

## **Дайджест руководства по ведению социальных сетей Фонда**

### **Цель коммуникации в социальных сетях Фонда:**

Подтверждение статуса ведущей благотворительной организации в сферах развития филантропии, поддержки высшего образования, развития культурных и спортивных инициатив.

### **Задачи:**

- Привлечение заявителей на конкурсы;
- Повышение качества заявок, подаваемых на конкурсы;
- Привлечение аудитории на мероприятия Фонда;
- Развитие сообщества Фонда;
- Подтверждение экспертности Фонда (в том числе через распространение знаний и лучших практик);
- Информирование общества о деятельности Фонда.

### **Полезное действие социальных сетей Фонда:**

На этапе формирования подхода необходимо определить, какую ценность для подписчиков несет коммуникация в социальных сетях, для чего аудитории каналы Фонда как продукт.

Ядро аудитории Фонда — это заявители на грантовые конкурсы, их главная потребность — получение гранта.

Получить грант ← Подать качественную заявку на конкурс ← Узнать о технических тонкостях подачи заявки ← Подготовить потенциально успешный проект ← Обладать необходимыми знаниями и навыками ← Узнать о направлениях поддержки Фонда в целом и открытых конкурсах в частности

Главная ценность для подписчиков — возможность узнать о конкурсах, повысить свою компетентность, получить информацию, которая поможет стать грантополучателем Фонда, а также придумать и запустить успешный проект вне конкурса. Задача контента в

социальных сетях — помогать заявителям писать заявки и получать гранты, способствовать профессиональному развитию участников программ и повышению качества реализуемых проектов.

**Официальные страницы:**

<https://vk.com/potaninfoundation>

<https://ok.ru/group/64331514380529>

<https://t.me/fondpotanin>