

# Модул 4

## Комуникация & Социален маркетинг

### Урок 1



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



Starting Up Young Social  
Entrepreneurship

# Резултати от обучението

## След завършване на модула, Вие ще:

- познавате основите на бизнес стратегията както и специализирани познания по реклама, комуникация и маркетинг ориентирани към продажби както и дигиталната комуникация и маркетинг
- можете да идентифицирате най-подходящите клиенти за продуктите, които предлагате и ще установите кои са пътищата за достигане до тях, ще анализирате поведението на потребителите
- можете да направите дизайн на комуникационен и маркетингов план за да отговорите на социалните нужди, включвайки социални ценности



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



Starting Up Young Social  
Entrepreneurship

# Кой ще купува Вашите продукти?

Когато говорим за Цел, имаме предвид група от хора със специфични характеристики и специфични профили (социални, културни, демографски и т.н.), които може би са заинтересовани да придобият Вашия социален продукт и да станат Ваши клиенти.

Първата стъпка е да определите идеалния си въображаем клиент. Какъв човек може да купи Вашия продукт?



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social  
Entrepreneurship

# Кой ще купува Вашите продукти?

**Демографски профил:** Определянето на пола може да е много важно според вида услуги или продукти, предлагани от Вашето социално предприятие. Възрастта кара хората да имат много различни нужди и да използват различни комуникационни канали. Местоположението също е важно в зависимост от характеристиките на Вашия бизнес модел и разпространението на продуктите, въпреки че те могат да се продават чрез Интернет.

**Социокултурен профил:** хората също могат да бъдат класифицирани според тяхната покупателна способност, образователно равнище, ценности и обичаи. Тези характеристики не определят поведението на дадено лице, а могат да установят тенденции и модели на поведение, например по-високо образователно равнище, по-вероятно да имат по-добра заплата, покрити основни нужди (храна, работа, сигурност) задоволени потребности в свободното им време: култура, пътуване, мода и т.н.

**Дигитален профил:** Важно е да знаете какъв тип социални мрежи използват, с какъв тип устройства се свързват с Интернет, колко време са свързани с Интернет, кои ключови думи използват при търсене в Google на конкретен продукт и т.н.



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



Starting Up Young Social  
Entrepreneurship

# Кой ще купува Вашите продукти?

Колкото повече информация имате за Вашата цел, толкова по-добре можете да адаптирате комуникацията си с техните предпочитания.



Дали тази цел е печеливша?  
Основната мотивация на социалното предприемачество е да има положително въздействие върху социални проблеми, но също така трябва да бъде печеливш като бизнес.

Хората от Вашата целева група, имат ли пари за закупуване на Вашите продукти?  
Има ли достатъчно хора, които биха използвали услугите Ви? Има ли Вашето социално предприятие пазарно търсене?  
Има ли конкуренция? (Ако сте първият човек, който създава новаторски и уникален бизнес ... помислете, защото това ще бъде нещо много рядко!



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social  
Entrepreneurship

# Как комуникирате с клиентите/ Вашата целева аудитория?

Сега имате дефинирана целевата аудитория, която ще купи продуктите Ви: те са потенциалните клиенти. Социалното предприятие работи по-различно от обикновена фирма, то иска да продаде продукти за решаване на социален проблем, поради което трябва да комуникира и да се свързва с повече типове хора. Заинтересованите страни са тези социални актьори, които могат да повлияят или да бъдат повлияни по отрицателен или положителен начин от дейността на Вашето социално предприятие.



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social  
Entrepreneurship

# Как комуникирате с клиентите/ Вашата целева аудитория?

**Потенциални клиенти:** целта, която сте определили чрез демографските, социокултурните и дигиталните профили.

**Бенефициенти:** социалната група, която ще се възползва от Вашата социална дейност.

**Клиенти:** хората, които редовно купуват Вашите продукти или Вашите услуги и тези, които ще трябва да поддържате за дълго време (лоялни клиенти).

**Правителства:** политически партии, които застават зад или против Вашата дейност?

**Инвеститори:** хора, които са дали пари и спомагат за работата Ви.

**Доставчици:** компании, които продават продуктите или материалите и спомагат дейността Ви

**Масови медии:** Телевизия, радио, преса са необходими, за да разпространяват Вашето послание.

**Общество / общност:** Трябва да комуникирате с цялото общество, за да промотирате промяна в поведението по специфичен социален проблем.

**Конкуренция:** фирми, които имат дейност, подобна на Вашата, или могат да привлекат същата целева група клиенти като Вашето социално предприятие.

**Заинтересовани групи:** лобита, които могат да окажат влияние върху конкретен социален сектор.

**НПО:** организации с нестопанска цел мисия подобна на Вашата.



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



Starting Up Young Social  
Entrepreneurship

# Как комуникирате с клиентите/ Вашата целева аудитория?

За да комуникирате с различни заинтересовани страни, трябва да знаете:

1

Какви отношения (цели и интереси) има Вашето социално предприятие с всяко заинтересовано лице? Какво искате да извлечете от тях? Идентифицирайте силните връзки между Вашето социално предприятие и тях.

2

Какви канали и комуникационни методи използва всеки заинтересован? Тази информация е много важна, за да се разбере как и къде ще получат посланието Ви.



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social  
Entrepreneurship



# Как комуникирате с клиентите/ Вашата целева аудитория?

Връзката, която социалната компания има с всяко заинтересовано лице, ще служи за определяне на комуникационната стратегия и езика, който ще използва. Те зависят от целта на връзката или интереса. Например, какъв тон / език ще използвате с инвеститорите? Какво искате да постигнете от тази група?

Всеки заинтересован ще използва комуникационен канал. Трябва да знаете какви канали на комуникация са подходящи, за да могат ефективно да съобщят Вашето послание. Каналът свързва този, който предава съобщение и този, който го приема и им позволява да споделят информация. Ще трябва да помислите за Вашата комуникационна стратегия и да я последвате (говорим за стратегията, когато се организират редица техники и процеси в зависимост от целите, които искате да постигнете)



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



Starting Up Young Social  
Entrepreneurship

# Какво искате да им кажете?

Вашата социална фирма има да постигне 2 цели:

1

Да има позитивно въздействие върху социални въпроси. Да се задоволи благосъстоянието на уязвимите сектори, в които то е съсредоточено, както и на цялото общество. Съобщението ще трябва да повиши осведомеността и да насърчи промяната в поведението на обществото по отношение на социалния проблем.

2

Правите бизнес: ползите от продажбата на продуктите гарантират устойчивостта на социалното предприятие във времето. Съобщението ще трябва да информира за добавената стойност и характеристиките на Вашия продукт, като се отличава от конкуренцията и предлага нещо уникално.



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

S

U

Y

S

E

Starting Up Young Social  
Entrepreneurship

# Какво искате да им кажете?

Трябва да използвате убедителна комуникация, за да насърчите социалната промяна и да се опитате да накарате хората да променят поведението си и чрез убедително общуване. Пример: хората започват да рециклират, след като са били осведомени от кампания за опазване на околната среда

Убедителна и ефективна комуникация е тази, при която хората променят своето поведение и нагласи, за да се справят с конкретна ситуация или проблем, както Вие ги призовавате. Когато искате да повишите осведомеността за проблем, трябва да структурирате посланието си по следния начин:

- 1) **Представяне на проблема:** трябва да съобщите за съществуването на проблем, обяснявайки неговия произход, причини, ефекти, влияние и т.н.
- 2) **Представяне на решението:** трябва да подадете сигнал за пътищата за намеса, промяната в поведението, продуктите или услугите, които могат да помогнат за разрешаването на проблема.
- 3) **Призив за действие:** необходимо е да се ангажира и насърчи аудиторията да участва активно в решението, призовава се за действие (покупка, подпис и т.н.)



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



Starting Up Young Social  
Entrepreneurship

# Как да ангажирате ефективно Вашите клиенти и общност?



За да включите общността, в която се развива Вашето социално предприятие, е необходимо да:

- 1) Идентифицирате заинтересованите страни. За всяка от тях трябва да
- 2) Разработвате различни стратегии за получаване на тяхната подкрепа и включване. След като имате тяхната подкрепа, трябва да
- 3) Разработите колективни стратегии за сътрудничество. Като музикален оркестър, в който всеки музикант свири на инструмент и всички заедно създават музикална симфония. Когато всички страни, включени в решаването на проблем работят по обединен и организиран начин, могат да бъдат постигнати мащабни социални промени.



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



Starting Up Young Social  
Entrepreneurship

Този проект е финансиран от Европейския съюз чрез програма Erasmus+ KA2 Strategic Partnerships



"This document reflects the views only of the authors, and the Education, Audiovisual and Culture Executive Agency and the European Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein."



Funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



Starting Up Young Social  
Entrepreneurship