

**«СПИД-Инфозвязь»:  
Социальный маркетинг  
для групп риска  
и медицинских работников**

**Алена Перышкина**

**СПИД-Инфосвязь  
Россия**

**30/07/02**

# *Что такое социальный маркетинг?*

---

**“Социальный маркетинг - это разработка, реализация и контроль программ, направленных на содействие принятию социальных идей”**

# *Извлеченные уроки*

---

1. Для достижения любой цели требуются преданность, настойчивость и творческий подход;
2. Необходимо привлечь внимание к тому, что вы делаете, и заинтересовать людей
3. Важно взаимодействовать с государственными органами и выстраивать с ними партнерские взаимоотношения

# *Понимание целевой аудитории и развитие заинтересованности*

---

1. Разделение целевой аудитории на сегменты
2. Проведение формативных исследований
3. Демографическая ситуация
4. Политическая обстановка
5. Культурная среда
6. Убеждения, чувства и потребности в информации

## *Извлеченные уроки:*

---

**Наиболее важно!**

**Понять, в какой форме целевая аудитория  
предпочитает получать информацию**

## ***Извлеченные уроки:***

---

- ***То, как составлено послание, как оно продвигается или передается, существенным образом влияет на степень заинтересованности нашей целевой аудитории в нашем общественном деле***

# *Пять каналов коммуникации*

---

- Методы личного взаимодействия: индивидуальное консультирование, телефонная “горячая линия”, работа непосредственно с представителями целевой группы, просвещение через представителей самой целевой группы
- Информационные материалы: брошюры, информационные листовки, плакаты или видеоролики
- Средства массовой информации: радио, телевидение и кино, газеты и журналы, музыка и театр, Интернет
- Тренинги, семинары и круглые столы
- Специальные мероприятия

# ***Извлеченные уроки***

---

- ***Следует использовать те каналы передачи информации, которыми наиболее часто пользуется целевая аудитория***
- ***Необходимо внимательно относиться к тому, где и каким образом будет распространяться тот или иной информационный продукт***
- ***Необходимо применять сочетание стратегий коммуникации***



# *Извлеченные уроки*

---

- Использование страха в качестве мотивирующего фактора не срабатывает - наоборот, это может привести к дальнейшему отторжению и росту предубежденности со стороны общества и целевой аудитории;
- Ваши сообщения должны быть ясными, конкретными и использовать язык и терминологию, понятную вашей аудитории;
- Все, что вы производите - будь это листовка, презентация для круглого стола или видеофильм, - ваша аудитория будет это воспринимать как непосредственное отражение деятельности и услуг вашего агентства.