролики по выходу из самоизоляции – советы психолога. • Ролики по выходу из самоизоляции – вирусолога-эпидемиолога. 	С 27.04.2020 согласно плану-графику производства контента.



Технологическая карта проекта

3	Основной этап		
3.1	Повысить лояльность и органам федеральной и региональной власти.	Распространить подготовленные материалы по теме « Повышение лояльности ». Использовать Яндекс.Дзен и инструменты таргетинговой рекламы для продвижения.	С 27.04.2020 согласно плану-графику размещения контента.
3.2	Привлечь пенсионеров в группы в социальных сетях по теме интересного и полезного досуга.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Выложить ролики в социальные сети по теме «Интересный и полезный досуг». Провести таргетинговую рекламу и обеспечить массовые репосты. 2. Запустить челлендж. Провести таргетинговую рекламу. Подключить «дружественных» участников для обеспечения массовости. 3. Запустить флешмоб. Провести таргетинговую рекламу. Подключить «дружественных» участников для обеспечения массовости. 4. Опубликовать ролики по теме «Интересный и полезный досуг», а также материалы по челленджу и флешмобу в Яндекс.Дзен. 	С 27.04.2020 согласно плану-графику размещения контента.
3.3	Привлечь пенсионеров в группы с помощью онлайн занятий домашней физкультурой и ЗОЖ.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Выложить ролики в социальные сети по теме «Домашняя физкультура и ЗОЖ». Провести таргетинговую рекламу и обеспечить массовые репосты. 2. Запустить флешмоб. Провести таргетинговую рекламу. Подключить «дружественных» участников для обеспечения массовости. 3. Опубликовать ролики по теме «Домашняя физкультура и ЗОЖ», а также материалы по флешмобу в Яндекс.Дзен. 	С 27.04.2020 согласно плану-графику размещения контента.
3.4	Привлечь пенсионеров в группы в социальных сетях по теме: « Жизнь после пандемии ».	Выложить ролики по теме « Жизнь после пандемии » в социальные сети и Яндекс.Дзен. Провести таргетинговую рекламу и обеспечить массовые репосты.	С 27.04.2020 согласно плану-графику размещения контента.
4	Агитационный этап		
4.1	Создать агитационный контент	Изготовить ролики и посты для социальных сетей, побуждающих к голосованию за поправки к Конституции.	За 14 дней до даты голосования.
4.2	Провести агитационную кампанию.	Выложить агитационные материалы в социальные сети. Провести таргетинговую рекламу и обеспечить массовые репосты.	За семь дней до даты голосования.





Техническое задание на производство контента:

ВИДЕОРОЛИКИ

- Формат роликов: интернет.
- Продолжительность: до 60 сек.
- Съёмка: домашняя, допускается формат селфи.
- Спикеры: известные, профессиональные и яркие люди.
- Титры: обязательно.
- Брендинг: использовать стиль и название группы в которой размещается. Обязательно использовать тему ролика. В названии рекомендуется использовать следующие слова:
 - *Коронавирус.*
 - *Старшее поколение.*
 - *Долголетие.*
 - *Живите долго.*





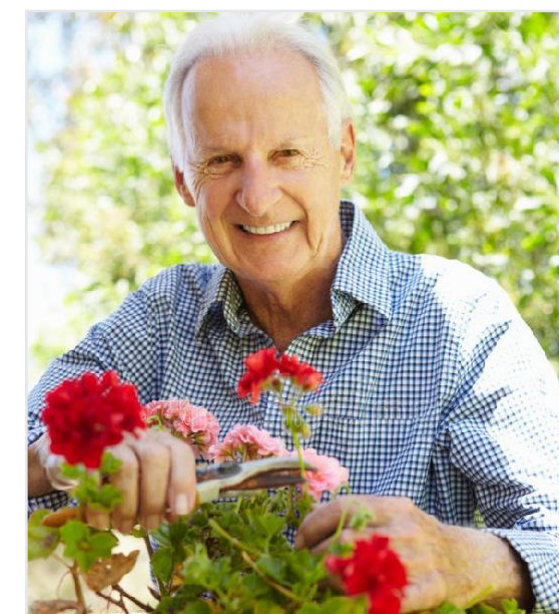
Техническое задание на распространение контента

✓ **ЦЕЛЬ:** сформировать базу подписчиков групп в социальных сетях для последующей агитации.

✓ **СПОСОБЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ:**

Группы в социальных сетях

1. Выбрана группа в социальных сетях ВКонтакте, Одноклассники, Фейсбук. Это группа «Про жизнь42». Ее название и оформление одинаковы во всех сетях.
2. Весь контент для социальных сетей по проекту будет выкладываться только в эти группы под хештегом #Активное_долголетие.
3. Целевые группы:
 - a). Общая группа. Мужчины и женщины, возраст 45+, жители региона.
 - b). Сотрудники социальной защиты, жители региона, используют группы для передачи опыта,.
 - c). Волонтерские организации, жители региона, используют группы для обмена опытом, рассказа о своих организациях, привлечения волонтеров.
 - d). НКО, жители региона, используют группы для обмена опытом, рассказа о своей деятельности.
4. Репосты. Привлечь администраторов других групп для массовых репостов. В первую очередь - администраторов групп учреждений и органов социальной защиты населения, административных органов.





Техническое задание по проведению онлайн флешмобов и челленджей:



- Записать стартовые ролики в количестве не менее 20.
- Создать контент для призыва к участию и разъясняющий суть флешмоба и челленджа.
- Присвоить проекту уникальный хештег с названием флешмоба или челленджа. Рекомендуется использовать название или цифровой код региона.
- Запустить проект в группе в социальных сетях.
- Провести таргетинговую рекламу. Организовать репосты.
- Привлечь актив общественных организаций к участию с обязательной публикацией на личных страницах в социальных сетях.



Отчетность по проекту (формы и сроки):

ПРОЕКТ "АКТИВНОЕ ДОЛГОЛЕТИЕ"				
Состав проектной группы				
Отчет предоставить до 22.04.2020 по адресу: centrm2020@gmail.com				
	Регион:	Кузбасс	Дата составления:	22.04.2020
№	Должность	ФИО	Телефон	Электронная почта
1	Руководитель проекта в регионе			
2	Медиаменеджер			
3	СММ менеджер			
4	Менеджер группы производства контента			

ПРОЕКТ "АКТИВНОЕ ДОЛГОЛЕТИЕ"							
План-график создания контента							
	Дата составления:		Регион:		Ответственный:		
№	Дата создания	Тип контента (видео, статья и т.п.)	Идея или тема контента	Заголовок	Площадка для размещения	Хронометраж	Примечания
1							
2							
3							

План-график размещения контента отправляется еженедельно не позднее 12.00 пятницы по адресу: centrm2020@gmail.com

ПРОЕКТ "АКТИВНОЕ ДОЛГОЛЕТИЕ"
Еженедельный отчет о приросте аудитории и статистике активности в группах в социальных сетях и Яндекс.Дзене.

№	Социальная сеть	Название группы	Ссылка	Прирост количества подписчиков		Количество лайков за 7 дней		Количество комментариев за 7 дней		Количество репостов за 7 дней		Количество просмотров за 7 дней (для Яндекс.Дзена)		Количество дочитываний за 7 дней (для Яндекс.Дзена)	
				на 27.04.2020*	за 7 дней	за весь период	за весь период	за весь период	за весь период	за весь период	за весь период				
1	ВК	Про жизнь 42	https://vk.com/prom42	1098	1097	24	0	0	1						
2	Лендинг-система	Про жизнь 42	https://www.facebook.com/prom42	1094	1077	58	0	0	1						
3	Фейсбук	Про жизнь 42	https://ok.ru/group-540054289122231/pages	2306	2303	117	0	0	3						
ИТОГО:				4498	4477	199	0	0							



Отчетность по проекту (формы и сроки):

ПРОЕКТ "АКТИВНОЕ ДОЛГОЛЕТИЕ"							
План-график размещения контента							
Дата составления:		Регион:			Ответственный:		
№	Дата размещения	Тип контента (видео, статья и т.п.)	Идея или тема контента	Заголовок	Площадка размещения	Хронометраж	Примечания
1	27.04. – 1.05.2020	Инфографика, статьи, посты	Рекомендации по самоизоляции		Группы «Про жизнь 42»		
2			Рекомендации психологов				
3			Чем себя занять				

План-график размещения контента отправляется еженедельно не позднее 12.00 пятницы по адресу: centrm2020@gmail.com

ПРОЕКТ "АКТИВНОЕ ДОЛГОЛЕТИЕ"				
Еженедельный отчет о размещении контента предоставить не позднее 12.00 пятницы по адресу: centrm2020@gmail.com				
№	СМИ, Социальная сеть	Название материала	Дата размещения	Ссылка
1				
2				
3				

Регион:	Кузбасс
Дата составления:	22.04.2020
Ответственный:	Сергеева С.Е.