



Research Got Talent 2022

Тунa для НКО Белый Ирис

Благотворительный фонд “Белый Ирис”



Основан в 2016 году с целью сохранения сельских объектов культурного наследия и содействия развитию сельских территорий.

Миссия Фонда: сохранить культурное наследие России для будущих поколений.

Задача от НКО и цель исследования

Выявить "слепые пятна" и зоны роста в PR-политике Фонда, чтобы действия команды по возрождению православных архитектурных жемчужин были более эффективными.

Выделить шаги по развитию Фонда для повышения среднего чека и увеличения количества доноров.



Портрет целевой аудитории

Жители Москвы, СПб, 35 лет и старше.

- Патриоты, стремятся сохранить культурное и историческое наследие
- Родители в поисках полезного досуга для детей

Потенциальная ЦА: архитекторы, историки, профессиональные сообщества

Источник: анализ документов, данные фонда



Первичные гипотезы

Текущая коммуникация не ориентирована на целевую аудиторию

Интерфейс сайта мешает совершению пожертвований и увеличению среднего чека

Фонд не использует доступные каналы привлечения доноров и коллабораций

Фонд не использует туристический потенциал территорий

План исследования

- Изучение текущих доноров “Белого Ириса” - мотивы, барьеры, потенциал для увеличения среднего чека
- Проверка слабых мест: оценка сайта фонда на широкой аудитории потенциальных доноров
- Проработка рекомендаций и привлечение дополнительных ресурсов - разработка лендинга, новые варианты коммуникации



Что сделали

1. Изучили результаты прошлых исследований фонда
2. Провели **2 экспертных интервью**, нашли новые варианты коллабораций
3. **Этнографическое исследование** в Аксиныно с группой урбанистов
4. **Опрос 142 человек** по базе фонда
5. Создали **новый макет сайта** с привлечением дизайнера
6. **Монадический тест 200 человек** на панели Tiburon Research: сравнение действующего сайта и нового макета
7. Нашли специалистов для реализации рекомендаций



fastuna

tiburon
RESEARCH

Поиск новых каналов продвижения и сотрудничества

Экспертное интервью:

Компания-организатор российских и международных выставочных проектов.



fastuna

tíburon
RESEARCH

Рекомендации организатора выставки «Сокровища музеев России» в Манеже

Участие в выставках

Коллаборация с художниками

Привлечение мастеров среднего
разряда для квалифицированной
работы по восстановлению храмов

По результатам экспертного интервью с представителем компании, оказывающей услуги по организации российских и международных выставочных проектов. Июнь 2022 года. На фото: Икона «Преподобный Сергей Радонежский с 20 клеймами жития».



Участие в выставках

Иконы стали полноправными участниками современных выставок для широкого зрителя.

В Москве их посещает до 400 000 человек.
Новая выставка пройдет осенью 2022.

Сейчас ведем переговоры по таким форматам:

- Установка аппарата для приема пожертвований на входе/выходе.
- Размещение стенда для знакомства с Фондом прямо на выставке.

На фото: фрагмент выставки "Сокровища музеев России", 2018 год. Выставка стала одной из самых посещаемых не только в Москве, но и по всей России. Отдельным экспонентом выставки стала Икона Икона Божией Матери «Умиление» из Псково-Печерского монастыря - она привлекла на выставку целевую аудиторию Фонда.



Коллаборация с художниками

Сотрудничая с молодыми художниками, Фонд привлекает внимание к себе и своим соц.сетям.

- Художник в своей манере “восстанавливает” храмы Фонда. Это может быть картина, мозаика, каллиграфия, любой другой объект. Продаем на аукционе с акцентом на благотворительность.
- На своей выставке художник размещает аппарат для приема пожертвований.
- В личных соц.сетях художник отмечает Фонд и привлекает внимание к нему.
- Объекты художника как основа для мерча Фонда.

На изображении: “Архангел Михаил”, чёрный вариант, каллиграфия в офорте, конгрев, бумага, 2010 год, Мишина А.А.



Привлечение мастеров среднего разряда для квалифицированной работы по восстановлению храмов

Мастера средней квалификации обучаются в мастерской или получили дополнительное образование по направлению мозаистика, иконопись, стекольное мастерство и тд.

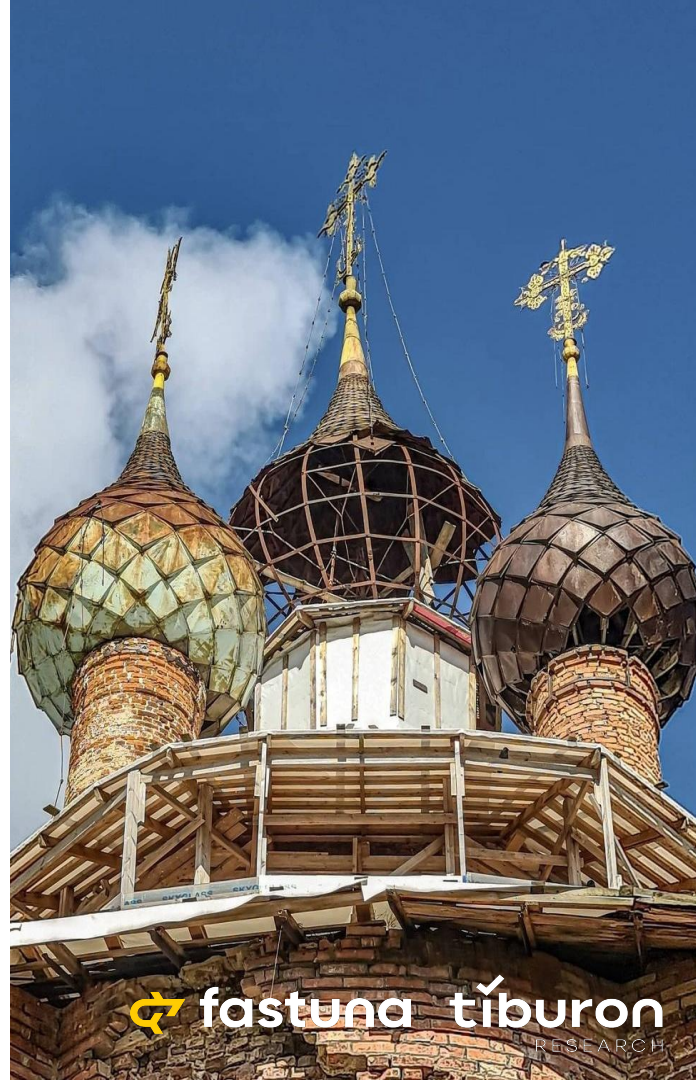
Они уже обладают опытом, при этом полны энтузиазма и лично увлечены тематикой, поэтому готовы приложить силы на безвозмездной основе для восстановления и сохранения храмов.

На фото: студия Свято-Елисаветинский женского монастыря, г.Минск



Другие идеи для развития и новой коммуникации

- Коллаборация с другими НКО и храмами. Выставка "Спасенные иконы разрушенных церквей". Размещаем инфо о Фонде и аппарат для приема пожертвований.
- Помощь как связь с Родиной: обращение к русским иммигрантам. Выставки русского искусства и икон за границей получают огромное внимание, людей тянет к дому. Здесь можно разместить инфо о Фонде.
- Коллаборация с художниками или иконописными мастерскими, которые выполняют заказ донора, а часть вырученных средств передают Фонду. Абстрактный заказ или семейная икона. "Иероним Босх наносил доноров на свои картины".



Поиск новых каналов продвижения и сотрудничества

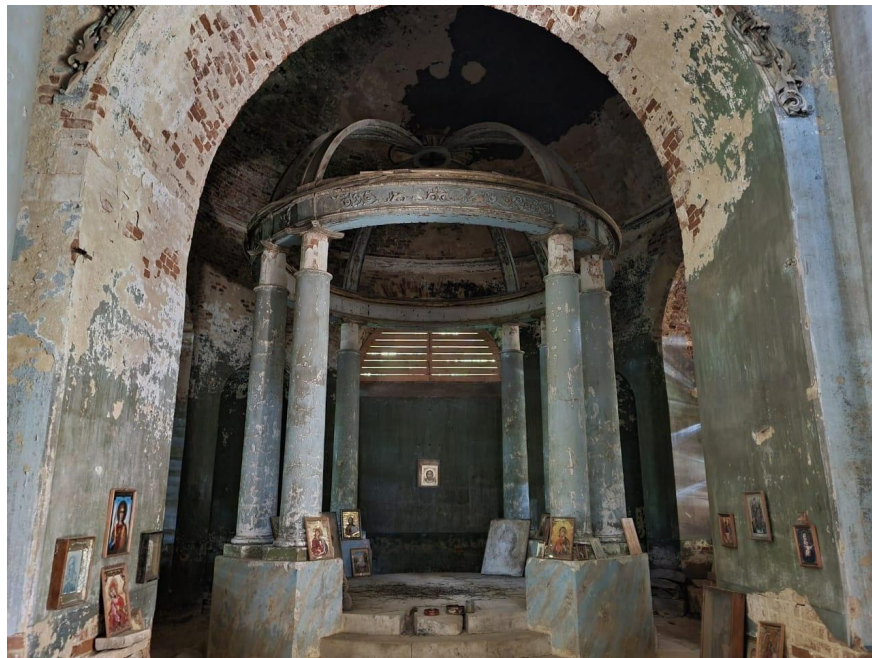
Коллаборация с бюро пространственного планирования Atlas



fastuna

tíburon
RESEARCH

Село Аксиныно: этнографическое исследование территории



30 мая 2022. Выезд в Аксиныно группы урбанистов и архитекторов из бюро Atlas

https://vk.com/fond_white_iris?w=wall-125900728_4355

Результаты: фонд выиграл грант на развитие территории

Статус проекта: **победитель конкурса**

Добровольческий лагерь по сохранению культурного наследия "
Усадьбы Давыдовых, XIX в." с. Аксиньино Тульской области

Конкурс
Конкурс волонтеры культуры 2022 (Второй)

Грантовое направление
Добровольческие проекты в сфере
сохранения объектов культурного наследия
(памятников истории и культуры) народов
Российской Федерации

Номер заявки
22-7-000138



Сроки реализации
11.07.2022 - 10.10.2022

Организация
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД
«СОХРАНЕНИЕ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ
«БЕЛЫЙ ИРИС»

ИНН
7721486189

ОГРН
1167700056270



fastuna

tiburon
RESEARCH

Проверка гипотез о пожертвованиях

Опрос по базе фонда

Гипотезы на основе анализа документов

Большинство людей готовы жертвовать больше, чем 100 рублей одновременно (подтвердилось)

Платеж картой наиболее популярный способ пожертвований (подтвердилось)

Более 10% людей сталкивались с трудностями при совершении пожертвований (не подтвердилось)

25% и более людей интересуют платные мероприятия от фонда (подтвердилось)

Религиозные взгляды не являются основным мотивом для пожертвований (подтвердилось)

Перевод по карте — самый популярный вид пожертвования

51% людей жертвовали деньги Фонду

90% из них использовали платеж банковской картой

Предпочтительные способы пожертвования

57% платеж банковской картой

27% оплата по реквизитам и через сбербанк онлайн

Платные мероприятия имеют потенциал

39% готовы к платным волонтерским
выездам

35% готовы платить за мастер-классы

21-30% заинтересованы в нестандартных
активностях. В том числе — готовы к
брендированному мерчу от художников.

Платные волонтерские
выезды. Помимо транспорта и
инструментов фонд
организует развлекательную
программу и питание.

39%

Платные мастер-классы по
реставрации, архитектуре,
фрескам и т.п

35%

Именной кирпич за
пожертвование. При
пожертвовании от 5000
рублей делаем кирпич с
предложенным текстом.
Кирпич используется при
реставрации

30%

Дизайнерская футболка с
изображением храма в
подарок при пожертвовании
от 3000 рублей

21%

Мотив сохранения и возрождения наследия превалирует

“ТО, что Фонд **оживляет руины**”

“меня **радует возрождение прекрасных памятников истории и культуры**, поскольку это наша память, а без памяти прошлого нет будущего”

“Люблю архитектуру, историю, и очень горько видеть, как **гибнет достояние России**”

“Потому что фонд **восстанавливает храмы Тверской области, наследие архитектора Львова**. Это наше достояние, наша история и память.”

“Представляю, что когда-то моя прабабушка стояла так же в этом храме и молилась, значит-все не зря! **Есть связь времён и поколений! И наши дети и внуки когда нибудь будут так же стоять в церквях и восстанавливать их!**”

Источник: опрос по базе фонда 142 человека,
<https://fastuna.ru/survey/rVaSPbVSvW>



Рекомендации на основе опроса

В коммуникации делать упор на возрождении исторических памятников и сельских территорий.

Упростить пожертвование банковской картой.

Включить платные мероприятия в список активностей.
В том числе в рамках сотрудничества с другими компаниями.

Источник: опрос по базе фонда 142 человека,
<https://fastuna.ru/survey/rVaSPbVSvW>



Поиск улучшений для сайта

Результат: создали макет лендинга, который лучше сподвигает к пожертвованиям

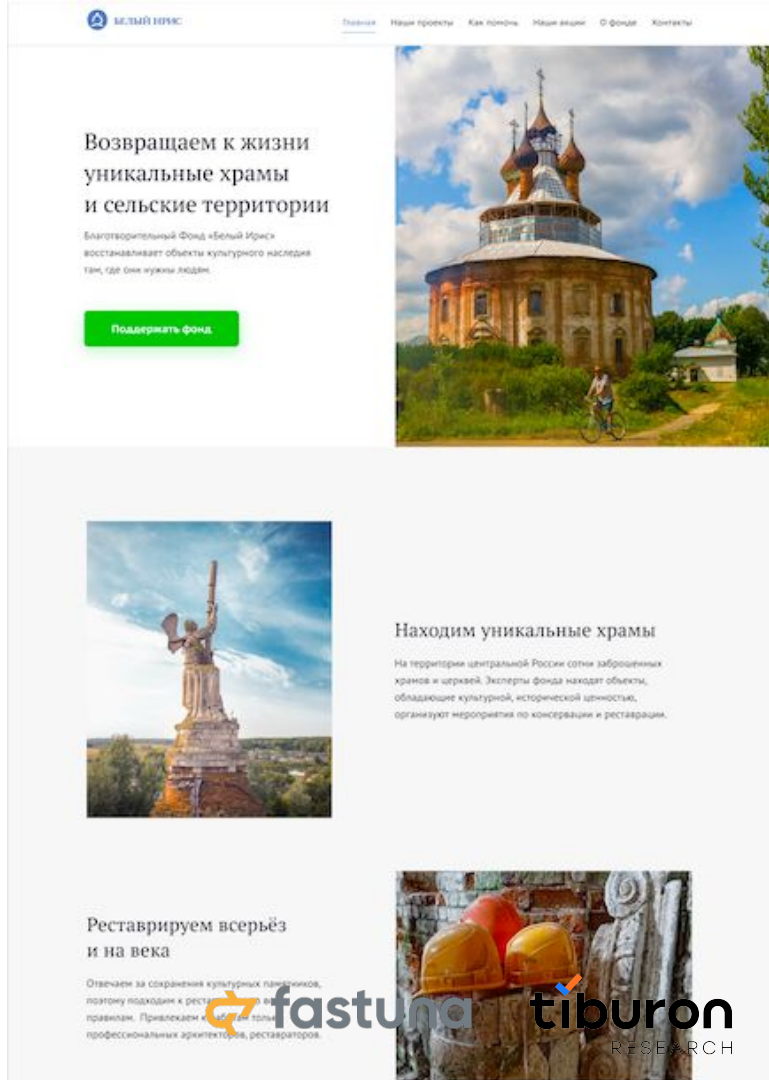
Недостатки текущего сайта

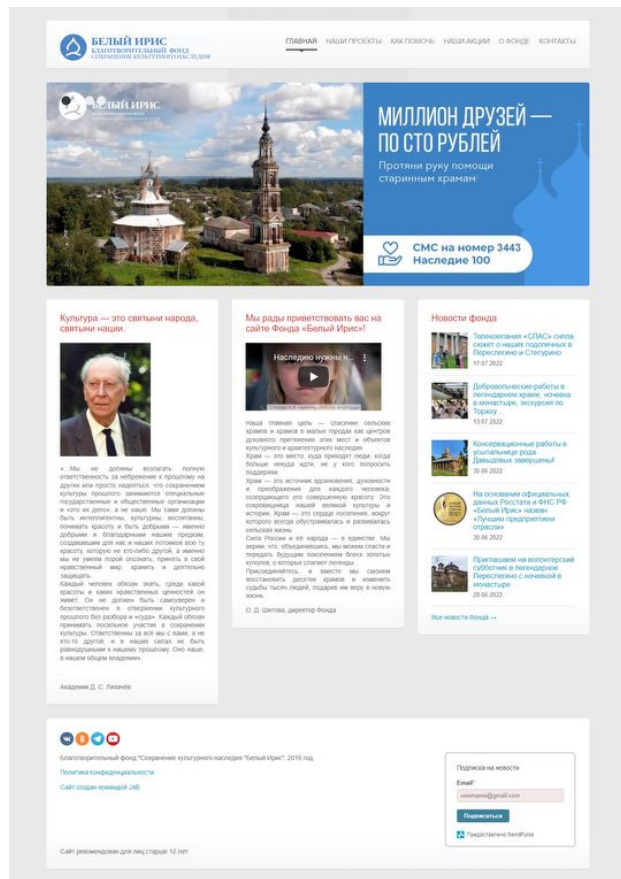
- Нет ключевого сообщения.
- Устаревший внешний вид. Много текста.
- Трудно сделать пожертвование: на главной нет кнопки, 3 клика до целевого действия, выбор из 8 вариантов пожертвований.



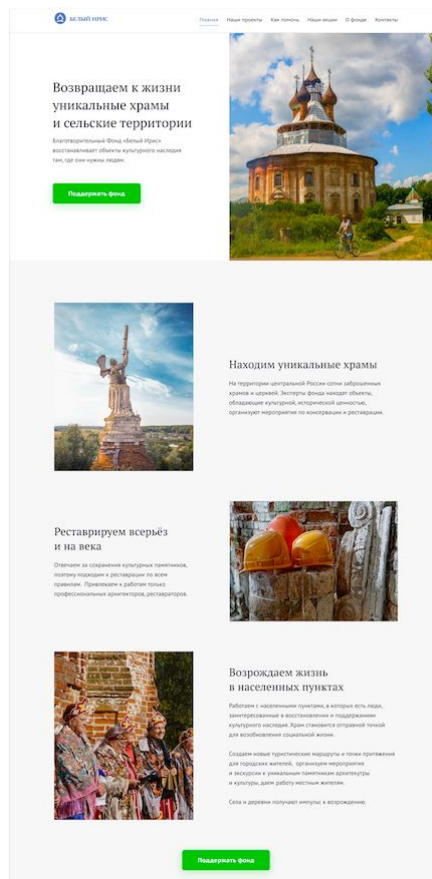
Макет нового лендинга

- На основе интервью и опроса сформулировали **ключевое сообщение** и описали суть работы фонда.
- Создали классический лендинг с использованием **фотографий** фонда.
- Добавили **три кнопки “Поддержать фонд”**, которые ведут на самый популярный вид пожертвования — 1 клик до целевого действия.

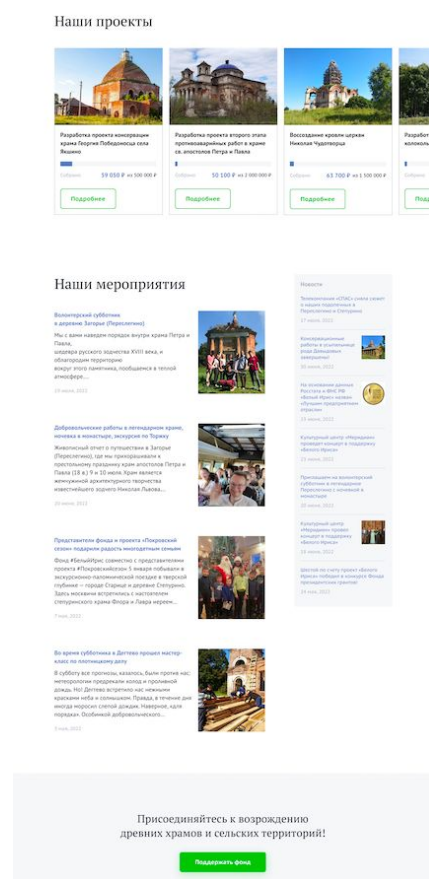




Текущий вид сайта



Новый макет лендинга

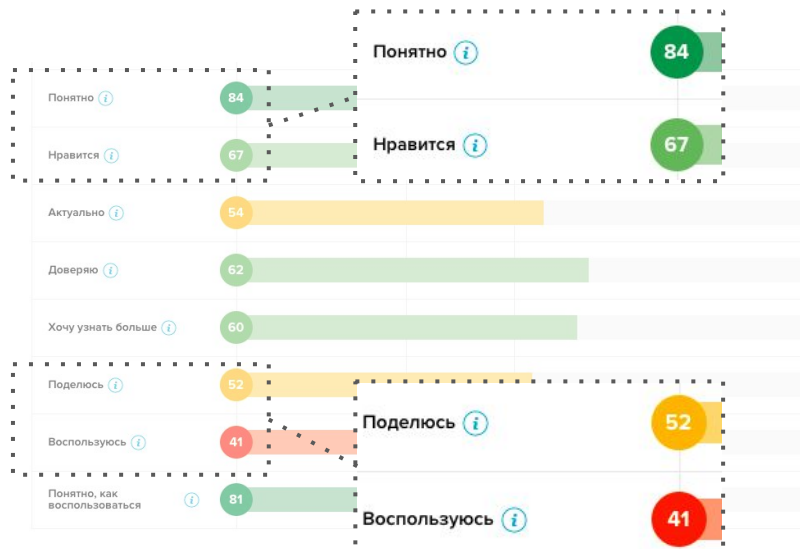


Присоединяйтесь к возрождению древних храмов и сельских территорий!

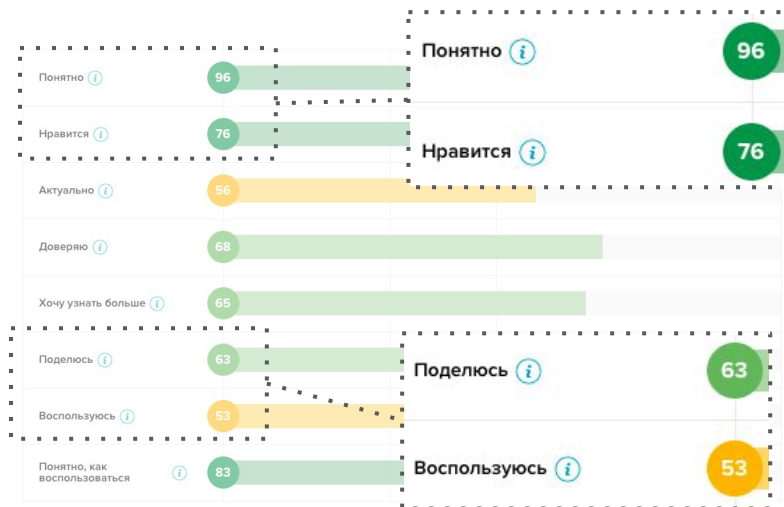
fastuna **tiburon** RESEARCH

Тест на независимых выборках: новый макет понятнее, привлекательнее и лучше сподвигает к пожертвованиям

Текущий вариант сайта



Новый макет лендинга



Дальнейшие шаги

- Совместно с привлеченным дизайнером создаем новый сайт, учитываем накопленные данные
- Сотрудничество с выставкой “Сокровища музеев России”, коллаборации с художниками
- Участие в совместных проектах бюро Atlas и Белого Ириса



Уроки

- Древние храмы - круто. Даже если $\frac{2}{3}$ команды не были крещены.
- При работе над задачей pro bono важно выходить за границы роли исследователя, думать как менеджер продукта
- Если нет материалов для сравнения, то создай его сам(а)
- Вокруг больше заинтересованных в помощи НКО людей, чем мы думаем. Не надо бояться привлечь профессионалов со стороны.



Команда Tuna

Хамидуллина Ляйсан
менеджер по развитию бизнеса

Шерстобитов Кирилл
менеджер продукта Fastuna UX

Трофимовская Камилла
директор по работе с клиентами





www.fastuna.ru

fastuna@tiburon-research.ru

