



Институт развития
интернета

Как НКО получить бесплатное размещение в Интернете?

IRI.RF

Второй конкурс на размещение соцрекламы в интернете для НКО апрель-июнь 22

Поданных на конкурс заявок	184
----------------------------	-----

Количество регионов	35
---------------------	----

Направлено на экспертную оценку	89
---------------------------------	----

Топ 5 городов-участников: Москва, Санкт-Петербург,
Свердловская область, Новосибирская область,
Республика Татарстан

Самые популярные направления:

- изменение отношения общества к людям с ОВЗ
- оказание поддержки людям в трудной жизненной ситуации
- медицинская, психологическая и иная поддержка тяжелобольных людей и их близких
- профилактика социального сиротства

Победителями конкурса стали 27 проектов



УЗНАЙ БОЛЬШЕ НА
УСЫНОВИТЕ.РУ

Ребенка можно выносить в сердце

Социальная реклама
Рекламодатель – АНО Центр развития социальных проектов. www.usynovite.ru

Неизлечимо больные дети портят картинку?

«Социальная реклама»

«Социальная реклама»

«Социальная реклама»

Не делайте из жизни идеальную картинку. Расширяйте свою картину мира.

Фонд "Бумажная птица"

Узнайте как помочь

неизлечимо больным детям расправить крылья

Договаривать фразы за человеком с расстройством речи

УВАЖЕНИЕ

УНИЖЕНИЕ

БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД СОЛНЕЧНЫЙ ГОРОД

РЕКЛАМОДАТЕЛЬ

СТАНЬТЕ ДРУГОМ

ДЛЯ РЕБЕНКА ИЗ ДЕТСКОГО ДОМА

СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА

Генотип связывает людей в донорстве

узнай на сайте

km.dostovernozdrav.ru

«Доброе Сердце» БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД

МУКОВИСЦИДОЗ СЛИШКОМ ЧАСТЫЙ, ЧТОБЫ БЫТЬ РЕДКИМ

Рекламодатель: БФ "АиФ. Доброе сердце" Социальная реклама Сайт: www.100aif.ru

КАК ПОМОЧЬ ТЕМ, КТО ПОПАЛ В БЕДУ?

ПОМОГАЙТЕ ЧЕРЕЗ ПРОВЕРЕННЫЕ ФОНДЫ!

СТОП-OBMAN.INFO

все вместе за разумную помощь



Конкурс на бесплатное размещение соцрекламы в Интернете для НКО

Конкурс проходит 2 раза в год
Прием заявок:

Весна
Апрель – май*

Размещение кампаний
победителей с сентября
по февраль следующего года.

Осень
Октябрь - ноябрь*

Размещение кампаний
победителей с марта
по август.

*сроки могут корректироваться

Прием заявок осеннего конкурса 22
начнется 17 октября
и продлится до 30 ноября

Этапы осеннего конкурсного отбора 22 г.

Прием заявок на сайте соцреклама.ири.рф
(середина октября-конец ноября)

Валидация заявок ИРИ (ноябрь-декабрь)

Экспертиза заявок (январь)

Комиссия по отбору (февраль)

Публикация победителей на сайте ИРИ (февраль)

Заключение договоров (февраль)

Размещение кампаний победителей
с марта 23 –август 23



Яндекс

Москва -7° С 3 балла

Яндекс ID Google Таб... Гайд_акка... YouTube ИРИ.рф Яндекс.Му... Фильмы и ... Яндекс.Но...

Яндекс Найдётся всё

Соцреклама

Поддержка женщин с диагнозом РАК
 мояфототерапия.рф

Химия была, но мы расстались

Дело не в тебе, дело во мне

Сейчас в СМИ в Москве

- Путин отменил НДС на покупку драгметаллов в слитках
- ЦБ РФ до 9 сентября установил ограничение на выдачу средств с валютных вкладов и счетов
- Минобороны опубликовало документы о планах ВСУ начать наступление на Донбассе в марте

Mail.ru: почта, поиск в интернете, новости, игры

18K отзывов

Почта Mail.ru всегда под рукой. Сделать Mail.ru стартовой страницей?

Почта 196
Написать письмо
Диск

mail | проект

Почта
Облако
Календарь
Ещё

Москва Подробнее

+28°
вечером +23°
ночью +16°

\$ 58 +2.76
€ 59.73 +1.98
113.67 -0.73

Поиск в интернете Соцсети Картинки Видео Ответы

Сейчас ищут: ютуб

Новости Спецоперация Москва Спорт Леди Авто Кино Hi-Tech Игры Дети Здоровье

«Бавария» заигралась. Надменность клуба выйдет ему боком
 Желание прочить Роберта Левандовского отчасти можно понять, но нужно все-таки

Стало известно, в какой клуб Роналду хочет перейти больше всего
 Украинский скелетонист призывает к полному запрету России
 48% жителей Германии против участия сборной в ЧМ-2022 в Катаре
 ЦСКА проиграл все три предсезонных матча с общим счетом 0:7
 Полузащитник «Зенита» может перейти в «Наполи» или «Эвертон»
 В четырех странах негласно запретили покупать футболистов из РФ
 В НХЛ назначат первого чернокожего генерального менеджера
 Экс-игрок «Зенита» возглавил гонку бомбардиров в МЛС
 Фетисов отказался сравнивать свой отъезд в НХЛ с делом Федотова
 Кубок Стэнли по ошибке доставили гей-паре из Денвера

новости Открытие Года фундаментальных наук пройдет в Башкирии
 НИ-ТЕСН Найдены идеальный умные часы для девушек
 новости Найдены действенный метод защиты дорог от пьяных за рулем

ПЛАНИРОВКА, КОТОРУЮ НЕ ВЫБИРАЮТ
 СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА
 Рекламодатель: МБОО «Ночлежка»
 MOSCOW.HOMELESS.RU Реклама 0+ Юр. инфо

Узнай о бездомности
 Благотворительная организация "Ночлежка"

диск: Защите свои файлы от потери
 5 июля 2022 г. вторник

Яндекс

18:21

Кунцевская
 Пионерская
 Славянский бульвар
 Багратионовская
 Филёвский парк
 Парк Победы

Очистим Арктику вместе!

12 мин

18:21 - 18:33, 1 пересадка

Детали маршрута

Багратионовск Славянский бу

OZON Каталог

Везде Искать на Ozon

TOP Fashion Premium Билеты и Отели Ozon fresh Ozon Карта Рассрочка Акции Бренды Ozon

Как превратить мусор в пользу?

Просто разделяй! →

ЭКА Социальная реклама
 Рекламодатель: МЭО «ЭКА». Сайт: esamir.ru

ПРОСОРТИРУЙТЕ НОВЫЕ ВЕЩИ
 РАЗДЕЛЯЙТЕ
 ДОСОРТИРОВА И ПЕРЕРАБОТКА

250 лучших фильмов - списки лучших фильмов и сериалов - Кинопоиск

36K отзывов

КИНОПОИСК

Социальная реклама

Старость в радость
 — ЭТО РЕАЛЬНО?
 ДА НЕТ
 realno.starikam.ru Узнать больше →

Клаус
 Клаус, 2019
 Испания - Мультфильм, семейный
 8,6 96 988

Посмотрите ещё

- Вестсайдская история 40 300 просмотров
- Охотники за привидениями: Наследники 122 792 просмотра
- Прошлой ночью в Сохо 128 224 просмотра
- Календарь дьявола 6 602 просмотра
- Реальная любовь 1 063 487 просмотров
- King's Man: Начало 750 607 просмотров
- Морбиус 37 246 просмотра
- Оленья рога 11 193 просмотра

Что получает победитель?

- Крупную кампанию в Интернете от 50 до 70 млн. показов рекламных баннеров на ведущих отечественных площадках (Яндекс, VK, Rambler и другие) в рамках одного месяца.
- Пакетное сопровождение со стороны Оператора рекламной кампании. Профессионалы ИРИ сами подбирают медиаплан с медийными форматами нацеленными на широкий охват аудитории на крупных интернет-порталах и тематических сайтах и проводят бесплатную настройку кампании.
- Анализ эффективности проведенной рекламной кампании

ВАЖНО! Финальные рекламные баннеры под технические требования площадки производятся на стороне НКО.



Требования к заявителям

Кто может участвовать в конкурсе?

- Только НКО;
- НКО должно существовать более 1 года с момента подачи заявки;
- НКО не может является иностранным юридическим лицом, учредителем НКО не является политическая партия, не могут подаваться саморегулируемые организации, объединения работодателей, объединения кооперативов, бюджетные учреждения, торгово-промышленные палаты, государственные или муниципальные учреждения, госкорпорации, политические партии, религиозные организации, общины коренных малочисленных народов, казачьи общества, а также некоммерческие организации, созданные субъектом Российской Федерации, муниципальным образованием, государственным органом и (или) органом местного самоуправления;
- НКО должно быть прозрачным – требуется официальный сайт, где содержится полная информация о НКО. Все НКО проверяются по базе данных Нужна помощь, а также по базам данным грантодающих организаций;
- Социальная или благотворительная деятельность НКО по соответствующему направлению должна быть предусмотрена Уставом.



Из чего состоит заявка?

- Анкета организации (юр информация, сайт, опыт реализованных социальных проектов);
- Текстовое описание проекта социальной рекламы (описание актуальности, цель размещения, ЦА, география проекта, ожидаемые результаты);
- Приложенная к заявке Раскадровка рекламного баннера (креатив) и готовая ссылка или макет посадочной страницы.

При подготовленных заранее баннерах, лендинге, выписке из ЕГРЮЛ заполнение заявки займет от 40 до 60 минут

The screenshot shows the IRI website interface. At the top left is the IRI logo. To its right is a navigation menu with links: "Об операторе", "Документация", "Новости", "Вопросы-ответы", "На сайт ИРИ.рф", and "Выйти". Below the navigation is the title "Заявка: Цели и тематика". A progress indicator at the top of the form shows steps 1 through 6, with step 1 highlighted. The form contains three main sections, each with a text input field and a help icon (question mark):

- Название рекламной кампании ***: Введите текст, не более 50 символов.
- Тематика, в рамках которой планируется рекламная кампания ***: Развитие внимания к пожилым людям, изменение отношения общества к проблемам пожилых людей.
- Цель размещения социальной рекламы ***: Введите текст, не более 1500 символов.
- Актуальность проблемы, которая заявлена в социальной рекламе ***: Введите текст, не более 2000 символов.

On the left side of the form, there is a light blue sidebar with the following information:

- №373 09.12.2021
- Название компании: МММ
- Статус: Черновик
- Срок размещения: 01.02.2022-01.02.2022
- Просмотр



Анкета организации

На что обращается особое внимание?

- Устав;
- Выписка из ЕГРЮЛ, полученная не позднее чем за 30 дней до подачи заявки;
- Официальный работающий сайт фонда с полной информацией;
- География реализации проектов.

Не обязательно, но лучше заполнить

- Опыт реализации социальных проектов;
- Участие в грантовых конкурсах, получение наград и т.д.;
- Опыт реализации рекламных кампаний (при наличии), наград и т.д.

Реквизиты Организации *

Полное наименование организации

Сокращенное наименование организации

Выписка из ЕГРЮЛ

Загрузите файл

Методические рекомендации по | 0.59 МБ

КПП

Уставные документы

Дата регистрации организации

01.04.2022

Юридический адрес

Фактический адрес организации

Номер телефона

+7|

Действующая редакция устава (с отметкой налогового органа о его регистрации) *

Загрузите файл

Методические рекомендации по | 0.59 МБ

Сведения о лице, имеющем право действовать без доверенности от имени юридического лица (единоличный исполнительный орган) *

Фамилия, имя, отчество (при наличии)

tytyty

Банковские реквизиты *

БИК

Банк

Номер р/с

Номер к/с

Должность

tytyty

Подписант (если от имени организации действует не единоличный исполнительный орган)

Фамилия, имя, отчество (при наличии)

tytyty

Должность

Копия доверенности

Загрузите файл

Общая информация

Адрес официального сайта организации в сети Интернет *

http://адрес.рф

Описание деятельности организации *

vovava

Опыт реализации проектов социальной направленности *

vovava

География работы организации *

Вся Россия

Наличие наград, участие в фестивалях, конкурсах, грантах в разрезе PR, маркетинговой деятельности организации

Наличие опыта размещения рекламной кампании в Интернете

Материалы по проведенным рекламным кампаниям

Загрузите файл

Ссылки на социальные сети организации

Добавить адрес +

Согласие о проведении дополнительных проверок *



Требования к проектам

- Проект соответствует одному из тематических направлений конкурса;
- Проект (социальная реклама) актуален для не менее 20 регионов. Проект имеет федеральную значимость, федеральный охват;
- ЦА проекта – широкие группы людей;
- Проект НЕ ставит своей основной целью сбор пожертвований. Сбор пожертвований может занимать не более 50% от текстовой площади лендинга (за исключением тематической категории по системной поддержке НКО);
- Не может быть повторно подан проект, победивший в конкурсе. Требуется новая раскадровка рекламного баннера;
- Раскадровка баннера и лендинг должны быть релевантны по содержанию друг другу;
- Отсутствие коммерческой рекламы на рекламных материалах.

Тематические линии

- а) оказание поддержки людям в трудной жизненной ситуации, в т.ч. поддержка семей участников специальной военной операции и граждан, призванных на военную службу по частичной мобилизации, а также беженцев;
- б) изменение отношения общества к людям с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ), поддержка людей с ОВЗ (в т.ч. через образование, спорт);
- в) медицинская, психологическая и иная поддержка тяжелобольных людей и их близких;
- г) развитие внимания к пожилым людям, изменение отношения общества к проблемам пожилых людей;
- д) профилактика социального сиротства, изменение отношения общества к теме сиротства;
- е) развитие добровольчества (волонтерства);
- ж) развитие донорского движения по разным направлениям донорства;
- з) повышение уровня экологической культуры, бережного отношения к окружающему миру;
- и) профилактика алкоголизма, наркомании, а также ВИЧ, СПИДа, онкологии, инсульта и других заболеваний;
- к) повышение уровня финансовой, правовой и иной грамотности населения.
- л) духовно-нравственное и патриотическое воспитание и продвижение семейных ценностей;



Заявка номер #593 08.06.2022

Название кампании:

Статус:

Черновик

Срок размещения: 01.09.2022 – 28.02.2023

1 → 2 → 3 → 4 → 5

* - обязательные поля для заполнения

Название рекламной кампании *

Введите текст, не более 50 символов

Тематика, в рамках которой планируется рекламная кампания *

Введите текст, не более 50 символов

Цель размещения социальной рекламы *

Введите текст, не более 1500 символов

Актуальность проблемы, которая заявлена в социальной рекламе *

Введите текст, не более 2000 символов

Ожидаемый результат от проведения рекламной кампании *

Введите текст, не более 1500 символов

* - обязательные поля для заполнения [Инструкции по заполнению](#)

Назад На проверку Далее

Заявка. Шаг 1

Цель кампании и тематика

Корректное заполнение

- Название кампаний разное для разных заявок от одной организации;
- Тематика совпадает с представленным креативом;
- Цель, актуальность кампании, ожидаемый результат друг из друга логично вытекают;
- Актуальность проекта подтверждена официальными данными или данными из опыта фонда.

Отклонение

или отправка на доработку

- Неверно определено тематическое направление;
- Основная цель размещения рекламы, рекламируемого проекта – сбор пожертвований или имиджевая реклама фонда;
- Нет логичной связи между полями «цель», «ожидаемый результат», «раскадровка» и «лендинг».



Заявка номер #593 08.06.2022

Название кампании:

Статус:

Черновик

Срок размещения: 01.09.2022 – 28.02.2023

1 → 2 → 3 → 4 → 5

* - обязательные поля для заполнения

География, для которой актуальна рекламная кампания *

Введите текст, неограниченное кол-во ?

Целевая аудитория рекламной кампании

Введите текст, не более 1500 тыс. ?

Желаемый период размещения *

01.09.2022 – 28.02.2023

Размещение привязано к конкретному периоду, дате

Введите текст, не более 1500 тыс. ?

* - обязательные поля для заполнения [Источники по заполнению](#)

Назад На проверку Далее

Заявка. Шаг 2 Параметры размещения

Корректное заполнение

- География, для которой актуальна РК.
Пример: Вся РФ;
- Подтверждение географии проекта (не менее 20 регионов). Подтверждается ссылками или текстовым обоснованием.
- ЦА. Чем уже целевые группы, тем меньше шансов у заявки на победу

Идеальный вариант: вся РФ, 18+;

- Желаемый период размещения (месяц размещения). *Мы не обещаем размещение в данном месяце, но будем стараться учесть пожелания, особенно если дата остро привязана к к-л событию.*

Отклонение или отправка на доработку

- Не указана география проекта или география составляет менее 20 регионов;
- Креатив направлен на широкую аудиторию, а вы указали узкие целевые группы.



Заявка. Шаг 3
Раскадровка

Заявка номер #593 08.06.2022 ✕

Название компании:

Статус:


Черновик

Срок размещения: **01.09.2022 – 28.02.2023**


1 → 2 → **3** → 4 → 5

* – обязательные поля для заполнения

Шаблон для подготовки раскадровки

[Скачать шаблон](#)  Скачать | PPTX, 0.1MB

Загрузите раскадровку для баннеров *

Загрузите файл (только .pptx)  ?

Подтверждаю, что организация-заявитель вправе использовать рекламные материалы на законных основаниях *

Использовался ли ранее в рекламных кампаниях? ?

Планируете ли вы размещение рекламы по данной теме в других средах? В каком периоде?

Введите текст, не более 1500 тыс. ?

Привлекалось ли рекламное агентство к созданию проекта социальной рекламы?

Введите текст ?

* – обязательные поля для заполнения [Инструкция по заполнению](#)

[Назад](#) [На проверку](#) [Далее](#)



Форма для загрузки раскадровки

- Укажите название рекламной кампании

Заявитель: • Укажите юрлицо заявителя

Раскадровка – изображения, на которых представлены ключевые кадры Баннера в порядковой последовательности. Рекламное сообщение – текст на раскадровке, информация, которую вы хотите донести до аудитории. В раскадровке желательно использовать от 2 до 4 кадров, а также рекомендуем ограничить текст рекламного сообщения до 5 слов.

Соотношение сторон для кадров – вертикальный формат, желательно 9 на 16 или 240x400. Формат – [jpeg](#), [png](#).

Ниже представлен шаблон. Вставьте в него свою Раскадровку. Укажите название рекламной кампании и Заявителя в шапке презентации. Загрузите файл [ppt](#) с вашей раскадровкой в поле Заявки.

! Внимание. Вы можете выбрать лишь 1 основной креатив. Для загрузки нового креатива вам необходимо будет заполнить новую заявку.

• Вставка
рисунка



Кадр 1

• Вставка
рисунка



Кадр 2

• Вставка
рисунка



Кадр 3

• Вставка
рисунка



Кадр 4

Заполнение шаблона для раскадровки

Корректное заполнение

Корректное название проекта и юрлица

Ребенка можно выносить в сердце

Заявитель: АНО «Центр развития социальных проектов»



Читаемый текст. Не более 5-7 слов на 1 кадре
Крупная картинка

Каждый кадр пронумерован



Заполнение шаблона для раскадровки

Корректное заполнение

Название: «Восстановим леса вместе»
Заявитель: МЭОО «ЭКА»



Кадр 1



Кадр 2

←

←

Читаемый текст. Не более 5-7 слов на 1 кадре

←

Каждый кадр пронумерован



Заполнение шаблона для раскадровки

Корректное заполнение

Реклама социального проекта помощи кровным семьям Благотворительного фонда «Солнечный Город»



Заполнение шаблона для раскадровки

Отклонение или отправка на доработку

Представлен не баннер, а сырой материал в виде фото, отдельных текстов

* Представлена раскадровка видеоролика, не баннера



Хочешь стать успешным?



Повышай свои профессиональные компетенции с нами!
Бесплатные курсы для студентов вузов!



Заполнение шаблона для раскадровки

Отклонение или отправка на доработку

Представлена раскадровка видеоролика, не баннера



Кадр 1

Кадр 2

Кадр 3

Кадр 4



Кадр 1

Кадр 2

Кадр 3

Кадр 4

← Элементы запугивания



Заполнение шаблона для раскадровки

Отклонение или отправка на доработку

Много текста, нечитаемый текст



1 → 2 → 3 → 4 → 5

* - обязательные поля для заполнения

Укажите статус готовности лендинга *

Гарантийное письмо или договор о спонсорстве, в случае, если на раскладовке или лендинге есть упоминания коммерческих юрлиц

Подтверждаю, что организация-заявитель вправе использовать лендинг на законных основаниях *

* - обязательные поля для заполнения

[Инструкция по заполнению](#)

Назад На проверку Далее

Заявка. Шаг 4 Информация о лендинге

Корректное заполнение

- Статус готовности лендинга:
 - a) *сайт работает и не будет изменен. Прикладываю ссылку;*
 - b) *сайт пока не работает или будет изменен, прикладываем его макеты.*
- Макеты лендинга принимаются в формате pdf, jpeg;
- Лендинг соответствует теме баннеров и содействует решению цели рекламной кампании;
- Лендинг содержит полноценную информацию по теме баннеров (текст, видео, игры на тему).

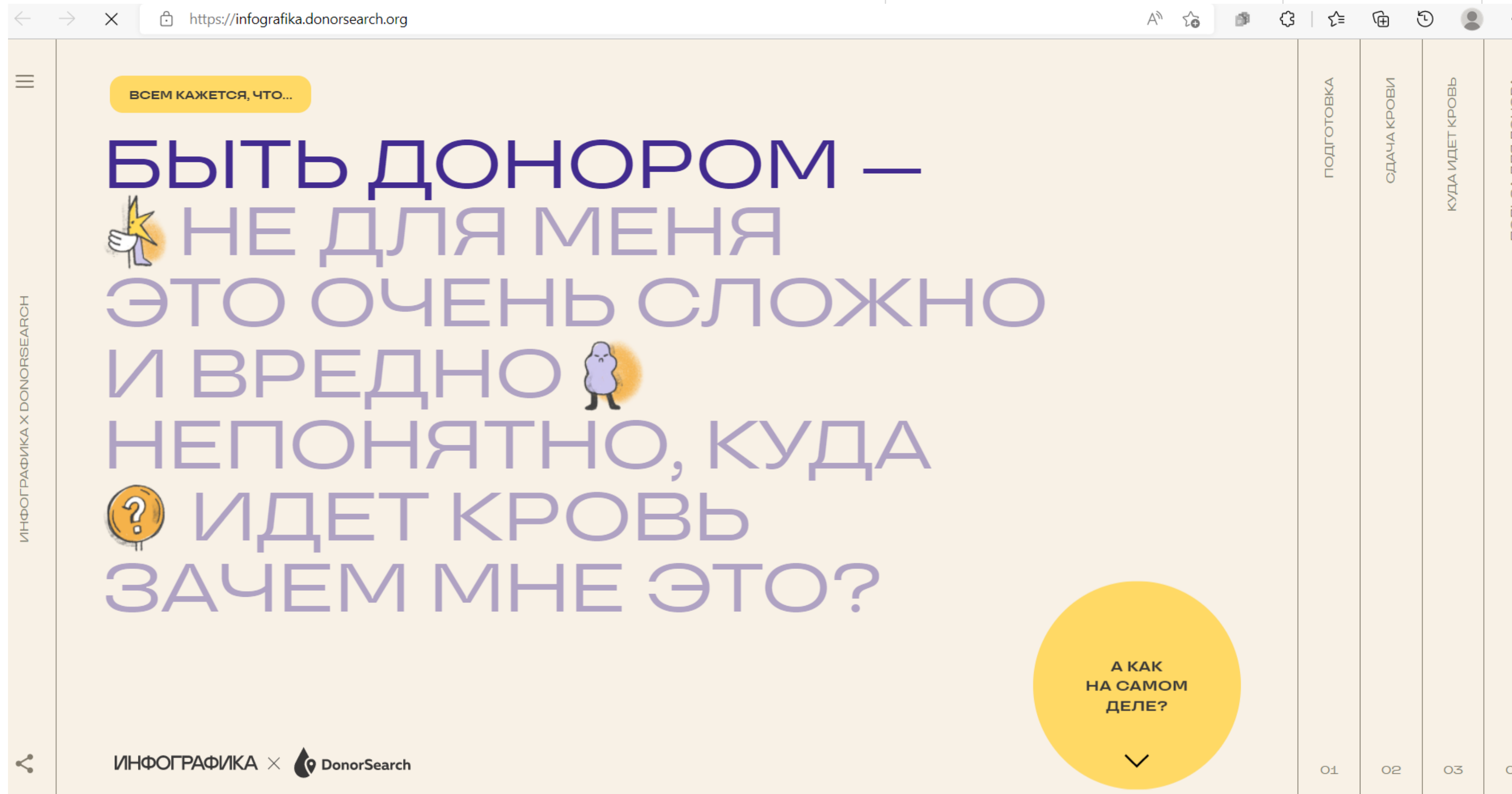
Лендинг несет новую и полезную информацию о проблеме и в идеале о доступных путях ее решения для каждого человека. Через лендинг меняем отношение или поведение человека, вовлекаем его.

Отклонение или отправка на доработку

- Макет лендинга не доработан и не может быть оценен
- Лендинг не соответствует теме баннеров
- Лендинг не решает заявленной цели рекламной кампании
- Лендинг не содержит полноценной информации по теме баннеров, представлена главная страница фонда
- Контент лендинга более чем на 50% посвящен фандрайзингу



Образец лендинга



Фандрайзинговый контент может занимать теперь не 30%, а 50% от площади лендинга, но не занимать главный экран (расположение сбоку или снизу).



Заявка номер #593 08.06.2022

Название компании:

Статус:


Черновик

Срок размещения: 01.09.2022 – 28.02.2023


1 — 2 — 3 — 4 — 5

* – обязательные поля для заполнения

Для завершения формирования заявки вам необходимо отправить подписанную форму подтверждения с печатью. В форме укажите номер заявки (отображается в ле

Форма подтверждения участия в конкурсе  Скачать | JPG, 10MB

Форма подтверждения участия в конкурсе *

Загрузите файл .pdf  ?

Контактная почта работника организации, отвечающего за подачу данной заявки *

ivan@ivanov.ru ?

Как можно к вам обращаться? *

* – обязательные поля для заполнения [Инструкция по заполнению](#)

Назад На проверку

Заявка. Шаг 5 и 6 Доп.информация и форма подачи заявки

- В форме подачи заявки обязательна подпись уполномоченного от организации лица и печать организации!



Лайфхаки

- Читайте положение о конкурсе и инструкцию по заполнению заявки на сайте соцреклама.ири.рф;
- Отправляйте заявку в первые недели подачи – так у вас будет больше времени доработать проект, если в нем что-то не так;
- Готовьтесь к конкурсу заранее – выписка ЕГРЮЛ, баннеры, лендинг.

Соцреклама.ири.рф

The screenshot displays the website 'Соцреклама.ири.рф' with a navigation bar at the top containing links for 'Об операторе', 'Документация', 'Новости', 'Вопросы-ответы', 'На сайт ИРИ.рф', and 'Выйти'. The main content is organized into three sections:

- Документация конкурсного отбора**: Three teal buttons for downloading PDF documents:
 - 'Положение о конкурсе социальной рекламы' (0.27M6)
 - 'Методические рекомендации по оценке проектов для экспертов конкурса' (0.59M6)
 - 'Финалисты конкурсного отбора проектов социальной рекламы для некоммерческих организаций в 2021–2022 гг.pdf' (0.15M6)
- Рекламные форматы оператора**: One purple button for downloading a PDF document:
 - 'Форматы и технические требования' (0.10M6)
- Формы документов**: Five teal buttons for downloading various document forms:
 - 'Форма загрузки Раскадровки' (PPTX 0.15M6)
 - 'Форма подтверждения подачи заявки' (DOCX 0.02M6)
 - 'Форма заявки на конкурс соцрекламы шаблон' (PDF 0.23M6)
 - 'Форма подтверждения достоверности Заявителя' (DOCX 0.01M6)
 - 'Гарантийное письмо (отсутствие коммерческой информации)' (DOCX 0.01M6)



Советы по созданию Раскадровки

**Информирование/
Знание о какой-либо
социальной проблеме или
путях ее решения**

- **Формат баннера** – 2-4 кадра
- Сообщение должно быть донесено без перехода на сайт
- Каждый кадр самостоятелен и понятен
- Ключевое сообщение желательно на первом кадре
- Текст простой и понятный, без лишних вводных слов, оборотов
- Наличие изображений (фото). Если люди – то крупным планом, лица. Позитивные эмоции
- Призыв к действию на последнем кадре (опционально)



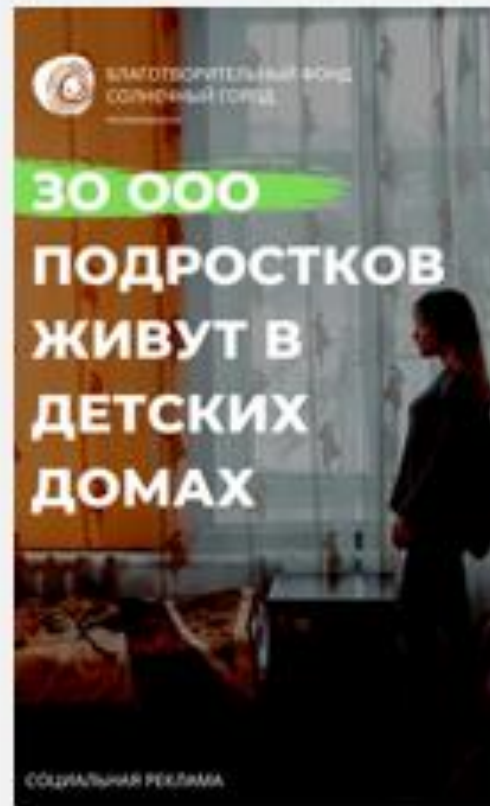
Советы по созданию Раскадровки

Ход анимации:

- Меняйте фон баннера по мере прохождения анимации
- При анимации переходов от кадра к кадру лучше делать через перемещение объектов
- В статичных кадрах выделяйте цикличной анимацией важные элементы



Примеры



Кадр 1



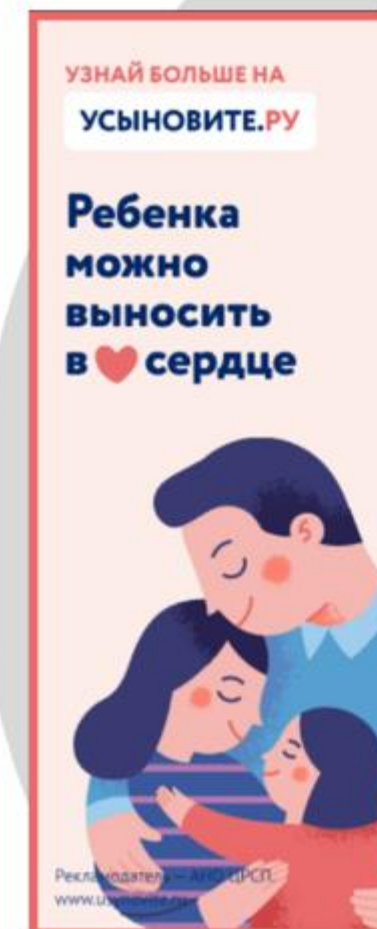
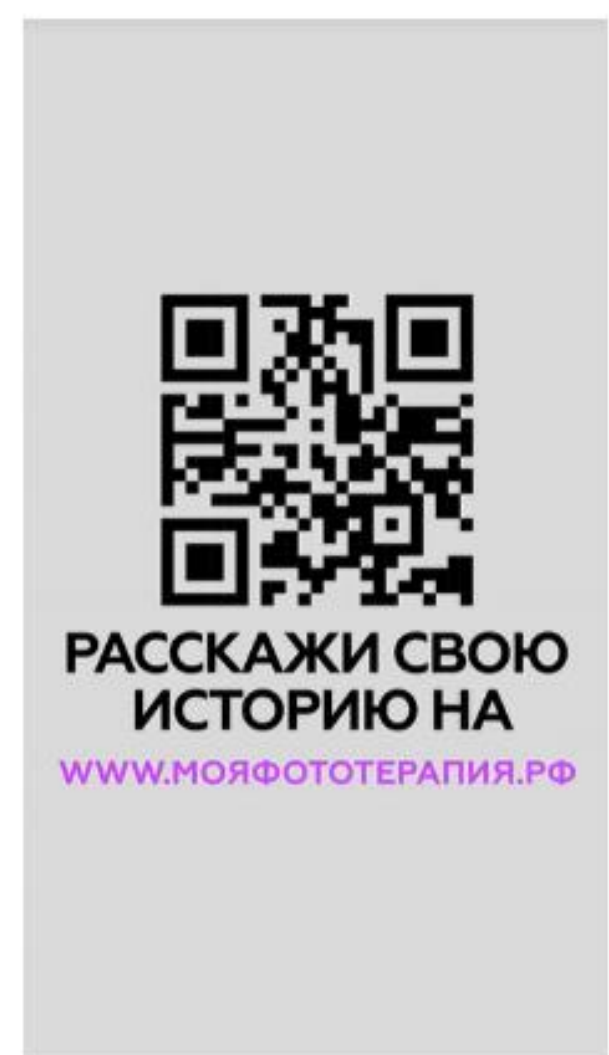
Кадр 2



Кадр 3



Кадр 4



Кадр 1



Кадр 2

Лендинг

Лендинг – это последний кадр любого баннера:

- Полноценный контент по заявленной теме, содержит новизну и ценность для пользователя
- Информативен, но при этом легко читаем, не перегружен текстом
- Текст прост в понимании, адаптирован под обычного человека
- Интерактивен по возможности (тесты, подкасты, видеоконтент)
- Приветствуется сторителл



Экспертная оценка

I. Федеральный масштаб и значимость социальной рекламы

1.1. Представленный Проект актуален для размещения на федеральном уровне в сети Интернет, имеет широкую целевую аудиторию и географию.

II. Эффективность социальной рекламы

2.1. Социальная реклама эффективно достигает одну из целей: меняет отношение общества к проблеме, формирует знание о проблеме, решает социальную проблему. Заявленная социальная реклама полезна и может иметь реальный эффект для массовой аудитории.

III. Рекламное сообщение

Рекламное сообщение понятно, полностью доносит ключевую мысль без перехода на сайт. Рекламное сообщение привлекает внимание, интересно.

IV. Визуальная подача и качество реализации Раскадровки

Раскадровка адаптирована под формат рекламы в сети «Интернет», выполнена современно и на качественном художественном и техническом уровне. Визуальная составляющая логична для данного Рекламного сообщения. Присутствует креативная составляющая.

V. Лендинг

Лендинг содержит развернутую, логичную и полную информацию по заявленной теме и решает заявленные цели кампании. Лендинг выполнен современно с точки зрения подачи информации и дизайна.



Институт развития
интернета

Спасибо за просмотр!

ИРИ.РФ