






## Техническая характеристика

### Разработка концепции и содержания всех кампаний

#### Обеспечение концептуальной части кампании

1. Цель кампании – создание и укрепление устойчивых концептуальных ассоциаций. Оно должно быть направлено на поведенческие перемены с целью формирования здорового образа жизни. С этой целью Минздрав считает ОСОБО ВАЖНЫМ включение исполнителем соответствующих специалистов в состав группы реализации кампании, в частности:

-  Эксперт по изменению социального поведения,
-  Социальный психолог
-  Специалист по связям с общественностью
-  Специалист-диетолог (2)
-  Модератор

Модератор мероприятия должен быть мужчина или женщина с привлекательной внешностью 30-50 лет, иметь навыки коммуникации с обществом, иметь не менее 5000 подписчиков на одной из социальных платформ, иметь отношение к программам о здоровье. Подписчики должны быть всех возрастов, особенно среднего возраста. Согласовать выбор модератора с Заказчиком.

Все вышеуказанные специалисты должны участвовать во всех кампаниях.

Согласовать резюме указанных специалистов с Заказчиком. В ходе организации кампании данные специалисты должны тесно сотрудничать с Заказчиком.

#### Функции:

1. Кампания должна быть спланирована на основе экспертизы этих специалистов, и должен быть проведен профессиональный анализ вероятного воздействия кампании на общество на основе существующих теорий, практики, литературного обзора. Представить данные анализа и обоснования Заказчику.
2. Разработать основные мессиджы, которые будут продвигаться в ходе кампании с учетом особенностей социальных ценностей и менталитета.
3. Разработать письменный контент вокруг каждого мессиджа, который будет озвучен модератором во время кампании. Согласовать письменный контент с Заказчиком и передать на носители.
4. Во время кампании обеспечить присутствие 2-х специалистов-диетологов, которые в процессе кампании в интерактивном режиме будут обучать участников кампании здоровому питанию и здоровому образу жизни. Разработать методологию и

содержание плана коммуникации диетологов-специалистов с участниками кампании и согласовать письменный план с Заказчиком.

5. Разработать повестку дня кампании.
6. Спланировать программу для показа на экране во время кампании, на носители передать Заказчику.
7. Разработать социальную страницу для продвижения намеченной кампании.
8. Через социальную страницу для каждого региона организовать осведомительные работы о предстоящей кампании и активно привлекать участников. Создать общественный интерес к ожидаемой кампании.
9. Проводить мониторинг после кампании и собирать данные о воздействии кампании на общественность. Оценить результаты кампании и мнения людей. Составить отчет о результатах оценки и предоставить в письменной форме Заказчику. Используйте метод онлайн-опроса для сбора данных через страницу кампании в социальных сетях и интервью с участниками после кампании.
10. Все специалисты тесно сотрудничают с Заказчиком в ходе организации кампании.
11. Поощрять активное участие в кампании конкурсами и вручением сертификатов участникам. Для каждой кампании придумать 20 призовых наименований и наградить победителей сертификатами или символическими призами.
12. Объявите награду за лучшее видео после кампании. Участники должны самостоятельно приготовить рецепты, представленные в ходе кампании и поделиться видео с Исполнителем. В ходе акции Исполнитель предоставляет аккаунты в социальных сетях, в которые участники будут выкладывать свои видео и фото в течение двух месяцев, а затем выберут победителей. Победит 10 человек, которые получают почетные грамоты Минздрава, а их работы будут опубликованы на сайте Минздрав. Кроме того, победители будут считаться амбассадорами и будут участвовать в процессах организации следующих кампаний года.
13. Интегрировать врачей, имеющих влияние в обществе, в соответствии с локализацией кампаний. Координировать роль и функцию врачей во время кампании.
14. Согласовать все вышеперечисленные работы с Заказчиком.
15. Исполнитель тесно сотрудничает с группой технического обслуживания кампании.

ИСПОЛНИТЕЛЬ ЗАРАНЕЕ ОБСУЖДАЕТ И СОГЛАШАЕТ С ЗАКАЗЧИКОМ ВСЕ ВЫПОЛНЯЕМЫЕ СОБОЙ ФУНКЦИИ.