



на шаг вперед



Стратегия развития благотворительности МТС на 2013-2015

«МТС – оператор мобильной благотворительности»

Департамент по связям с общественностью МТС, июль 2013



на шаг впереди

СОДЕРЖАНИЕ

МТС – ОПЕРАТОР МОБИЛЬНОЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ. КОНЦЕПЦИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ В СМИ.	9
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ И ЗДОРОВЬЕ	13
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ И ОБРАЗОВАНИЕ	21
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ И КУЛЬТУРА	23
ROADMAP БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ	27



на шаг вперед

Что КСО и благотворительность дают бизнесу в долгосрочной перспективе?

1

Поддержка территорий и помощь в решении социальных проблем – это инвестиции в устойчивое развитие бизнеса на многие годы вперед



2

КСО и благотворительность определяют репутацию бизнеса, а репутация влияет на решения инвесторов, партнеров, покупателей, кредиторов, властей, etc

- Исследования Reputation Institute показывают, что в глобальном мире **фактор КСО формирует до трети репутации компании в целом**, а репутация в значительной степени определяет решения клиентов, инвесторов и сотрудников – покупать, инвестировать или работать
- Собственные исследования МТС показывают, что **в регионах с мощной программой КСО репутация компании заметно выше**, а отношение ключевых стейкхолдеров к ее деятельности более благоприятное



на шаг вперед

Благотворительность и КСО – актуальные и востребованные инструменты стратегического PR

Пользуясь ростом спроса на КСО со стороны общества, МТС зарабатывает благосклонность и лояльность стейкхолдеров

Кейс МТС в Армении: социальная ответственность – второй по частоте упоминания атрибут репутации МТС

GR-эффект

Инвестируя в благотворительность, *МТС становится партнером государства* в решении важных социальных проблем на федеральном и региональном уровне. Тем самым МТС инвестирует в благосклонность властей и добивается содействия в развитии своих проектов

PR-эффект

Благотворительная деятельность укрепляет репутацию компании: *местные сообщества, текущие и потенциальные клиенты, деловые партнеры и СМИ более лояльны и дружелюбны* по отношению к социально-ответственной компании

HR-эффект

Лучшие специалисты предпочитают работать в компаниях с позитивной репутацией: *имидж социально-ответственной компании помогает привлечь и удерживать талантливых сотрудников*

Власти, Клиенты, Сотрудники, Партнеры

Наиболее характерные цитаты респондентов

- «Единственная компания, которая делится своей прибылью с населением, к примеру, проводит благотворительность» (представитель **Партнеров**)
- «МТС первая серьезная компания, которая начала делить свою прибыль с народом с помощью благотворительности, и это помогло улучшить ее репутацию» (представитель **Власти**)
- «Главное в бизнес-стратегии МТС - это ее социальная ориентация» (представитель **СМИ**)
- «МТС активно занимается благотворительностью, мы постоянно видим директора компании на разных мероприятиях, и это очень похвально» (представитель **Бизнеса**)

За счет эффективных инвестиций в КСО и активного PR КСО-активностей можно добиваться лояльности клиентов, благосклонности власти, доверия бизнеса и СМИ

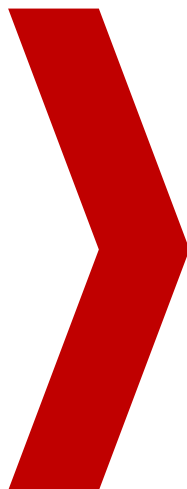


на шаг впереди

Связь КСО и бизнес-стратегии МТС, миссия в области благотворительности

Бизнес-стратегия МТС

- **ИННОВАЦИИ:** рыночная дифференциация и укрепление конкурентных преимуществ через создание портфеля инновационных продуктов и услуг;
- **ИНТЕРНЕТ:** использование «умных сетей» для формирования дополнительной ценности для клиентов;
- **ИНТЕГРАЦИЯ:** создание и развитие новых сетей и точек взаимодействия с потребителями для устойчивого роста бизнеса.



КСО-стратегия МТС

ОТКРЫТЫЕ ИННОВАЦИИ: поиск и привлечение новых идей для бизнеса, поддержка талантливой молодежи, развитие интеллектуального потенциала отрасли;

БЕЗОПАСНЫЙ И ПОЛЕЗНЫЙ ИНТЕРНЕТ: создание технических средств и просветительская деятельность в целях безопасного и полезного использования детьми интернета и мобильной связи;

ИНТЕГРАЦИЯ В ОБЩЕСТВО: вовлечение ключевых стейкхолдеров МТС в благотворительность с целью решения важных социальных проблем, находящихся в центре фокуса социальной политики государства, а также укрепления корпоративного духа и репутации МТС.

Миссия МТС в сфере благотворительности

Способствовать массовому развитию благотворительности в России

Ключевые направления для реализации миссии

1. Создавать и продвигать инструменты для эффективного фандрайзинга в благотворительных целях
2. Вовлекать в благотворительное движение сотрудников, клиентов, партнеров МТС

Развитие благотворительности – один из трех краеугольных элементов КСО-стратегии МТС



на шаг вперед

Как изменились благотворители за последние 10 лет?



Мобильная революция

Мобильная связь - новый канал сбора пожертвований

- JustGiving - свыше 25% годовых сборов с мобильных телефонов
- PhonepayPlus – зарегистрировано свыше 200 НКО, В 2011 году - лишь 1 человек из 100 предпочитал мобильные пожертвования, в 2012 - 1 из 10, средний объем пожертвования растет на 40% в год

"Новые" благотворители

80% «мобильных» жертвователей на помощь пострадавшим от землетрясения в Гаити сделали благотворительное пожертвование впервые в жизни

Вовлечение молодежи

25% жителей Британии в возрасте 18-34 за последние полгода не менее одного раза отправили пожертвование с мобильного телефона

Вирусный эффект

34% пожертвовавших с телефона пострадавшим в Гаити пригласили отправить пожертвование своих близких и друзей (в онлайн, лично или через звонок/смс)

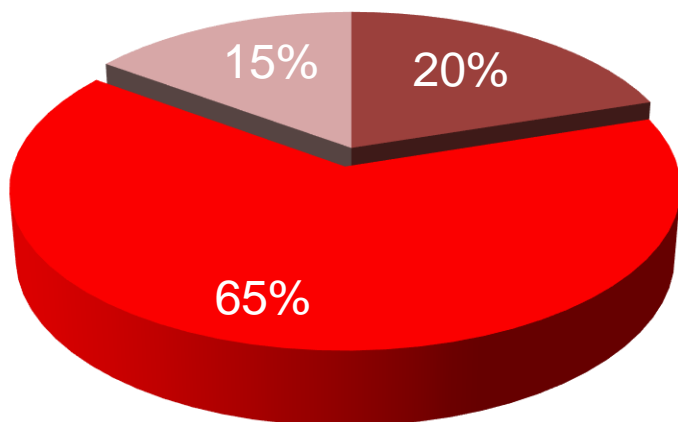
Возможность отправлять пожертвования со счета мобильного телефона ведет к «демократизации» благотворительности и открывает невероятные перспективы для благотворительных фондов: благотворителем сегодня может стать каждый владелец телефона. Этот тренд позволяет МТС сыграть уникальную роль в развитии благотворительности в России



на шаг вперед

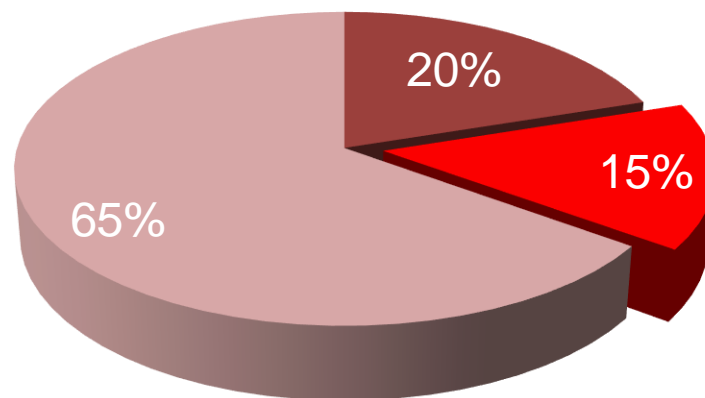
Ресурсный капитал России – актуальная общественная проблема

Человеческий капитал – фундамент инновационного развития, основа национального богатства и ключевой фактор конкурентоспособности страны



Страны Евросоюза

- Физический капитал
- Человеческий капитал
- Природно-ресурсный капитал



Россия

- Физический капитал
- Человеческий капитал
- Природно-ресурсный капитал

В странах Европы доминирующую роль играет человеческий капитал. В структуре ресурсного капитала России драматический перекоп в пользу природных ресурсов, что негативно влияет на будущее развитие страны



на шаг впереди

Ключевые направления для развития благотворительности МТС

Культура определяет нравственный и духовный смысл существования нации, передает от поколения к поколению ключевые ценности и творческие достижения нации, определяет ее творческий потенциал

Образование определяет интеллектуальный уровень нации, ее инновационный и научный потенциал

Здоровье – основа человеческого капитала нации, определяет физический уровень нации, ее демографический и репродуктивный потенциал

Культура

Образование

Здоровье

Человеческий потенциал нации

Новый благотворительный проект МТС по поддержке талантливых детей





на шаг впереди

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ И ЗДОРОВЬЕ



на шаг впереди

Программа «Подари Добро!»

Предпосылки выбора фокуса

- 91% россиян назвали **детей главным жизненным приоритетом** (по данным ВЦИОМ и Института социологии РАН);
- Здоровье входит в **Топ-3 жизненных приоритетов** россиян;
- 85% населения РФ **живут в сельских регионах** или в городах с населением менее 1 млн человек;
- 32% сотрудников МТС имеют детей.

Фокус программы

1. помощь детям, лишенным семей, либо живущим в малоимущих семьях;
2. помощь детям в различных регионах нашей страны, остро нуждающимся в медицинской помощи, но лишенным возможности получить такую помощь



Концепция

- Программа нацелена на вовлечение партнеров, клиентов, сотрудников в благотворительную деятельность. Концепция дает возможность органического включения в программу новых Фондов, проектов и волонтерских инициатив, превращающихся в элементы мозаики добра
- Все заявки на помощь проверяются службой безопасности МТС с целью предотвращения мошенничества
- Медицинская экспертиза от РОСНО гарантирует корректность выбранного способа лечения
- В качестве партнеров Программы привлечены фонды Константина Хабенского, «Созидание», ЦГП и «Дети земли»

Создан надежный механизм благотворительной поддержки детей, необходимый, чтобы помочь людям преодолеть барьер недоверия к благотворительности



на шаг вперед

Преимущества и инструментарий «Подари добро!» для партнеров и клиентов МТС

Преимущества для партнеров

- Возможность стать благотворителем без каких-либо затрат людских, трудовых, временных ресурсов
- Возможность заработать репутационный капитал и благосклонность стейкхолдеров за счет пиар-активностей МТС и фондов-партнеров
- Возможность дружбы и партнерства с профессиональными благотворительными фондами и их медийными лицами (основателями/попечителями)

Инструментарий «Подари добро!»

- Праздничные открытки в стиле «Подари добро!» от МТС
- Благодарственные письма от руководства МТС и фондов-партнеров программы
- Упоминание в пресс-релизах МТС, получаемых ведущими СМИ страны, и публикациях о программе «Подари добро!» в прессе, на сайте программы
- Упоминание и благодарности в интервью и выступлениях спикеров МТС и фондов-партнеров
- Бесплатное участие в мероприятиях МТС и фондов-партнеров «Подари добро!» по всей стране

«Подари добро!» – идеальное решение для партнеров и клиентов, которые хотели бы с минимальными затратами получить имидж социально-ответственного бизнеса и хороший PR



на шаг вперед

КОНЦЕПЦИЯ ПРОДВИЖЕНИЯ В СМИ

Необходимо закрепить за МТС статус «оператора мобильной благотворительности».

1 -й посыл: Благотворительность - тоже индустрия, по мере того как она растет в нее приходят мошенники. На благотворительность в России тратится около 16 млрд рублей в год, и почти половина этих денег уходит не по назначению.

Компания МТС нашла самое разумное и простое решение как вернуть благотворительности утраченное доверие и защитить от мошенников. Оператор использует свои ресурсы и инновационный подход к созданию простых способов перевода пожертвований. Один из них - ussd-запрос *700#.

***700#** - защищенный инструмент помощи за считанные секунды позволяет перевести пожертвования со счета телефона напрямую в благотворительный фонд. В режиме он-лайн НКО могут видеть приход денежных средств сразу, в отличие от смс-благотворительности, когда фондам приходится ждать поступления пожертвований до 1 мес.

МТС делает благотворительность более доступной абсолютно прозрачной.

2 -й посыл: МТС – катализатор развития благотворительности в России. Компания предлагает проверенный механизм помощи, а именно комплексный проект «Подари Добро!». Используя свои контакты, ресурсы, абонентскую базу, благотворительная программа МТС активно расширяется, в связи с чем увеличивается количество детей, получивших своевременное лечение! Присоединиться к «ПД!» может любой желающий.



на шаг впереди

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ И ЗДОРОВЬЕ



на шаг вперед

ПРОГРАММА «Подари Добро!»

ЭТАПЫ ПРОДВИЖЕНИЯ. 2013- 2015 г.

1

ОСВЕДОМЛЕННОСТЬ

(Цель – повысить осведомленность о «ПД!» в СМИ, среди партнеров и абонентов)

ПРОДВИЖЕНИЕ:

- собственные WEB ресурсы МТС;
- соц. сети;
- партнерские каналы коммуникаций;
- PR мероприятия («День благотворительности», «Благотворительный ужин»);
- совместные благотворительные акции с фондами-партнерами и последующее освещение их в прессе ;
- «VasRoadShow» (B2B) стенды, презентация «ПД!» для клиентов/партнеров;
- рассылки инфосообщений всем партнерам, сотрудникам с отчетами о «ПД!» по ключевым мероприятиям;
- внутренние мероприятия («День поставщика», «День Донора»)

2

УЗНАВАЕМОСТЬ

(Цель – Сделать бренд «ПД!» более узнаваемым среди потенциальных благотворителей)

ПРОДВИЖЕНИЕ:

- участие во всероссийских конференциях, форумах, сессиях по благотворительности («Форум доноров», «Ведомости-конференция»);
- активация «Дня благотворительности» во всех регионах России;
- статьи в журнале «Запросто» о добрых делах, которые совершили сотрудники МТС в рамках «ПД!»;
- «VasRoadShow» (B2B) совместно с фондами-партнерами;
- банеры в интернете о «ПД!»

3

ВОВЛЕЧЕНИЕ

(Цель – Расширение бюджета проекта «Подари Добро!»)

- увеличение бюджета «ПД!» за счет дополнительных вложений со стороны поставщиков МТС, B2B партнеров, абонентов;
- увеличение количества фондов;
- возможность активно развивать новые направления «ПД!» (поддержка талантливых детей)



на шаг вперед

КСО и благотворительность МТС отмечены СМИ и профсообществом



- В 2012 году МТС стала лауреатом премии благотворительных программ "Лидеры корпоративной благотворительности - 2012" в номинации "Лучшая программа, способствующая развитию волонтерства в России» за программу «Подари добро!»
- МТС заняла 8 место в рэнкинге "Лидеры корпоративной благотворительности России", получила специальный приз "За наибольший прогресс" газеты "Ведомости" и стала единственной сотовой компанией, вошедшей в рейтинг

ВЕДОМОСТИ

THE WALL STREET JOURNAL | Условно совместно с | FINANCIAL TIMES



В целом, по оценке Reputation Institute, КСО и благотворительность определяют сегодня до трети репутационного капитала бизнеса



на шаг вперед

«Подари Добро!»

ПРОДВИЖЕНИЕ В СОЦ.СЕТЯХ

1

Информирование (Цель – повысить осведомленность)

- Постепенное и комплексное ознакомление подписчиков аккаунтов МТС (FB, VK...) с программой «ПД!» (мини-опрос о том, как люди участвуют в благотворительности; краткие рассказы о сути и принципах работы программы МТС, включая защиту от мошенников, рекомендации от РОСНО и т.д.). Разбиение информации на небольшие блоки и регулярный постинг – не реже одного поста в неделю.
- Регулярное информирование о результатах работы «ПД!»:
 - 1) персонализированные детские истории с цитатами детей и благодарностями родителей по мере реализации программы;
 - 2) периодические благодарности от Фондов.

2

Вовлечение (Цель – вовлечь в сбор средств)

- **Регулярные репортажи с благотворительных мероприятий**, в которых участвует МТС, с рассказом о вкладе МТС в то или иное доброе дело;
- Посты с целью вовлечь аудиторию в «ПД!» - истории детей, нуждающихся в помощи, с рассказом об инструментах МТС, через которые можно помочь (Легкий платеж, USSD-запрос, День благотворительности);
- Посты о новых партнерах программы «ПД!» и их вкладе в общее дело.

3

Отчетность (Цель – показать нашу прозрачность)

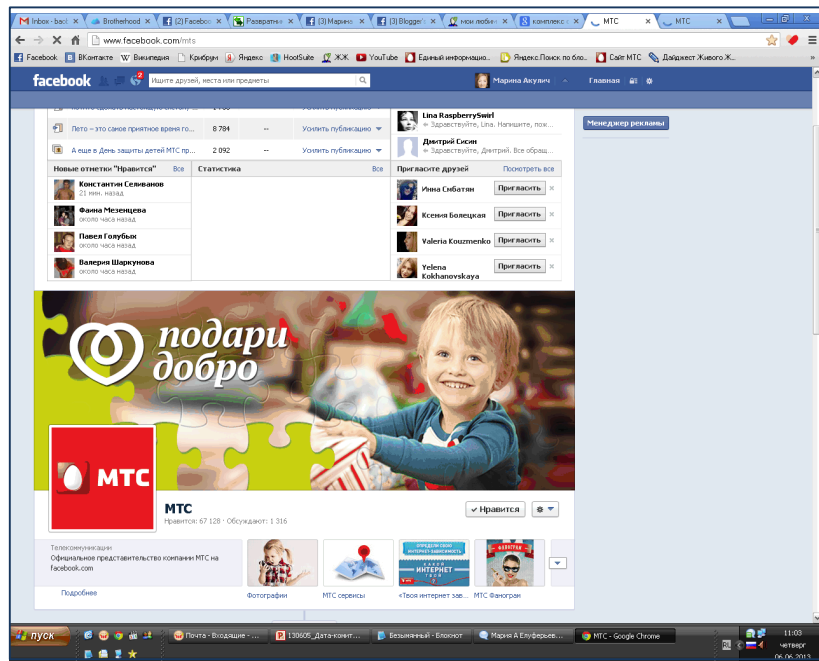
- **Обратная связь для абонентов и жертвователей:** благодарность за собранные средства и краткий отчет о жизни ребенка и его семьи по итогам нашей помощи.



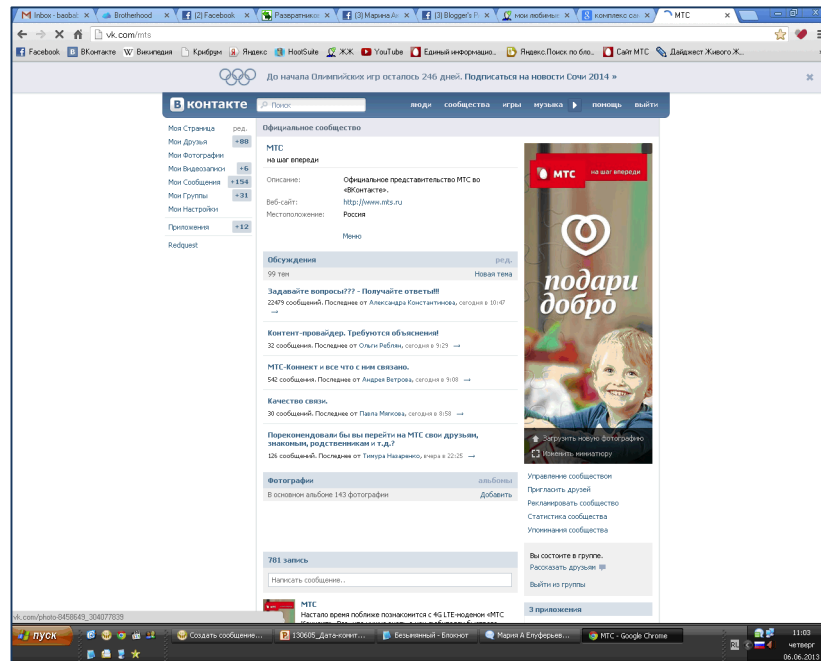
на шаг впереди

ПРОГРАММА «Подари Добро!» ПЛОЩАДКИ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ В СОЦ.СЕТЯХ

Facebook
(500 тыс. подписчиков)



V Kontakte
(1.5 млн. подписчиков)





на шаг вперед

ДЕНЬ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ С МТС

СУТЬ!

- Побудить рядовых клиентов регулярно поддерживать благотворительную деятельность, просто пополняя свой счет в определенные дни, которые МТС провозглашает **«Днем благотворительности МТС»**. 2% от внесенной суммы компания из своего бюджета будет направлять в фонды-партнеры.

КОГДА?

- 20 НОЯБРЯ – Всемирный День Детей
- 1 ИЮНЯ – День защиты Детей

КАК РЕАЛИЗУЕМ:

- ЧЕРЕЗ СОЦСЕТИ
- СМС-РАССЫЛКИ
- РАЗМЕЩЕНИЕ БАНЕРОВ В ИНТЕРНЕТЕ
- ЧЕРЕЗ САЙТ DOBROEDELO.MTS.RU
- ЧЕРЕЗ САЛОНЫ-МАГАЗИНЫ
- В СЧЕТАХ МГТС

ОЖИДАЕМЫЙ ЭФФЕКТ:

- Активное вовлечение абонентов МТС в «ПД!»
- Укрепление отношений с фондами-партнерами
- Доверие абонентов будет стимулировать узнаваемость «ПД!»



на шаг вперед

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ УЖИН «DINNERS WITH A CAUSE...»

1

ОПИСАНИЕ ПРОЕКТА

2

МЕХАНИЗМ

- Charity dinner – **новый тренд** в благотворительности. На одной площадке - **селебрити и простые обыватели**. Для рядовых граждан вход – платный. Попасты на закрытый ужин можно, забронировав места через аккаунт MTC в соцсетях (Fb, Vk). В процессе ужина возможно проводить дополнительные благотворительные акции: аукцион, лотерея...+ увеселительные мероприятия с участием звезд на безвозмездной основе.
 - Уникальность проекта** для потенциальных благотворителей (простых людей) – возможность напрямую пообщаться с любимым кумиром в непринужденной обстановке. **Люди готовы за это платить!**
- Партнер проекта - Благотворительный Фонд К. Хабенского, «Русфонд»?.
 - Зона ответственности фондов-партнеров: обеспечение «ужина» известными персонами, предоставление волонтеров для мероприятия в случае необходимости, площадок под мероприятие
 - Собранные средства переводятся в фонды-партнеры
 - Распространение информации через СМИ-каналы**



ЦЕЛЬ: фандрайзинг, популяризация бренда «ПД!», укрепление отношений с фондами



на шаг вперед

ВНУТРЕННЕЕ ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОЕКТА

«PAYROLL - ПЕРЕВОД НА БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ»

СУТЬ ПРОЕКТА

- Сотрудники компании на регулярной основе добровольно переводят часть зарплаты на благотворительность в фонды-партнеры.

ЦЕЛЬ ПРОЕКТА

- Стимулировать развитие благотворительности внутри компании;
- Расширить бюджет «ПД!»;
- Сформировать подобие «подушки безопасности», в случае необходимости, дети сотрудников МТС всегда смогут получить квалифицированную медицинскую помощь через фонды-партнеры.

КАК РЕАЛИЗУЕМ

- Мини-опрос . Узнать отношение сотрудников к благотворительности в преддверии запуска проекта. Вызвать желание помогать;
- Размещение видеообращения А. Дубовскова к сотрудникам с призывом подключаться к «зарплатному проекту» и помогать больным детям (через внутренний портал);
- Журнал «Запросто»
- Размещение в payroll письмах информации о «ПД!»

ОЖИДАЕМЫЙ ЭФФЕКТ

- Информирование всех сотрудников МТС о внутреннем проекте «ПД!»
- Вовлечение в проект до 30 % сотрудников МТС

ПРИМЕР РЕАЛИЗАЦИИ

- **Русфонд + «Подари Добро!»:**
- Действующий проект направлен на оказание помощи детям и близким сотрудников МТС. Механизм успешно работает внутри компании уже более года :
- 1-й этап - сбор средств для ребенка внутри компании;
- 2-й этап – компания МТС удваивает сумму, далее подключается «Русфонд», размещая историю ребенка в газете «Коммерсант»



на шаг впереди

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ И ОБРАЗОВАНИЕ



на шаг вперед

«ТЕЛЕКОМ-ИДЕЯ» ОБРАЗОВАНИЕ

- Что будем делать с Телеком-идеями? Как продвигать и делать более пиарбельной?
- Основные идеи:
 - Активно использовать для продвижения ивенты Системы и Лифта
 - Регулярное участие топ-менеджмента МТС в такого рода мероприятиях
 - Как можно поменять продвижение в соцсетях по Телеком-идеям?
 - Более активно освещать текущую деятельность победителей Телеком-Идеи в прошлом?



на шаг впереди

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ И КУЛЬТУРА



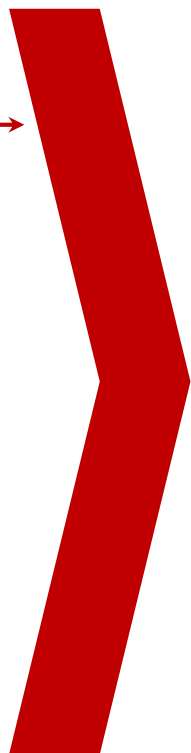
на шаг вперед

ПОДДЕРЖКА ТАЛАНТЛИВЫХ ДЕТЕЙ КУЛЬТУРА

Идея для России: стимулировать развитие благотворительности на локальном уровне за счет создания первой в России системы региональной поддержки детского творчества и талантливых детей

Россия: особенности ситуации сегодня

- Города-столицы «вытягивают» самых талантливых детей, а региональные детские центры остаются с ограниченными возможностями
- Поддержка талантливых детей носит хаотичный и разрозненный характер, держится на энтузиастах
- Низкий уровень сотрудничества государства, бизнеса и сферы культуры/искусства



Комплексная поддержка школ искусств и детских творческих центров в регионах

Реализация

- Поддержка в развитии социальной инфраструктуры (школ и детских центров)
- Целевые гранты детям на обучение
- Повышение квалификации педагогов
- Поддержка в организации фестивалей и конкурсов
- Шефство МТС над детскими коллективами

Преимущества и новизна

- Вовлечение в проект областных и городских администраций обеспечит тесную связь с регионами и GR-поддержку
- Вовлечение в проект ведущих благотворительных фондов поддержки культуры и искусства с их экспертизой откроет детям реальные возможности для развития их талантов
- Контроль лидеров бизнеса с сильной репутацией и системой комплаенс гарантирует прозрачность расходов
- Проект покажет российскому бизнесу и региональным властям направления для развития партнерства

Потенциальные партнеры:

РАМТ, Фонд Спивакова, Фонд Хабенского, Фонд имени Чайковского и др.



на шаг впереди



ПОДДЕРЖКА ТАЛАНТЛИВЫХ ДЕТЕЙ АЛГОРИТМ ВНЕДРЕНИЯ

Предполагаемый партнер:

РАМТ — российский академический молодежный театр. В рамках театрального проекта «Открытые двери(молодые режиссеры-детям) проведение серии мастер-классов для детей во всех регионах России под эгидой МТС.

Цель сотрудничества:

Создание уникального, творческого пространства, в котором талантливые дети России смогли бы реализовать свой творческий потенциал. Отвлечь детей от улицы и приобщить к творчеству. Вернуть утраченный интерес к детским «театральным площадкам», совместно с местными властями возродить детскую театральную культуру.

Зона ответственности МТС в проекте:

Формирование правильных, нравственных идеалов у детей. Создание условий и возможностей для реализации детских творческих амбиций.

Зона ответственности партнера в проекте:

Проведение мастер-классов по режиссуре, актерскому мастерству, театральных конкурсов для детей под руководством профессиональных педагогов на местах.

Ожидаемый эффект:

Создать единый отлаженный механизм, который позволит направлять силу и энергию детей и подростков в творческое русло. Укрепит отношения с региональными властями.



на шаг вперед

ШЕФСТВО НАД ДЕТСКИМ КОЛЛЕКТИВОМ

Цель:

- укрепление имиджа МТС как социально-ответственной компании;
- проведение благотворительных концертов, акций силами коллектива

Спонсорское участие:

- Помощь коллективу в подготовке к конкурсу (костюмы, оплата поездок)

Эффект:

- реклама программы МТС «ПД!» на детских международных и российских конкурсах, фестивалях;
- положительные публикации по ключевым СМИ
- правильное формирование понятия благотворительности у детей





на шаг впереди

ROADMAP БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ



на шаг вперед

ROADMAP БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ





на шаг впереди

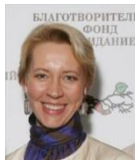


СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ



на шаг вперед

Приложение. Инструменты продвижения корпоративной благотворительности



Запуск со звездами

- МТС организует пресс-конференцию с ключевыми масс-медиа, посвященную запуску проекта. Известные попечители фондов-партнеров участвуют в пресс-конференции МТС и способствуют паблисити запуска (Лазарева, Шац, Хабенский)

Информационное партнерство с влиятельным медиа

- МТС привлекает крупный ИД или популярное издание в качестве партнера для освещения того, как фонды-партнеры направляют благотворительные пожертвования на помощь конкретным детям и семьям с их трагическими историями и тем самым улучшают их жизни к лучшему

Продвижение проекта в салонах РТК и отделениях МТС-Банка

- МТС выпускает серию POS-материалов для размещения в салонах РТК и отделениях МТС-банка с призывом всех абонентов и клиентов активнее пополнять счет в День Благотворительности МТС. В материалах используется лицо одного из селебрити-партнера

Продвижение другими средствами BTL

- МТС вместе запускает BTL-продвижение проекта с привлечением одного из селебрити по каналам наружной рекламы

Дополнительные опции: смс-рассылка по абонентам в День благотворительности (ДБ), почтовая рассылка от имени президента МТС за сутки перед ДБ, запуск специального баннера МТС на популярных интернет-площадках, информбаннер на экранах платежных терминалов, звуковое информсообщение в Контактном центре в ДБ

Согласно предварительным оценкам, бюджет BTL-продвижения – от 3 млн рублей (POS во всех салонах РТК) до 6 млн рублей (POS + наружная реклама в крупных городах РФ) и более...