

Дайджест коммуникационной стратегии

Коммуникационная стратегия Фонда разработана на основе его миссии, которая заключается в развитии культуры благотворительности в России и поддержке творческих профессионалов, участвующих в решении общественно значимых задач и добивающихся устойчивых социальных изменений. Все коммуникации Фонда должны поддерживать его миссию и соответствовать стратегическому видению.

Цель

Позиционирование сообщества грантополучателей и партнеров Фонда, в центре которого – сама организация и команда, как талантливых, творческих и социально активных людей, преобразующих среду и своим примером продвигающих идею стратегической филантропии.

Задачи

- Формирование благоприятной информационной среды для коммуникации с целевыми аудиториями: выстраивание долгосрочных отношений с представителями прессы, поддержание партнерств с медиаорганизациями, развитие сайта и групп Фонда в социальных сетях, создание платформы для обмена опытом и знаниями;
- укрепление репутации Фонда: развитие экспертизы сотрудников и грантополучателей, информационное сопровождение проектов победителей конкурсов, системная работа над увеличением медиаприсутствия Фонда, повсеместное использование фирменного стиля;
- привлечение инфлюенсеров: продвижение экспертных знаний лидеров сфер, где работает Фонд;
- продвижение программ и инициатив Фонда: информирование потенциальных грантополучателей через разные каналы коммуникации о возможностях, которые открывает участие в конкурсах.

Для достижения цели и задач коммуникационной стратегии мы используем интегрированные коммуникации.