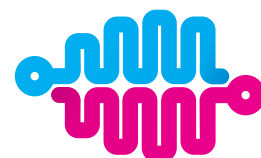




ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru



Название и формулирование вашего онлайн-проекта

Алексей Сидоренко, Владивосток, 28.04.2017

«Теплица социальных технологий» – это общественный образовательный проект, направленный на развитие сотрудничества между некоммерческим сектором и IT-специалистами.



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru



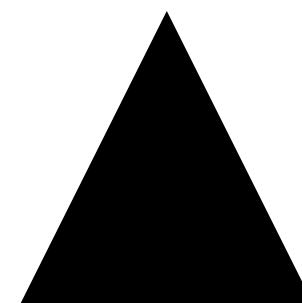
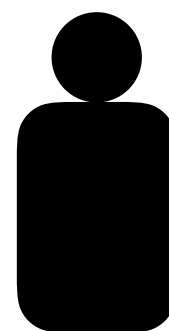
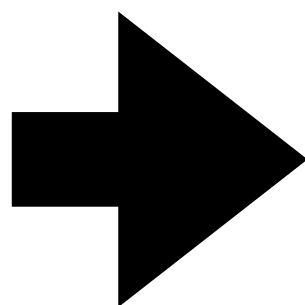
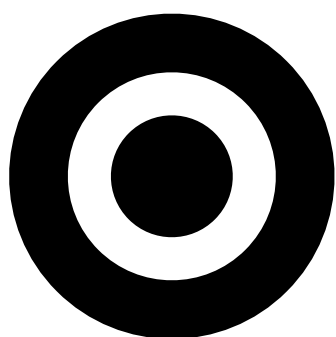
5 задач Теплицы (22 продукта)

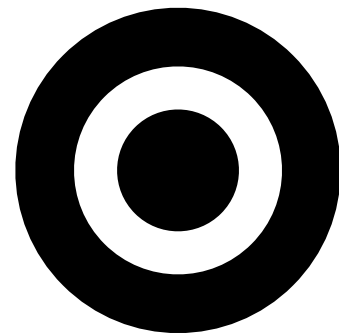
1. Разбудить воображение (3)
(Новости о новинках, хакатоны, митапы)
2. Обучить навыкам (6)
(Хакатоны, онлайн-курс, публикации, митапы, вебинары, скринкасты)
3. Дать инструменты (5)
(Лейка, ИТВ, Аудит, призы хакатонов, информация об инструментах)
4. Создать сети (4)
(Хакатоны, мастерские, митапы, Пасека)
5. Преобразовать третий сектор (4)
(Призы КМС, Результаты ИТ-Волонтера, Результаты Лейки, Пасека)



- 1. Какие социальные проблемы можно решить с помощью IT-инструментов и медиа?**
- 2. Какие социальные проблемы нельзя решить с помощью IT-инструментов и медиа?**







1. Цель проекта?



**Основная проблема,
которую вы хотите решить**

Проблема

- Это существительное
«Нехватка, дефицит, низкое
качество, недостаток
информирования»
- Четко сформулирована
- Предполагает наличие решения



Корневая и информационная

Корневая проблема – ее
решение запустит цепочку
изменений

Информационная – проблема
решается с помощью изменения
информационного баланса

Метод «5 почему»?

1. Докопаться до корневой проблемы
2. Докопаться до решения, подвластного журналистам

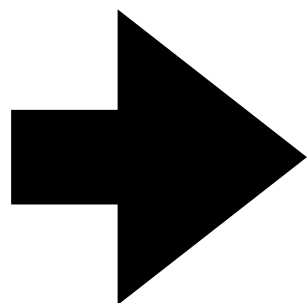


Является ли корневая проблема информационной?



Как сделать из неинформационной проблемы информационную?





2. Механизм решения?

Системный подход

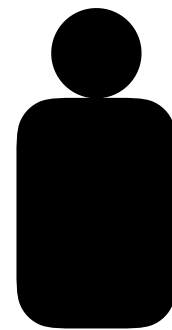
1. От кого зависит решение проблемы?
2. Кто находится рядом с проблемой?
3. Как на них можно повлиять?
4. Можно ли повлиять информационно?
5. Кто выиграет от решения проблемы?
6. Кто проиграет от решения проблемы?

Нарисуйте механизм решения



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru





3. Целевая аудитория

Целевая аудитория – это те люди, от
изменения мнения или поведения
которых могут начаться изменения

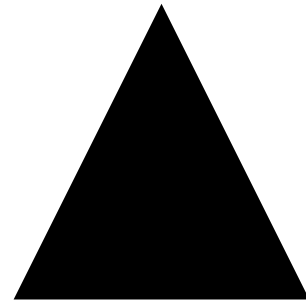
Пользователь – не вы!

Кто принимает решения?



Целевая аудитория

1. Комфортная (Знают про концепцию, доверяют, уже с вами)
2. Некомфортная
 1. Ничего не знают и знать не хотят
 2. Что-то знают, но уже против



4. Теория изменений

**Замените утверждения на
вопросы или гипотезы!**



Гипотеза - это предположение, что одно исследуемое явление оказывает то или иное влияние на другое, так что происходят определенные изменения. Это утверждение, что **если изменить какую-то переменную величину, то, как **следствие**, изменится и другая переменная.**

Человек **сможет зафиксировать
локальную проблему своего дома,
двора и района в публичном
пространстве на базе подробной
карты города и **наблюдать за ходом**
её решения.**

*А захочет ли? Когда захочет?
Почему с помощью карты?*



5. Как выбрать правильную технологию?



**Для многих мобильное приложение
– это как красный Феррари – хочется
и все. Но выбирать нужно с умом.**



Зачем вам карта?



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru

Типы общественных медиа-продуктов

1. Посадочные страницы (лендинги), Сайты общественных кампаний
2. Мобильные приложения
3. Чат-боты
4. Краудсорсинговые платформы, связывающие пользователей друг с другом
5. Виртуальная реальность
6. Гибридные онлайн-оффлайн решения

Функции и типы гражданских приложений



1. Для привлечения внимания к проблеме– «лендинг»





100000 RIDE TO CONQUER CANCER

JOIN US ABOUT THE RIDE YOUR IMPACT PARTICIPANTS REGISTER DONATE GET INFO

REGISTER TO RIDE

IN 2016

REGISTER NOW

 *Upcoming Events*

 *Join the Conquest in 2016*

 *Top Fundraisers of 2015*

<http://ab16.conquercancer.ca>

Give Cancer Survivors a Fighting Chance

Your gift helps people and families fighting cancer now.

\$25

\$50

\$100

\$500

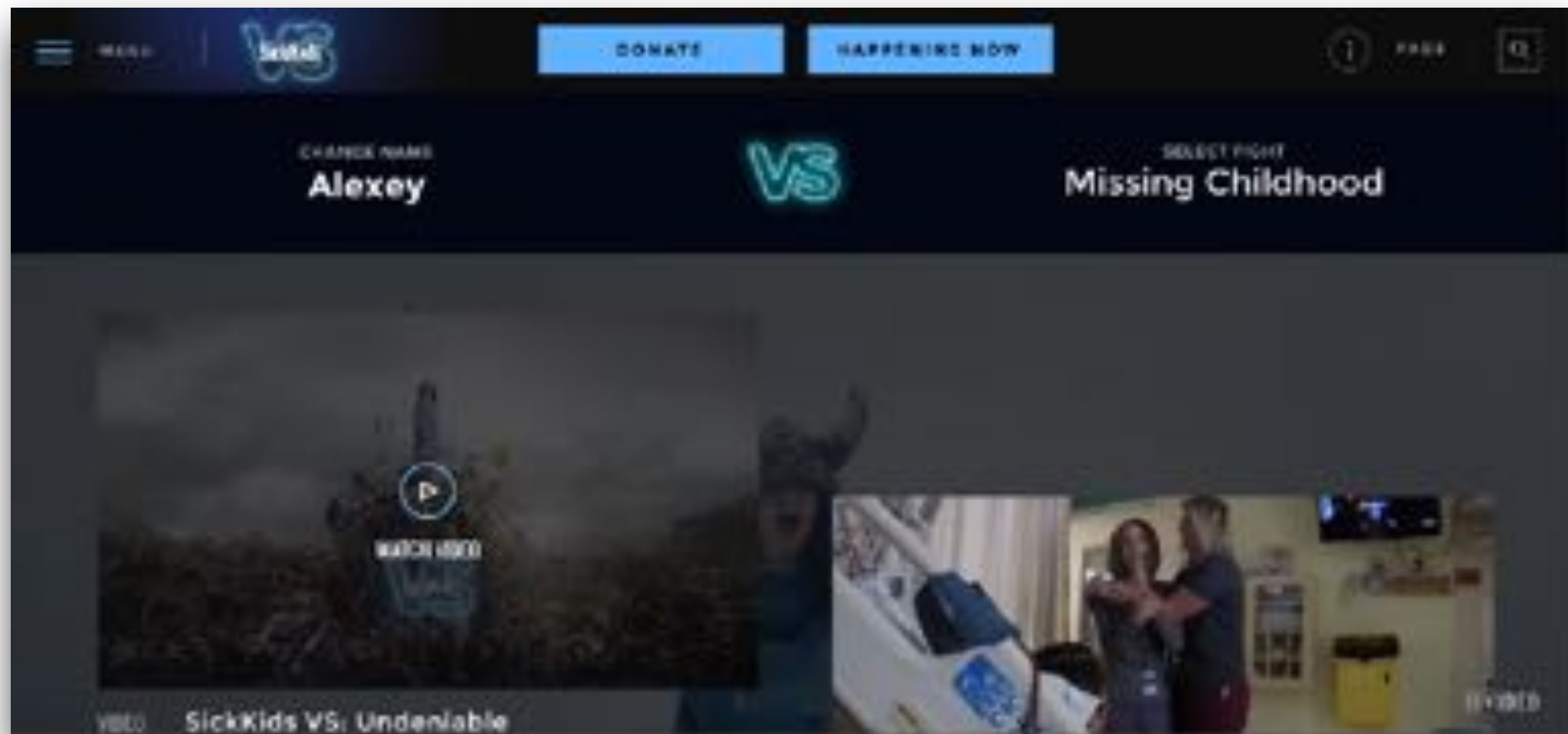
\$1000

Other

☐ Make this donation in honor or memory of someone.[Donate Now >](#)☐ Make this my monthly donation.

Join Team LIVESTRONG

<http://www.livestrong.org>



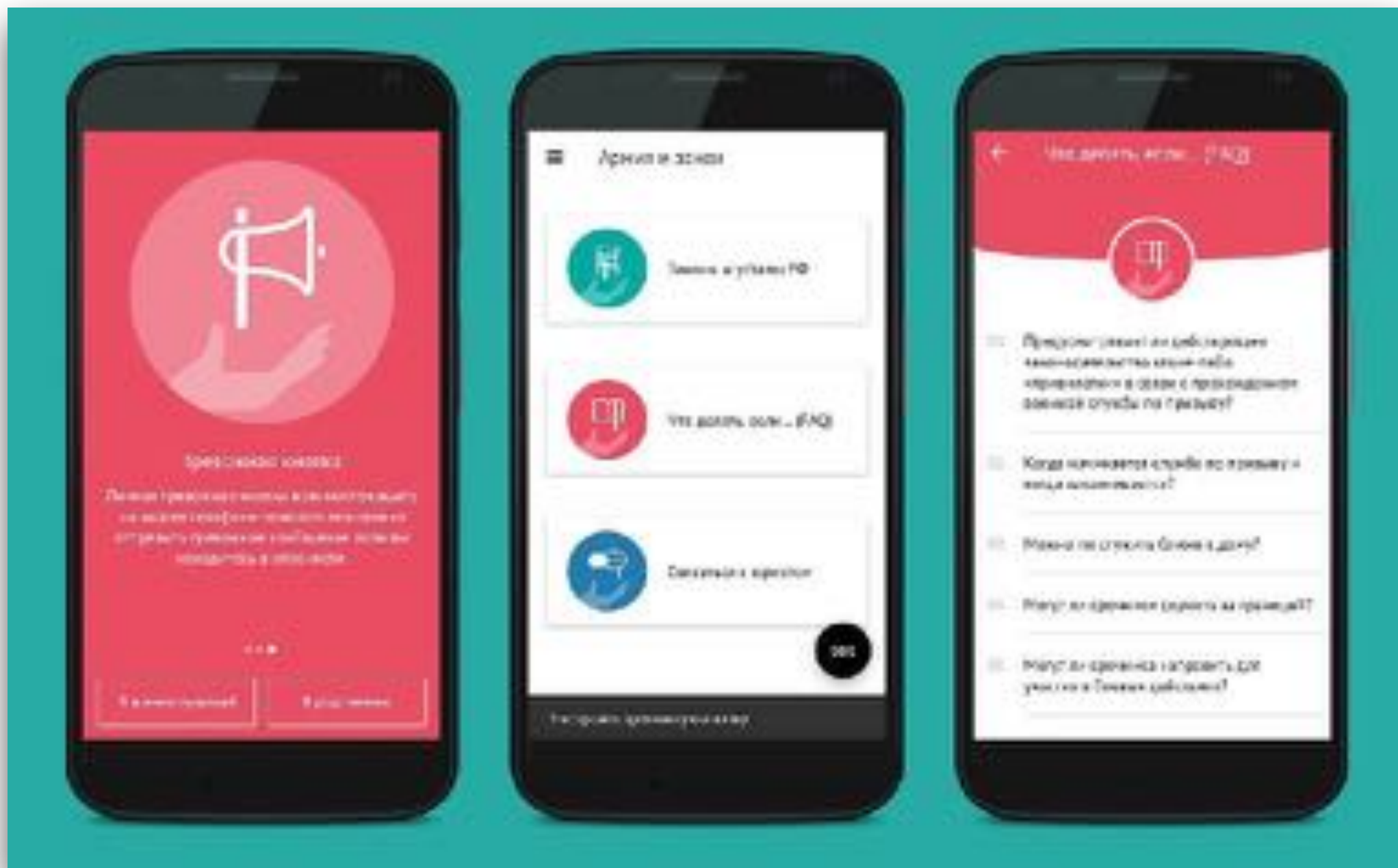
Landing pages



2. Когда нужно мобильное приложение

- Изменение поведения
- Нужен оффлайн-функционал
- Скорость работы чрезвычайно важна
- Нужны встроенные покупки
- Специфические функции





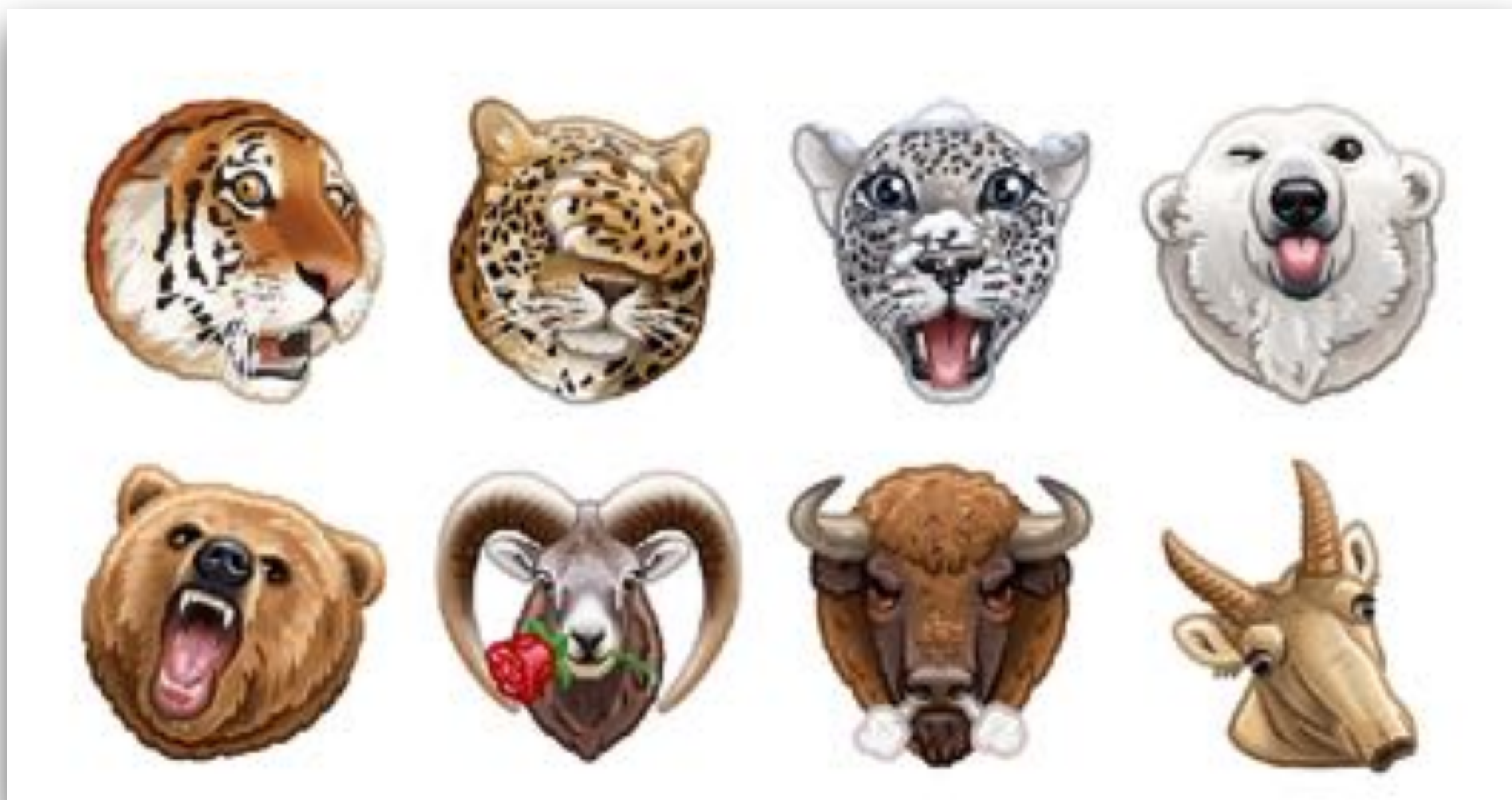
ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru

<https://te-st.ru/entries/soldiersmothers-armyandlaw-app/>

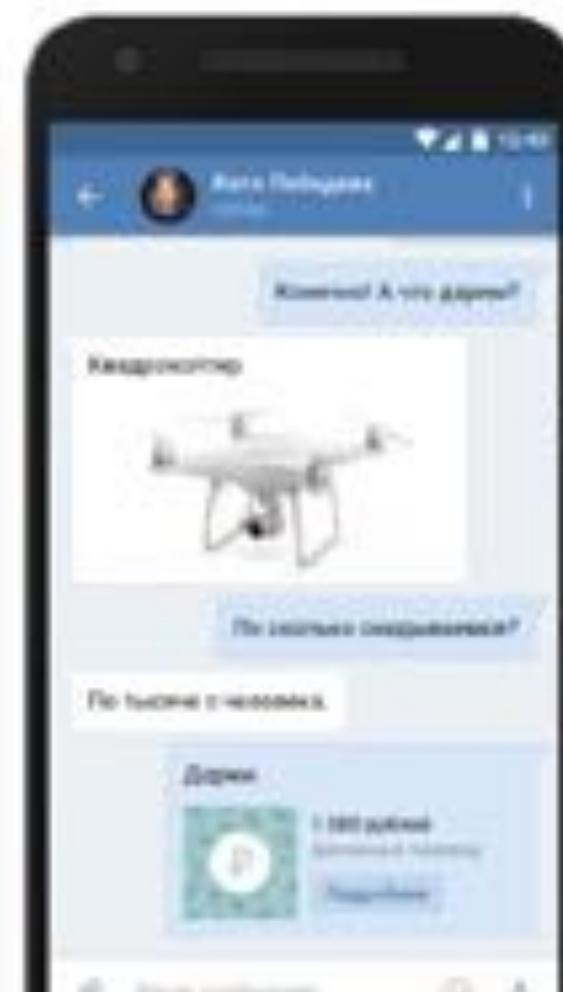


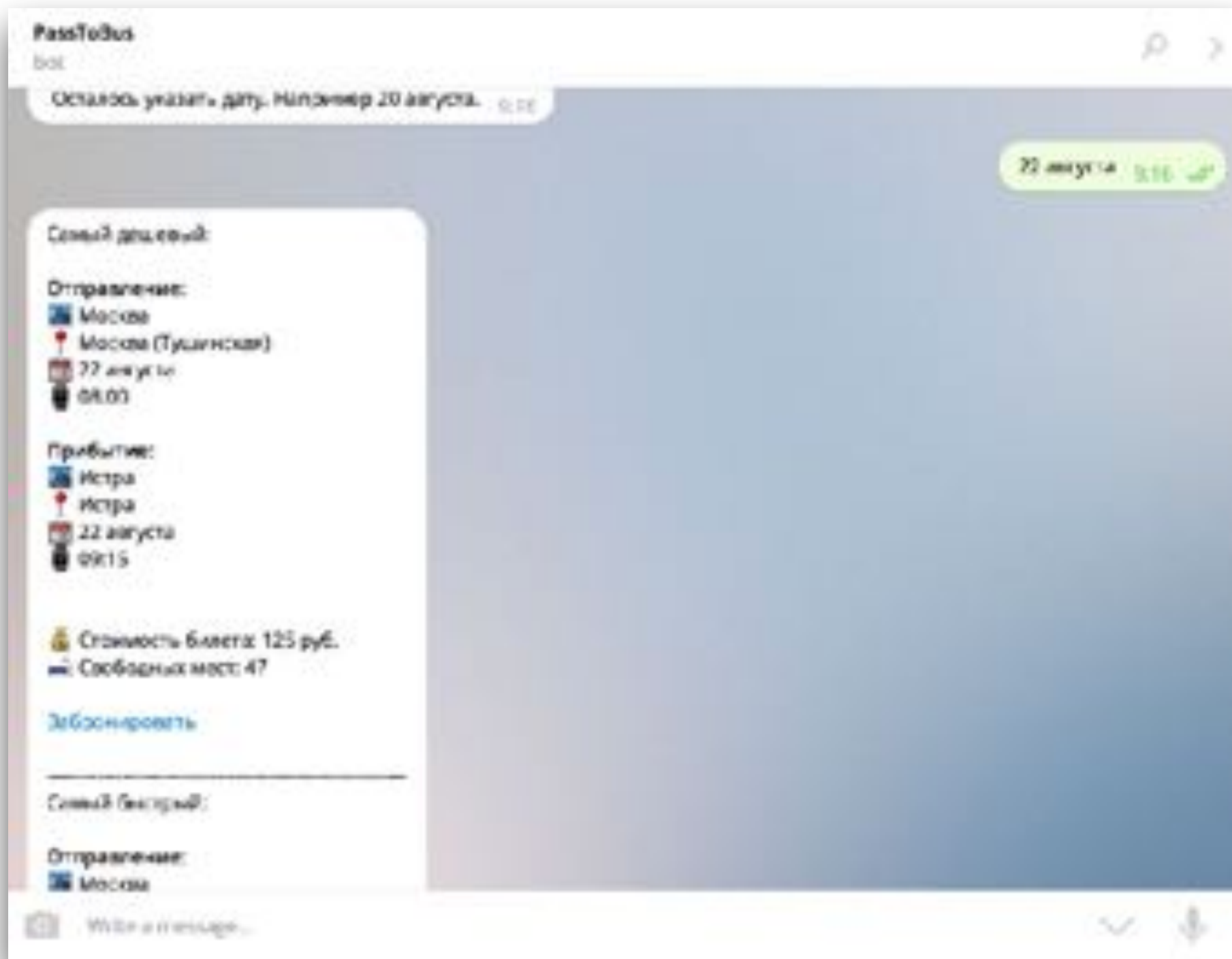
3. Чат-боты – для быстрого прототипирования и экспериментирования



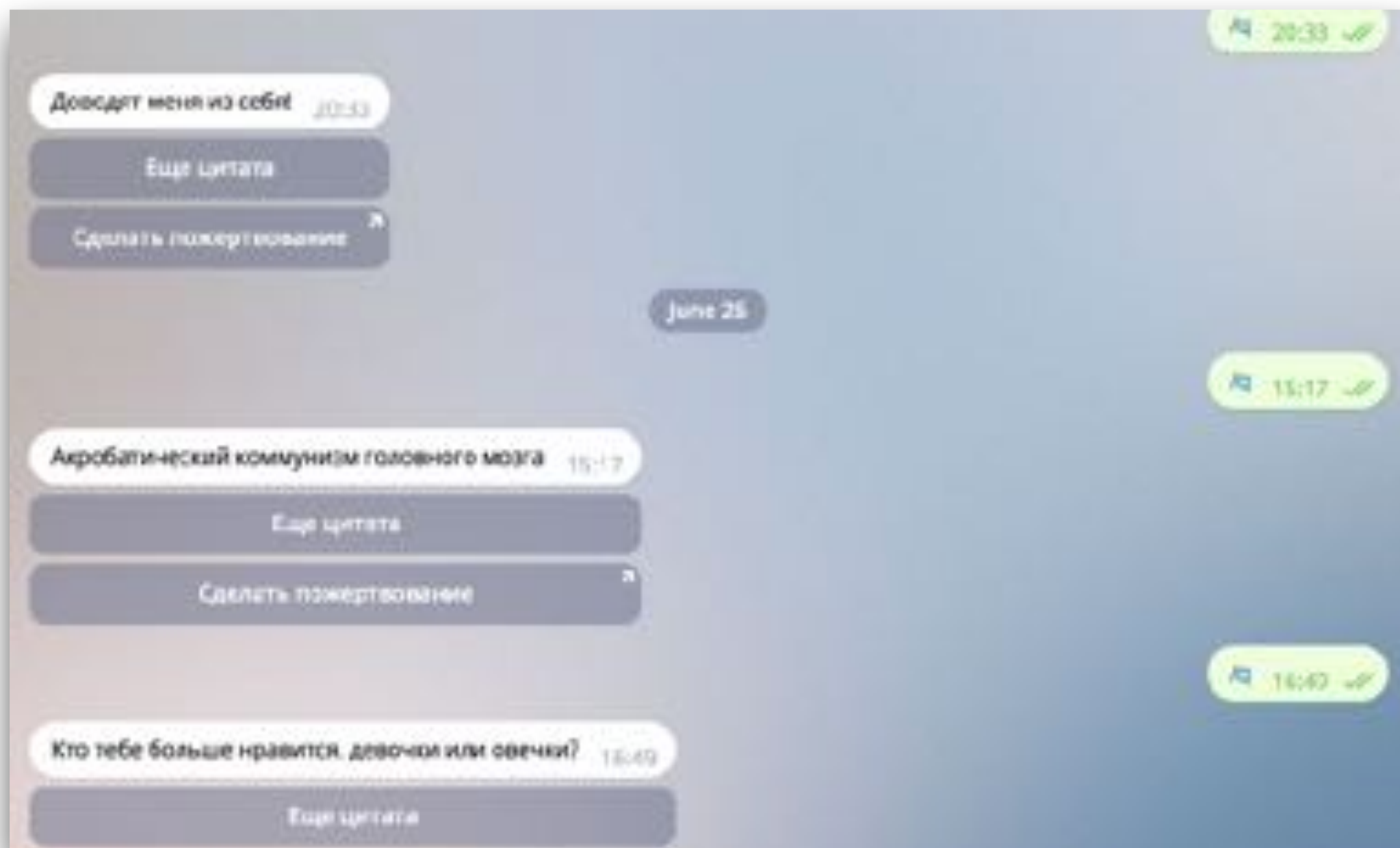


Сегодня мы запускаем услугу безналичных денежных переводов между пользователями. Отправляйте деньги в сообщениях, используя банковскую карту. Сервис работает в диалогах на сайте и в мобильных приложениях для Android и Windows Phone. Владельцам iPhone отправка переводов станет доступна вместе с ближайшим обновлением приложения, а получение переводов доступно уже сейчас.





Боты могут радовать цитатами

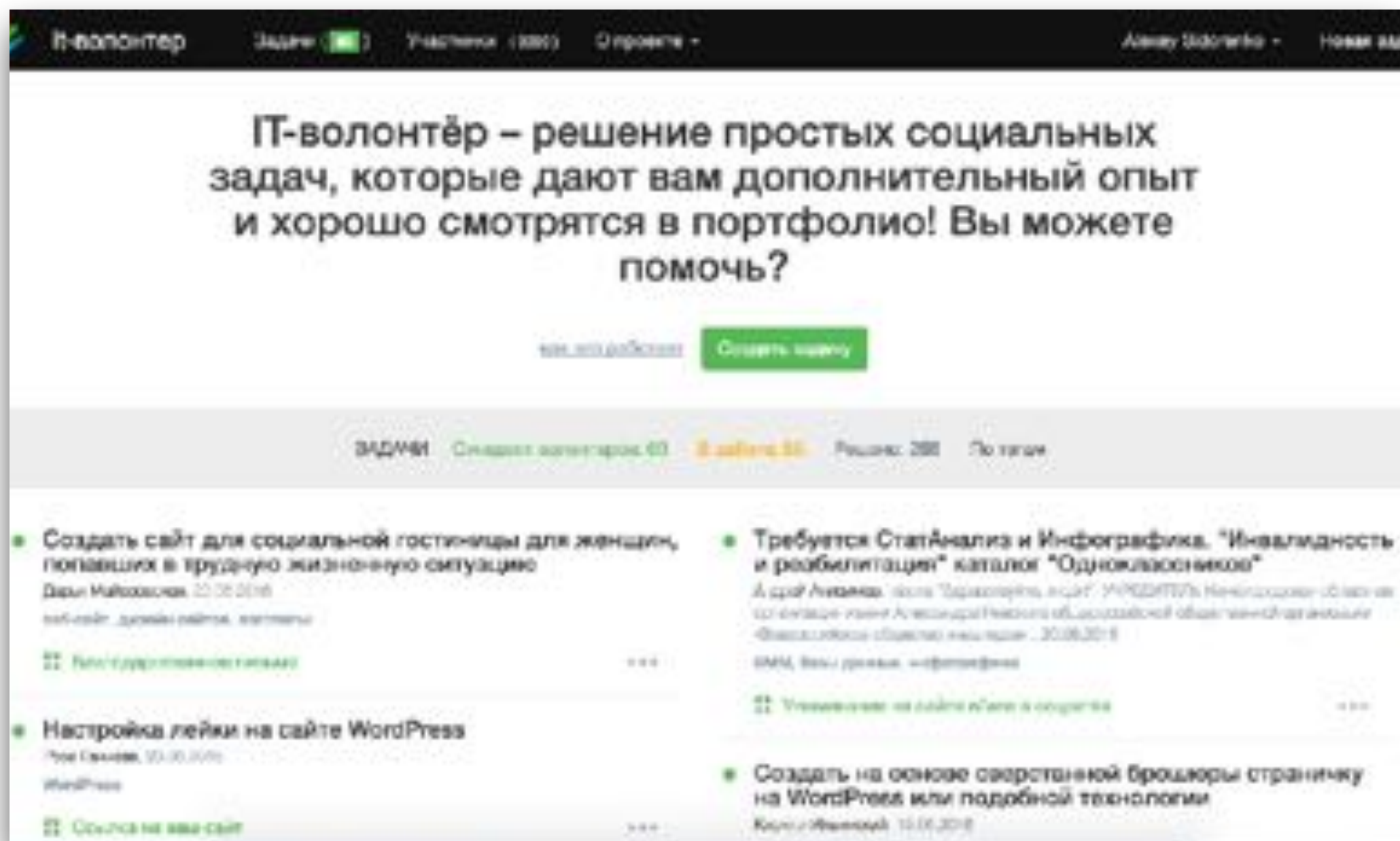


Чат-бот организации «Антон тут рядом» (Anton's Right Here bot)

4. Для снятия инфраструктурных ограничений – краудсорсинг

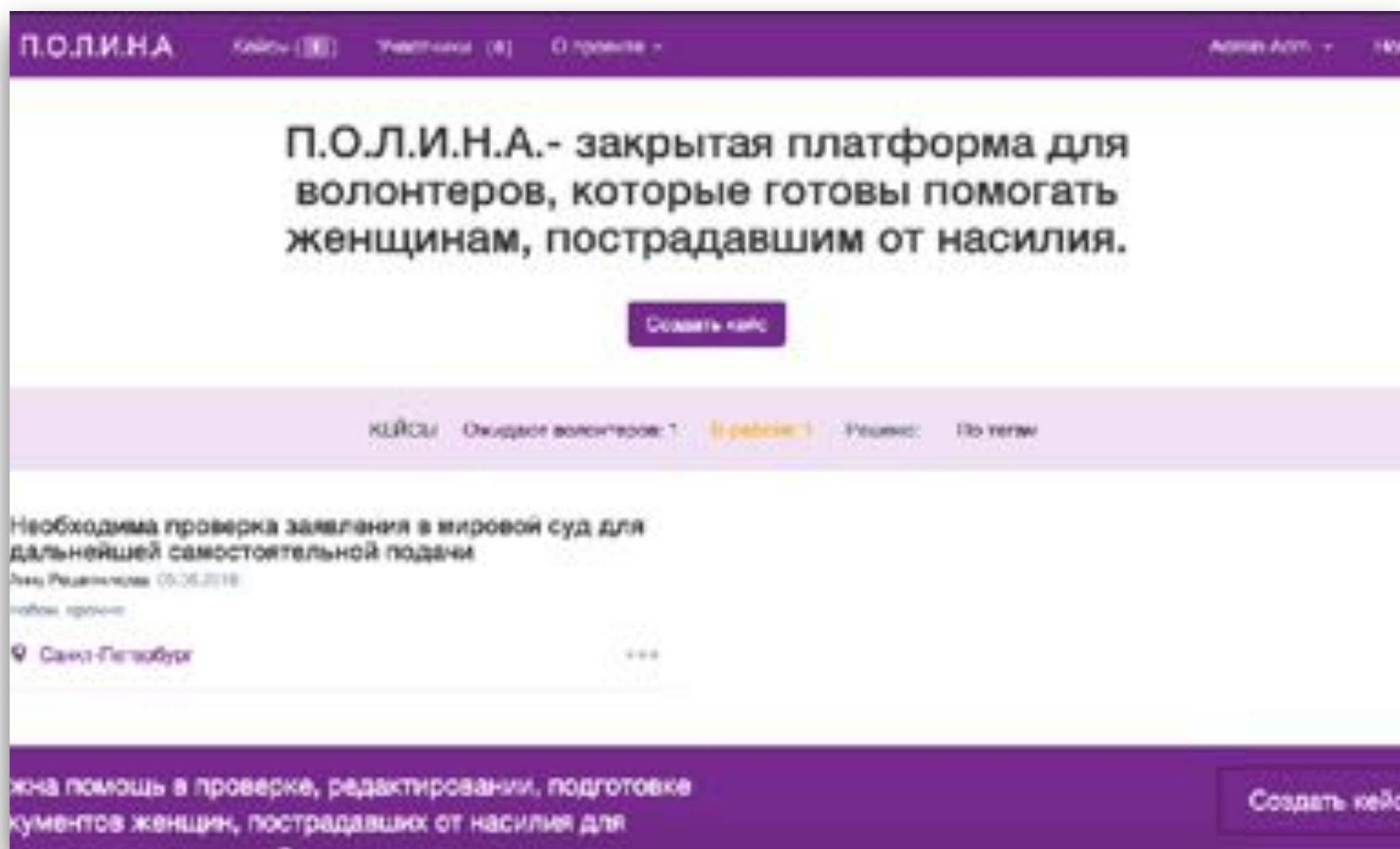


IT-волонтер



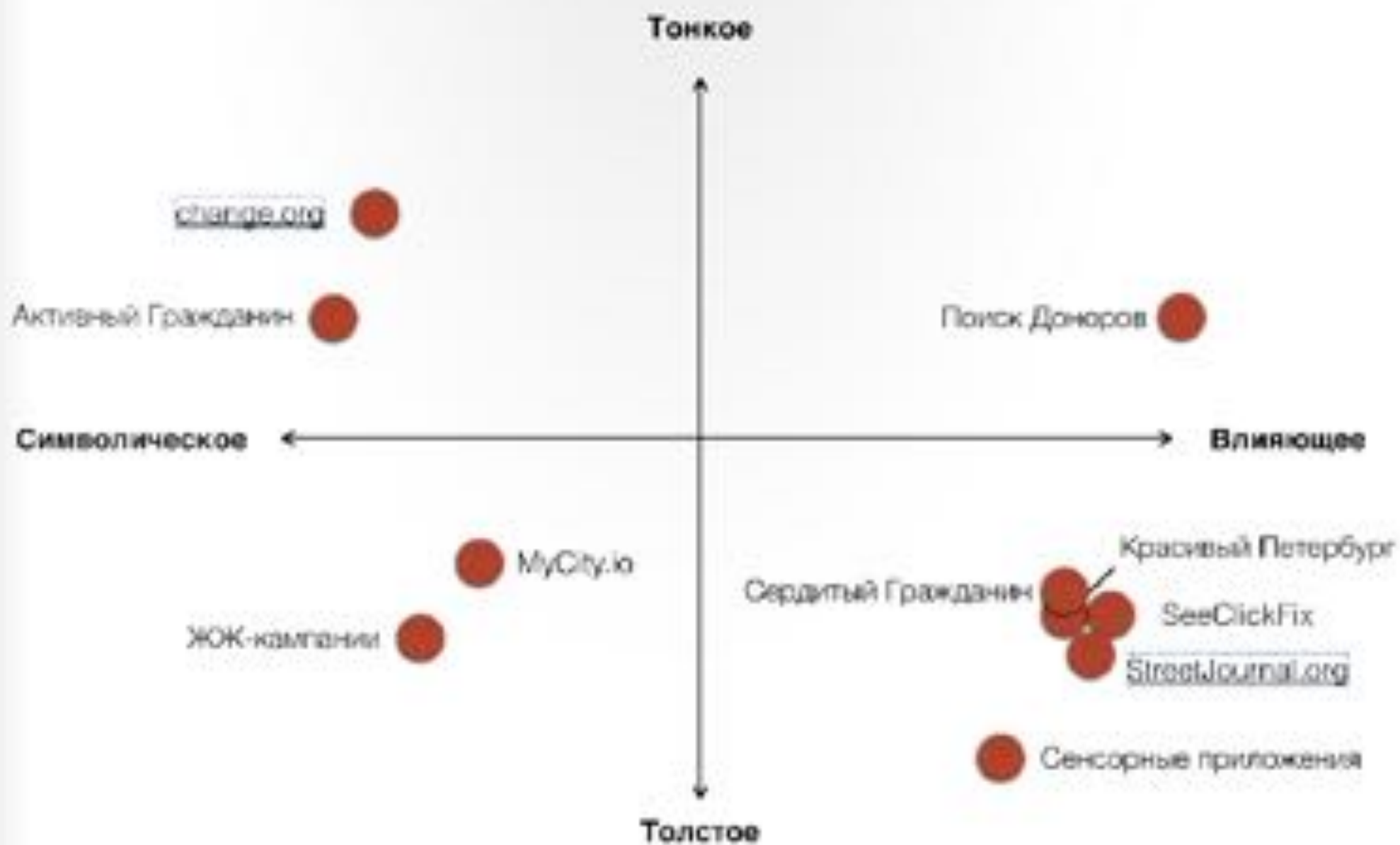
<https://github.com/Teplitsa/ITVolunteer>

Альтернативная версия создана за 5 часов



<https://github.com/Teplitsa/ITVolunteer>

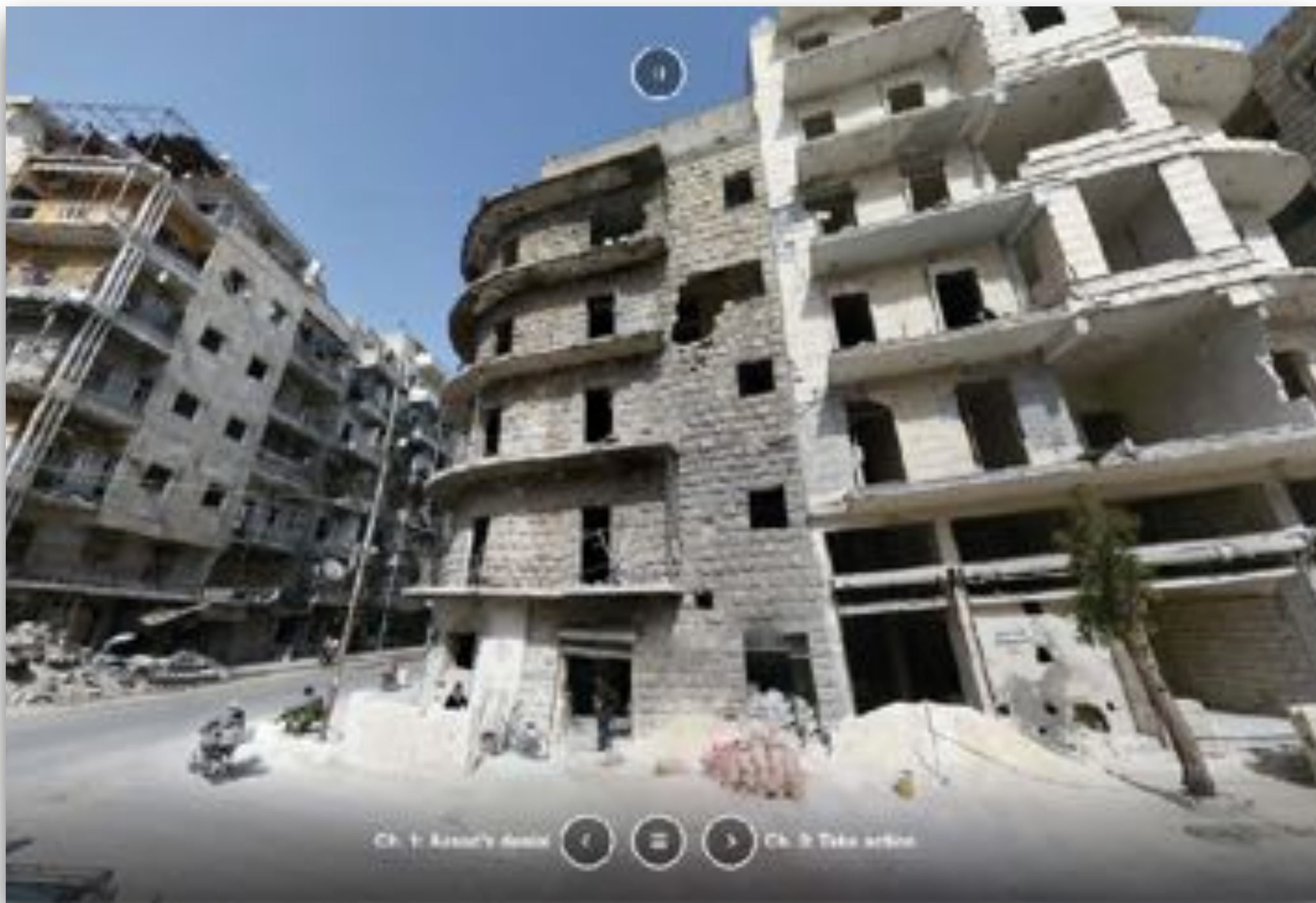
Городские приложения по типам взаимодействия



5. Виртуальная реальность и веб-доки – для увеличения эмпатии







ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru

<http://360syria.com/photosphere>

6. Гибридные онлайн- оффлайн решения





1
Заполните заявление
через форму на сайте или
используя файл с PDF файлом.



2
Скачайте и распечатайте
форму с заявлениям.



3
Скачайте и распечатайте форму
из сайта.



4
Приложите фотографии.



5
Паспорт ребенка готов.

СКАЧАТЬ

Скачать PDF и заполнить
самостоятельно.

ЗАПОЛНИТЬ

Заполнить паспорт на сайте и получить
готовый PDF для печати.



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru

<http://www.redballoons.ru/>



Выбор зависит от

- Функция IT-решения: какой эффект оно должно оказывать?
- Уровень образования и владения техникой
- Информационная «экосистема» пользователя (что когда и как они получают контент)



Социальный проект

1. Четкая формулировка соц.проекта как продукта
2. Создание гипотезы и метрики для проверки идеи
3. Создание прототипа проекта



6. Бренд



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru



Для чего нужен бренд?

Бренд – имя, термин, знак, символ или дизайн или комбинация всего этого, предназначенные **для идентификации** товаров или услуг одного продавца или группы продавцов, а также **для отличия товаров** или услуг от товаров или услуг конкурентов

Эффекты бренда

- Использование последовательного визуального ряда;
- Формирование эмоциональной связи;
- Отражение ценностей проекта;



Какие знаменитые социальные бренды вы можете знать?



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru





ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru





ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru





ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru



7. Название



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru



Требует изменения названия

F

Happy Animals

www.happyanimals.by/ ▼

Силикогелевые наполнители для кошачьего туалета премиум класса Happy animals. Высокая впитываемость, без пыли, контроль запаха. Широкий ...

FTP (англ. File Transfer Protocol — протокол передачи файлов) — стандартный протокол, предназначенный для передачи файлов по TCP-сетям (например, Интернет). Использует 21-й порт. FTP часто используется для загрузки сетевых страниц и других документов с частного устройства разработки на открытые сервера хостинга.

FTP — Википедия

<https://ru.wikipedia.org/wiki/FTP>

Подписчик... • Сетевые ресурсы



Сергей Никитин "Каждый выбирает для себя" - YouTube

<https://www.youtube.com/watch?v=Ygc-dw5Mb8>



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru



Хорошее название

- ~~Понятное~~ **Резонирующее** с вашей целевой аудиторией;
- Короткое;
- Вы можете продиктовать его по телефону;
- Оно отражает вашу миссию.

За каждое слово «**добрый**» в
названии соц.проекта где-то
умирает в мучениях **10 котят**



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru



За каждое слово «**благо**» в
названии соц.проекта где-то
умирает в мучениях **20 котят**



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru



8. Теглайн



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru



Теглайн – краткое описание вашего проекта в одном предложении

Сайт о [чем-то самом важном]



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru



Сервис
[делания чего-то]
для
[чего-то хорошего]



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru



**[Помоги/сделай] что-то
важное ([вместе с нами])**



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru



9. Логотип

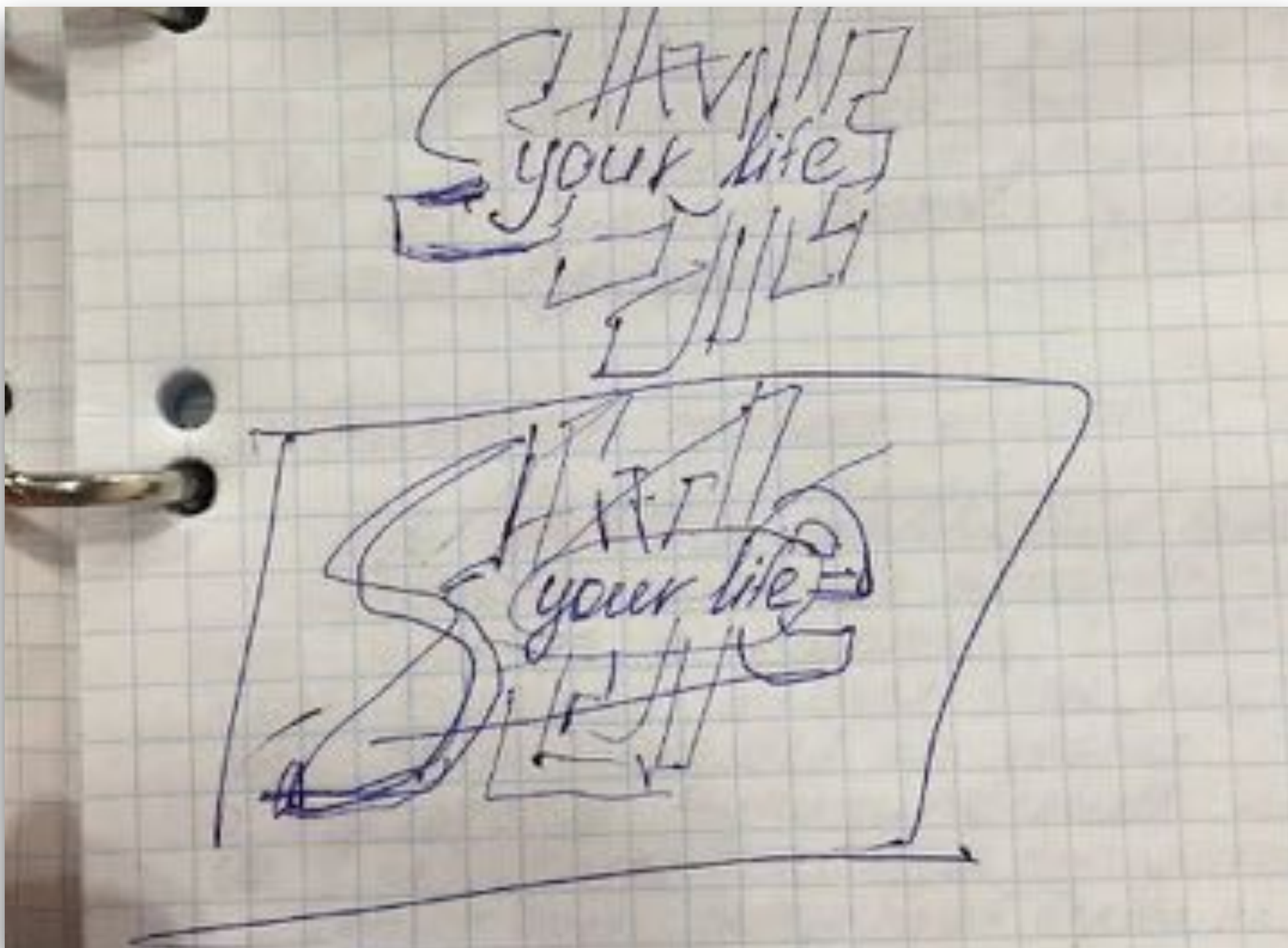


ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru



MVP логотипа – Всего 2 вещи!

- Символ
- Шрифт



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru



Эскиз одного из логотипов хакатона

Style
your life



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru



В гугле не забанили:
«как векторизовать изображение?»

Примеры: логотипы за 30 минут



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru





Портал уличных мастерских
для детей



ОТКРЫТЫЙ ПУТЬ

Сбор данных о барьерах

МОЛОТОВ

4145



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru





Ту-тук

Сервис напоминаний и контроля за пресс-службами



ХАКАТОНОВ

Сервис для мотивации команд
разработчиков

В гугле не забанили?

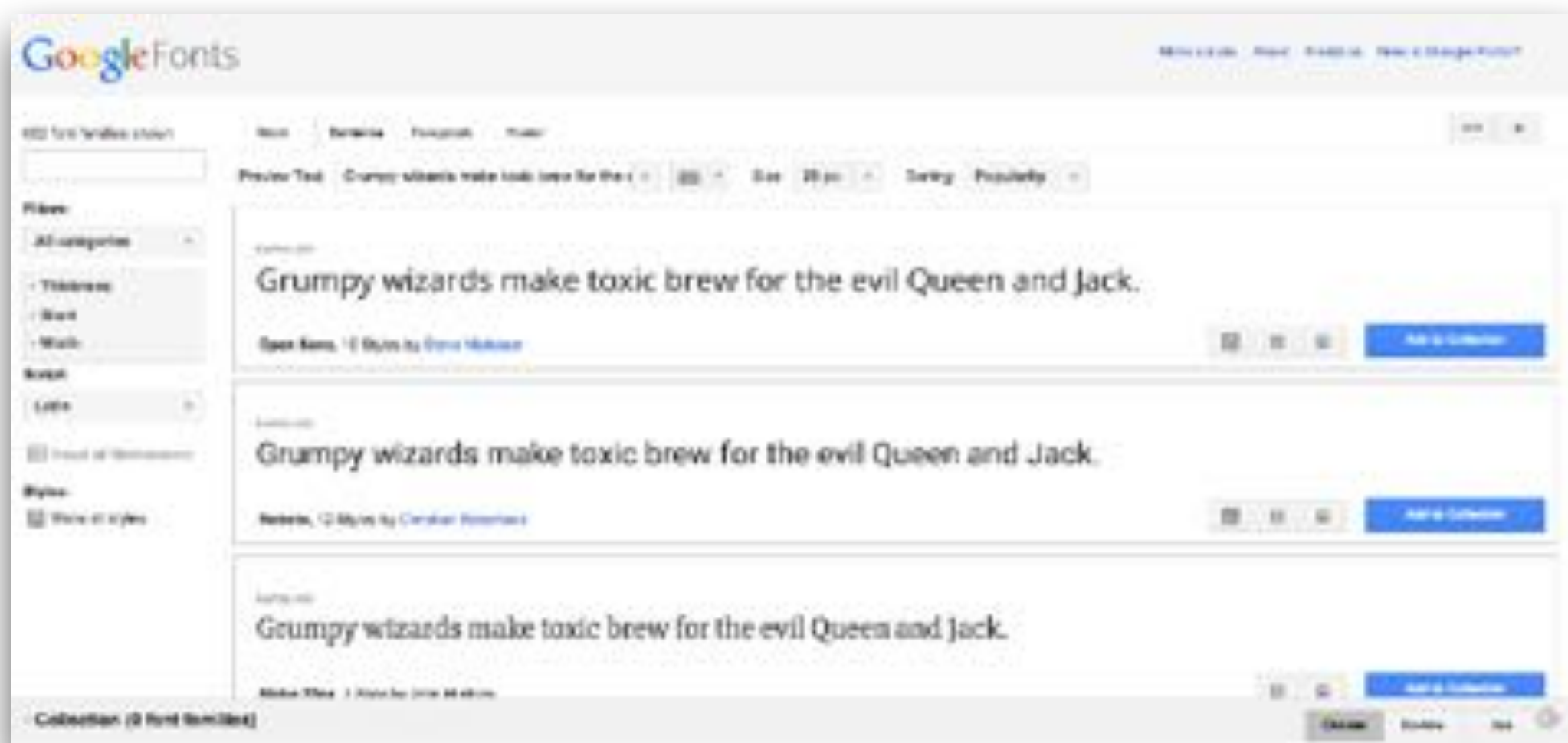
Ищите:

**«БЕСПЛАТНЫЕ
КИРИЛЛИЧЕСКИЕ
ШРИФТЫ»»**



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru





ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru



<http://www.google.com/fonts>

YOU CAN BUY COMMERCIAL FONTS

< **CHOCOLATES** >

by **TYPE TYPE**

OR

DOWNLOAD FREE FONTS

< **FRENCHPRESS** >

by **YAROSLAVA SADOVNIKA**



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru



jovanny.ru

Почитать о шрифтах для соц.проектов

- <http://te-st.ru/2013/01/24/ngo-website-webfonts/>
- <http://te-st.ru/2015/02/20/free-cyrillic-fonts/>
- <http://te-st.ru/2014/02/14/how-typography-affects-conversions/>





ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru



<https://thenounproject.com/>



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru



<https://inkscape.org/ru/>



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru



<https://www.youidraw.com/#>

10. Microcopy



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru



1. Краткое описание (140 символов)



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru



2. Среднее описание (1 параграф)



3. Длинное описание (3 параграфа)



Ответьте на 11 вопросов:

1. Есть ли у моего проекта бренд?
2. Идентифицирует ли он мой проект?
3. Выделяет ли среди других?
4. Создает ли эмоциональную связь?
5. Отражает ли ценности и миссию?
6. Не содержит ли слова «Добрый»? Слово «Благо»?
7. Название краткое и его можно продиктовать по телефону?
8. Есть ли теглайн?
9. Есть ли логотип в векторе?
10. Понятен ли он в черно-белом варианте?
11. Понятен ли логотип в размере 1 на 1 см?



ТЕПЛИЦА
СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ
te-st.ru