

## Технология акции #ДоброСосед

### Актуальность:

Не все пожилые люди окружены любящими родственниками или получают помощь от социальных служба. Некоторые живут совсем одни или за ними ухаживают их знакомые, друзья. Во время пандемии, когда во многих регионах ограничили передвижения для лиц старшего возраста, многие пожилые остались совсем одни - без возможности помочь себе самому или попросить о помощи. НКО стараются задействовать все ресурсы и каналы для выявления таких «невидимых» пожилых и оказания им помощи. И содействие, участие соседских сообществ в данном случае неопределимо.

### Задача:

Акция #ДоброСосед направлена на активизацию соседских сообществ, мотивацию людей к выявлению невидимых стариков и взаимопомощи в период пандемии.

### План действий:

1. Сделать визуальные материалы к акции - листовки, картинки для социальных сетей. Макет есть (см. прикрепленный файл картинки для соцсети, ее же можно использовать и как листовку), нужно дописать свой город, свои контакты - телефон, адрес, горячая линия.
2. Написать анонсирующий сопровождающий текст для размещения в соц. сетях: кого вы призываете активизироваться, зачем, как это сделать, чем помогаете вы и т.д.

Обязательно прописать хэштег #ДоброСосед при каждой публикации в социальных сетях.

*Например:*

*Дорогие друзья!*

*Вполне возможно рядом с вами, на соседнем этаже, в вашем подъезде, доме, живут одинокие пожилые люди, которые сейчас не могут выйти на улицу и очень нуждаются в помощи. Еще хуже, возможно, они болеют и не могут получить необходимые лечение и заботу. Зачастую они не знают телефонов горячих линий или боятся незнакомых людей, волонтеров. В ваших силах помочь им, возможно даже спасти жизнь – это потребует совсем от вас ряда несложных действий. (прикрепить картинку «Помочь соседу»)*

*Наш фонд (название) занимается (виды деятельности в разрезе помощи пожилым) мы всегда готовы помочь вам, ответить на любые вопросы и будем благодарны за любую информацию о «невидимых» пожилых.*

*Помогите вашим пожилым соседям!*

3. Размещение анонса акции в соц. сетях вашей организации, всех ваших партнеров, СМИ и любых других доступных информационных площадках. Можно распечатать листовку и расклеить ее в подъездах.

4. Мониторинг размещения по хэштегу, количества репостов, публикаций. Если идут обращения в вашу организацию от соседей, то спрашивать как узнали об акции.

5. Аналитика (по прошествии 1 месяца) всех полученных во время мониторинга данных. Можно дополнительно задать у себя в соцсетях вопрос – кто реализовал акцию? Главное, проследить, чтобы ответившие положительно не были уже посчитаны ранее, когда, например, разместили хэштег (т.е. избежать «задвоения» участников акции).