**[Название вашей организации]**

**План маркетинговых коммуникаций для [название кампании]**

1. **Вводная информация**  (резюме проекта / мероприятия)**:**

|  |  |
| --- | --- |
| Название проекта |  |
| Период реализации |  |
| Общая цель проекта | *Речь идет об одной, ключевой цели* |
| Задачи проекта (конкретные цели) | 1. *Задача #1*
2. *Задача #2*
3. *Задача #3…*
 |
| Участники проекта  | *(т.е. непосредственно вовлеченные в мероприятия)* |
| Бенефициары проекта  | *(т.е. те, кто получит выгоду/пользу от реализации)* |
| Заинтересованные группы проекта  | *(т.е. косвенно вовлеченные или заинтересованные в реализации проекта)* |
| Конкретные ожидаемые результаты  | 1. *Ожидаемый результат #1*
2. *Ожидаемый результат #2*
3. *Ожидаемый результат #3…*
 |
| Бюджет проекта |  |

1. **Задачи коммуникаций**

*Прежде чем заполнять этот раздел, подумайте о конечной цели вашей коммуникационной кампании и нужных для этого аудиториях*

|  |  |
| --- | --- |
| ***Почему?*** | ***Что?*** |
| **Общая** |
| Цель коммуникации *(т.е. что вы хотите осуществить с помощью коммуникаций. Помните о цели проекта, но не повторяйте ее, и будьте откровенны с собой и вашими коллегами)* | Основной посыл / слоган кампании *(простой, легко запоминающийся, связанный с целью проекта)* |
| **Конкретные** |
| Задача коммуникации #1 *(т.е. чего именно надо достичь. Помните про цель коммуникации и задачи проекта)* | Обращение #1 *(должно быть актуально для определенной целевой аудитории)* |
| Задача коммуникации #2 | Обращение #2 |
| Задача коммуникации #3… | Обращение #3… |

1. **Целевая аудитория**

*Прежде чем заполнять этот блок, перечитайте ваш список участников, бенефициаров и заинтересованных сторон*

|  |  |
| --- | --- |
| **Группа** | **Описание** |
| Целевая аудитория #1 | *Опишите каждую целевую группу, указав, почему их участие важно для вас (вклад в реализацию или влияние) и почему они должны быть заинтересованы (в проекте). Для описания ключевых «слушателей» при необходимости используйте подход целевых персон*  |
| Целевая аудитория #2 |  |
| Целевая аудитория #3… |  |

1. **Инструменты коммуникаций**

*Разбейте ваши продукты, каналы и платформы коммуникаций на две группы – онлайн и оффлайн*

|  |  |
| --- | --- |
| **Оффлайн инструменты** | **Онлайн инструменты** |
| * *Инструмент #1*
* *Инструмент #2*
* *Инструмент #3*
* *…*
 | * *Инструмент #1*
* *Инструмент #2*
* *Инструмент #3*

*…* |

1. **Имеющиеся ресурсы**

*Состоит из двух частей: финансы и человеческие ресурсы – исполнители*

|  |  |
| --- | --- |
| Бюджет на коммуникации |  |
| Персонал  | 1. *Сотрудник / нанятый эксперт #1: должность (имя) и за что отвечает*
2. *Сотрудник / нанятый эксперт #2: должность (имя) и за что отвечает*
3. *Сотрудник / нанятый эксперт #3: должность (имя) и за что отвечает*
4. *…*
 |

**(Продолжение на странице 3)**

1. **Матрица коммуникаций**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ***Целевая аудитория:****Кого мы информируем?* | ***Ключевые обращения:****Что мы хотим им сказать?* | ***Тональность и ключные слова:****Как мы с ними говорим?* | ***Методы и инструменты коммуникаций:*** *Где мы их информируем?* | ***Период времени и основные даты/этапы:****Когда мы информируем?* | ***Ответственное лицо:*** *Кто сообщает информацию?* | ***Индикаторы:****Как мы оцениваем проведенную работу?* |
| Целевая аудитория #1 |  |  |  |  |  |  |
| Целевая аудитория #2 |  |  |  |  |  |  |
| Целевая аудитория #3… |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |

1. **Риски и мероприятия по их минимизации**

|  |  |
| --- | --- |
| **Потенциальные риски** | **Действия** |
| Риск #1 | * Мера(-ы) #1
 |
| Риск #2 | * Мера(-ы) #2
 |
| Риск #3… | * Мера(-ы) #3…
 |