

**UAVOICE**

**АГЕНЦІЯ  
СТРАТЕГІЧНИХ  
КОМУНІКАЦІЙ**

ПРО НАС



# Засновниці агенції — Ольга Сидій та Анастасія Машевська

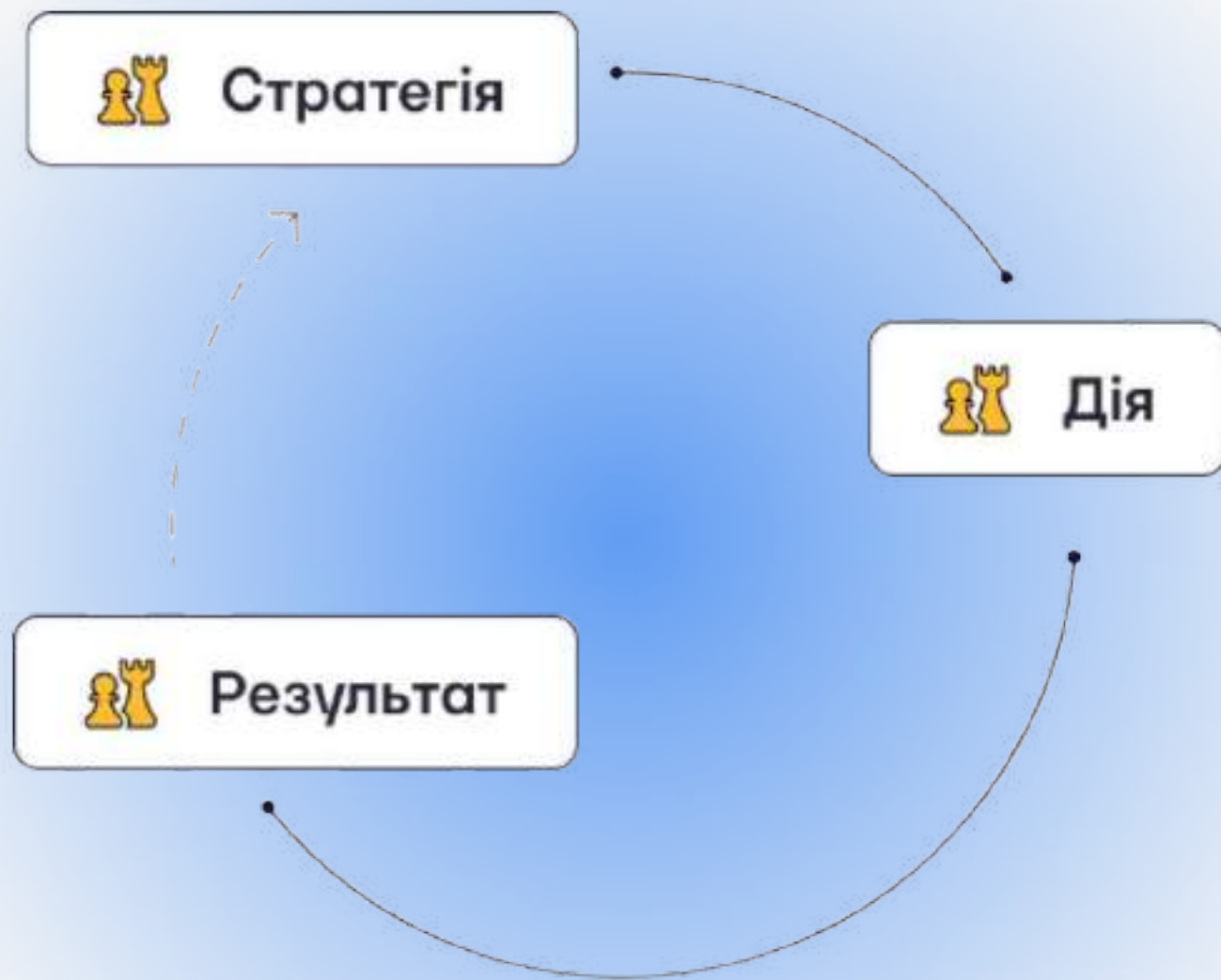
Громадські активістки та спеціалістки у сфері комунікацій та маркетингу із загальним досвідом понад 7 років.

Наша місія — через стратегічні комунікації посилювати ініціативи громадянського суспільства, впливати на суспільно важливі рішення, державні інституції та підтримувати соціальну відповідальність бізнесу.



**Об'єднуймо зусилля для  
того аби голос України  
звучав на весь світ!**

# Чим ми можемо бути корисні



- Стратегії комунікації та фандрейзингу
- Адвокаційні кампанії та PR
- SMM та цифровий маркетинг
- Брендинг та візуальна ідентичність
- Розробка вебсайтів та лендінгів
- Медіаконтент та відеопродакшн
- Менторинг та консалтинг
- Організація та просування заходів

# Нам довіряють



APPS | Український  
Католицький  
Університет



Сили Оборони  
України



Правотворець



Підрозділ  
Signum



GloryUA



Українська  
Гельсінська спілка  
з прав людини



Офіс Ради Європи  
в Україні



Рух  
Опору  
Капітуляції



Мережа захисту  
національних інтересів  
«ANTS»



Стійка  
Україна



Карітас  
України



Gazeta.ua



ІСАР ЄДНАННЯ



Університет  
ім.І.Франка

# Нам довіряють



Клуб активного відпочинку KAVA



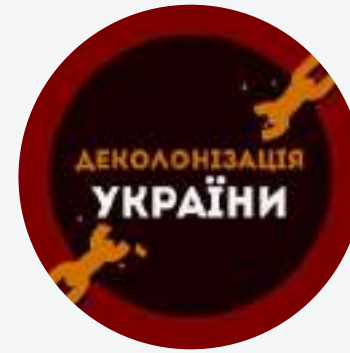
Молодіжний  
Націоналістичний  
Конгрес



Голос Львівщина



Фундація Вільні  
Люди



Деколонізація

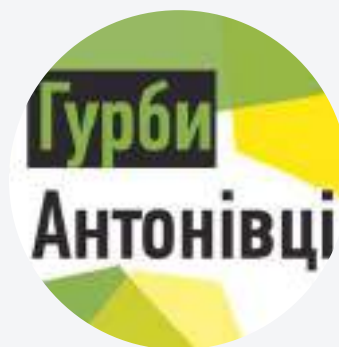


Ініціатива секторальної  
підтримки громадянського  
суспільства



Бізнес школа  
СуперЛюди

## У сфері неформальної освіти та молодіжних заходів:



**Кейси**

КЕЙСИ

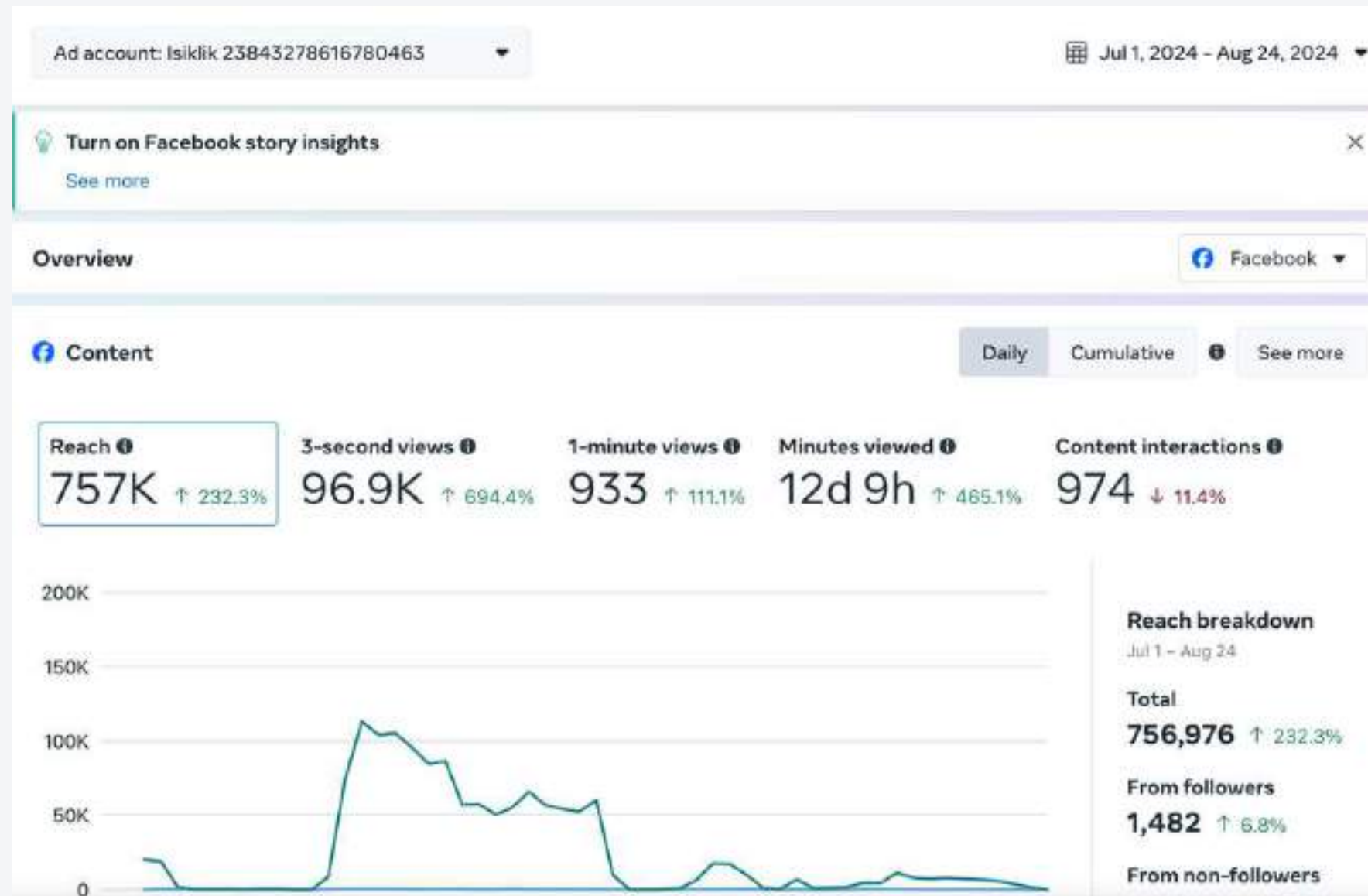
# Український католицький університет (УКУ)

## Завдання

- За 1,5 місяці залучити до навчання на сертифікаційні та магістерські програми ІТ спеціалістів та студентів.
- Підвищити впізнаваність Факультету прикладних наук в соціальних мережах.
- Забезпечити візуальне представлення та поширення серед тематичних ІТ спільнот.
- Автоматизувати реєстрації на вебінари та програми.
- Зробити оптимізацію та рерайтинг сторінок на сайті DataX.



# Результат



- Охоплення понад 1 млн людей з інформацією про навчальний курс. Приріст охоплення FB сторінки + 232%.
- За 1,5 місяця отримано понад 80 заявок на навчання, з яких успішно пройшли співбесіду ≈50 IT спеціалістів на різні програми факультету завдяки цільовим інформаційним кампаніям (SMM, Email маркетинг).
- Налагоджено інформаційне партнерство з тематичними виданнями і Телеграм каналами.
- Автоматизовано комунікацію через Телеграм бот.



# Декриміналізація виробництва озброєння

## Результат:

- Петиція до Президента України успішно набрала понад 25 тисяч підписів.
- Проведено пресконференцію із залученням ЗМІ щодо представлення законопроекту #11073.
- Висвітлено проблематику в соціальних мережах та ЗМІ із загальним охопленням понад 500 тис. переглядів.

Головна > Усунути перешкоди виробництву боєприпасів для ЗСУ

№22/213562-еп

### Усунути перешкоди виробництву боєприпасів для ЗСУ

👤 Автор (ініціатор): Ореховський Микола Леонідович  
➕ Дата оприлюднення: 20 грудня 2023  
💬 Дата відповіді: 01 березня 2024

[ВІДПОВІДЬ НА ПЕТИЦІЮ](#) | [ТЕКСТ ПЕТИЦІЇ](#) | [ПІДПИСАНТИ](#)

Успішно підтримано

3 відповіддю

Збір підписів завершено

Відповідь Президента України на електронну петицію № 22/213562-еп «Усунути перешкоди виробництву боєприпасів для ЗСУ», розміщену адвокатом, керівником Благодійної організації «МБФ «Глорі Юей» М.Л.Ореховським та оприлюднену 20 грудня 2023 року на вебсайті Офіційного інтернет-представництва Президента України

СУТЬ ЗВЕРНЕННЯ:  
Усунути перешкоди виробництву боєприпасів для ЗСУ

# Законопроект №11073



## Завдання

- Провести адвокаційну кампанію, спрямовану на підтримку законопроекту з декриміналізації виробництва озброєння для Збройних Сил України (ЗСУ).
- Підвищити обізнаність суспільства та ключових зацікавлених сторін щодо необхідності ухвалення цього законопроекту.
- Залучити підтримку народних депутатів та громадськості для сприяння швидкому розгляду і прийняттю законопроекту.

## Результат:

- Організовано та проведено пресконференцію із залученням народних депутатів.
- Розміщено інформаційні матеріали у провідних тематичних спільнотах, поширено новини про кампанію в національних та регіональних медіа.
- Підготовлено та розповсюджено відеоматеріали, які висвітлюють проблематику декриміналізації виробництва озброєння для ЗСУ.

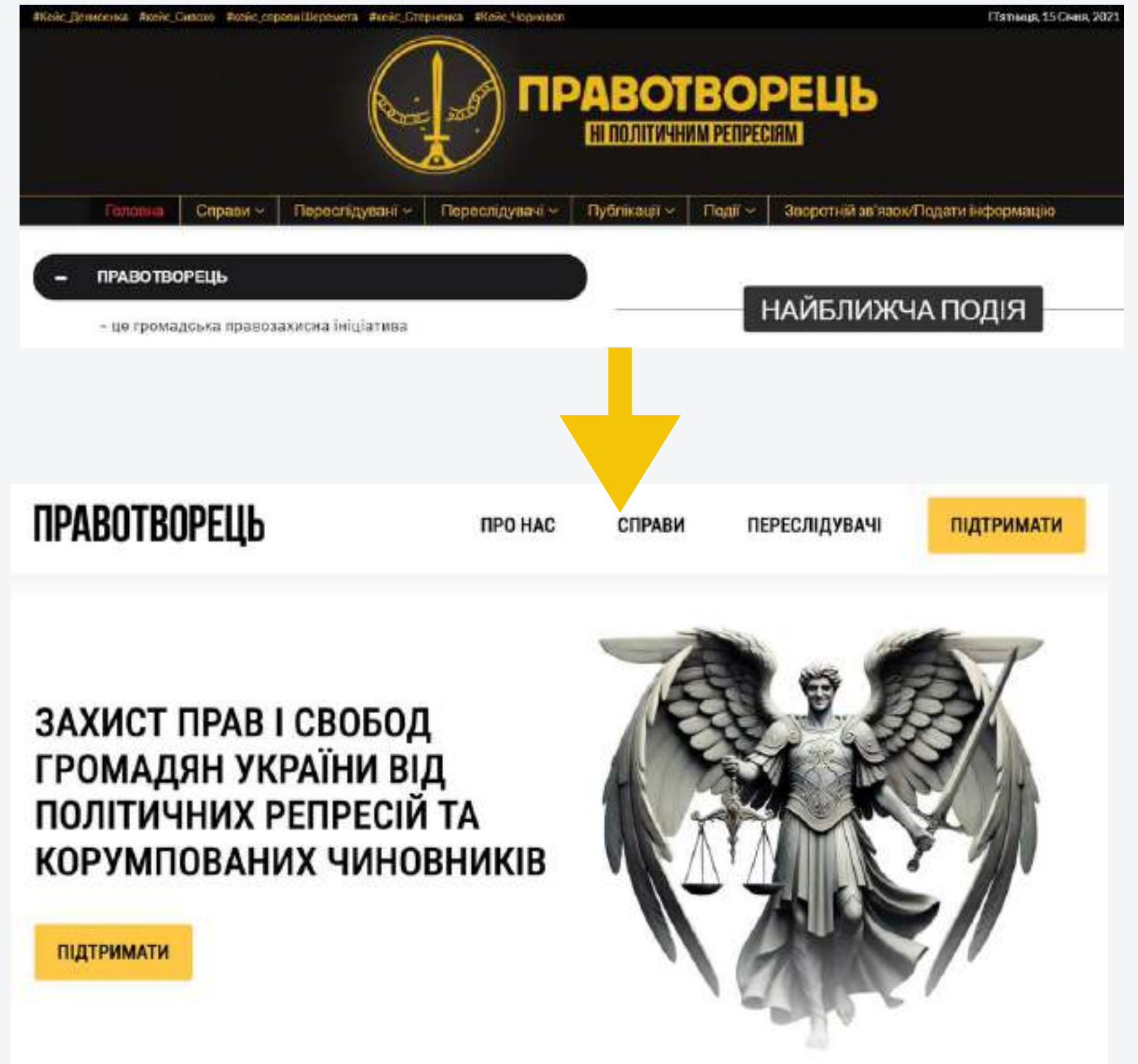
КЕЙСИ | САЙТ

# Правотворець



## Завдання

- Створити сучасний, зручний і функціональний вебсайт.
- Брендинг правозахисної ініціативи - сформувавши візуальну ідентичність для "Правотворець".
- Оновити та активізувати сторінки "Правотворець" у соціальних мережах, розробити SMM-стратегію для підвищення активності та залучення нової аудиторії.



# Правотворець



## Результати

- Сайт отримав сучасний дизайн, оптимізований для мобільних пристроїв та швидкого завантаження.
- Покращилась навігація, що дозволило користувачам легше знаходити інформацію та взаємодіяти з контентом.

[Сайт](#)

## ПРАВОТВОРЕЦЬ

ПІДТРИМАТИ



### УСІ СПРАВИ



#### СПРАВА "ОДЕСИ"

Справа виробника озброєння та військового, внаслідок якої МВС заважає снайперам знищувати ворогів. В умовах нестачі боєприпасів...



#### СПРАВА ШЕРЕМЕТА

Справа проти Андрія Антоненка, Юлії Кузьменко, Яни Дугарь ("справа Шеремета")

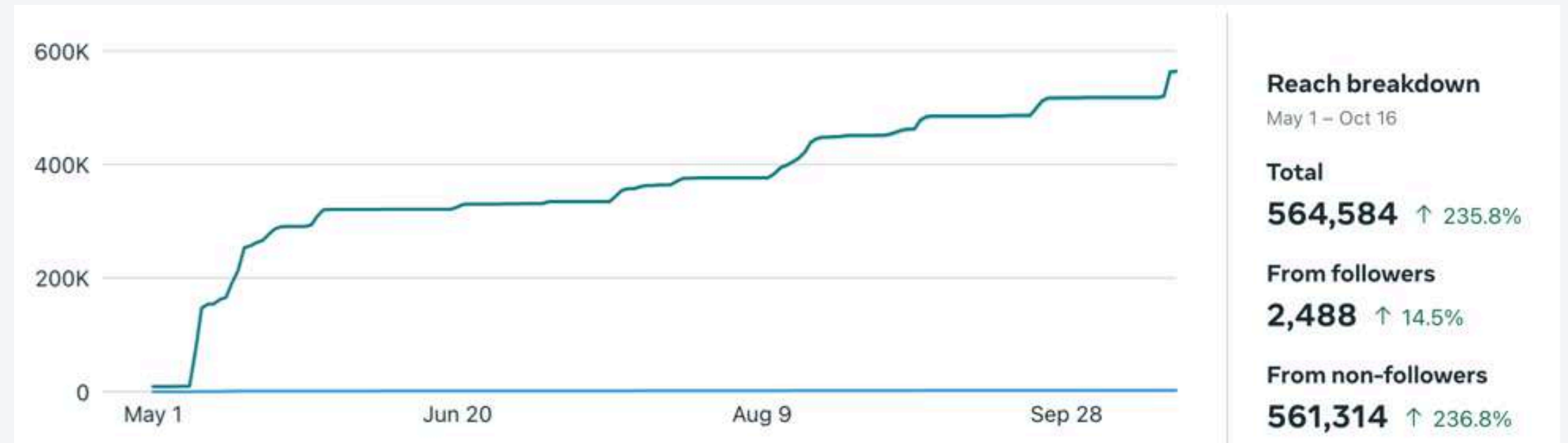
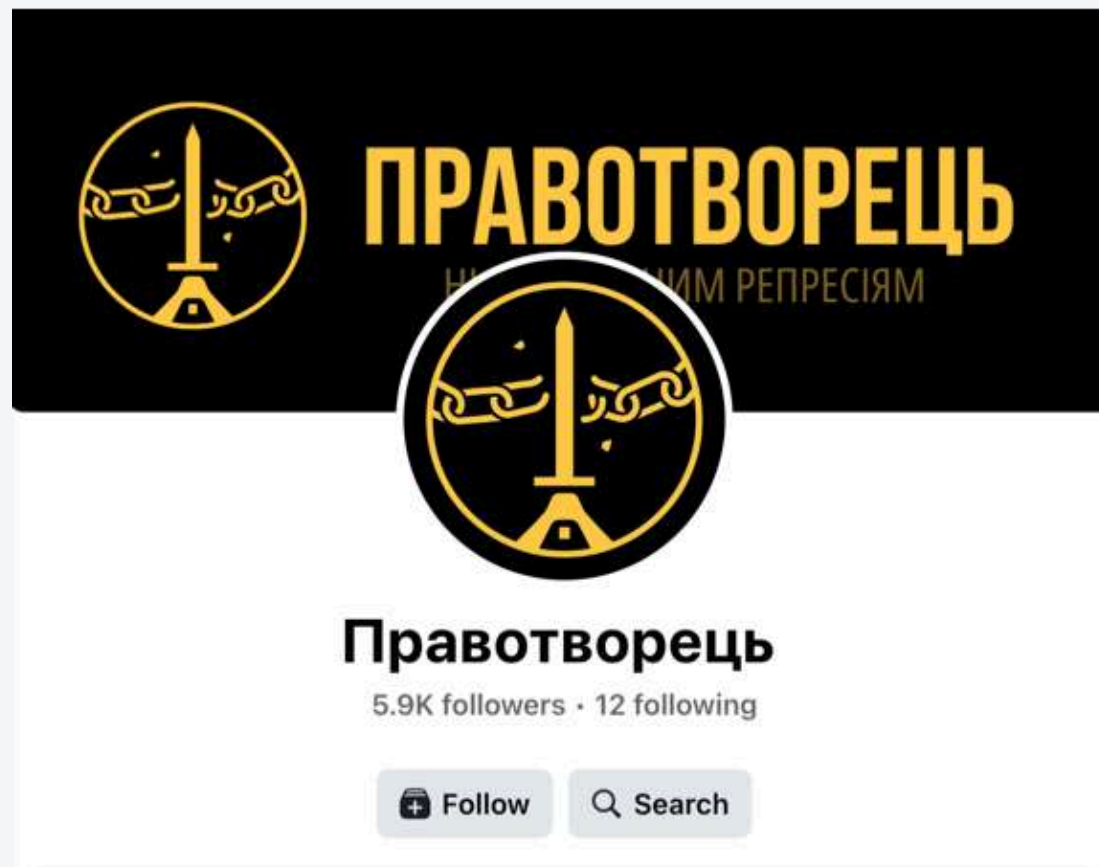


#### СПРАВА СТЕРНЕНКА

Сергій Стерненко – одеський громадський діяч, юрист та блогер. В Одесі на нього здійснили 3 напади, під час останнього Сергія поранив одного з нападників Івана

КЕЙСИ | САЙТ

# Правотворець



Facebook

Розроблена та впроваджена SMM-стратегія привела до збільшення підписників та активності аудиторії.

**Ріст охоплення аудиторії в соціальних мережах на 235% (період - 6 місяців)**

# Мобілізаційна кампанія в підрозділ Signum

## Завдання

- Провести мобілізаційну кампанію для залучення нових бійців до підрозділу Signum.
- Створити відео контент, який відображає місію, цінності та бойові завдання підрозділу для підвищення зацікавленості потенційних кандидатів.
- Запустити таргетовану рекламну кампанію для досягнення максимальної ефективності у залученні нових бійців.
- Розробити та виготовити мерч для партнерів та бійців, який би посилював почуття єдності та підтримував імідж підрозділу.
- Забезпечити повний супровід процесу мобілізаційного відбору, враховуючи алгоритми комунікації з кандидатами та організацію відбору.



# Мобілізаційна кампанія в підрозділ Signum

## Результати

- Створено серію відеороликів, які ефективно презентують підрозділ Signum, його місію та бойові досягнення. Відео контент був розміщений на офіційних каналах підрозділу в соціальних мережах.
- Запущено таргетовану рекламну кампанію в соціальних мережах.
- Розроблено та виготовлено фірмовий мерч.
- Завдяки злагодженій роботі команди кампанія успішно залучає нових бійців до підрозділу Signum.



КЕЙСИ | БРЕНДИНГ

# Корпоративний мерч

Для фонду GloryUA та підрозділу Signum







# Молодіжний Націоналістичний Конгрес

## Завдання

- Розробка та впровадження стратегії комунікації, що стимулювало б підвищення зацікавленості аудиторії та залучення нових учасників.
- Організація та проведення аналізу результатів комунікаційних кампаній та розробка рекомендацій для подальшого вдосконалення.
- Робота з медіа та журналістами, щоб забезпечити публікації та покриття подій МНК у медіа.
- Формування команди інформаційного центру центрального офісу та регіональних представництв.

## Результат:

- Підвищення впізнаваності бренду Молодіжного Націоналістичного Конгресу в соціальних мережах на 30%. Збільшення кількості підписників та підтримка аудиторії на 40%. Збільшення активності аудиторії та залучення нових учасників на заходах МНК на 50%.



# Молодіжний Націоналістичний Конгрес

## Результат:

- Покращення якості і кількості інформаційних матеріалів та ресурсів МНК на 70%.
- Підвищення рівня задоволення та залучення членів МНК до комунікаційних стратегій на 80%.
- Результативна співпраця з медіа та журналістами, що призвела до покриття подій МНК медіа на 90%.
- Покращено структуру та організацію інформаційних ресурсів МНК, що сприяло покращенню зручності користування та доступності інформації для аудиторії.

**IREX (рада міжнародних наукових досліджень та обмінів) у своєму дослідженні відзначила інформаційно-пропагандивну діяльність МНК як одну з найбільш впливових у молодіжному середовищі.**



# Анастасія Машевська

Експертка з Digital marketing та SMM. Понад 7 років практичного досвіду у стратегічних digital-комунікаціях, SMM та PR. Реалізувала більш як 30 проєктів у громадсько-політичній, освітній, благодійній, комерційній та новинній сферах.

4 роки досвіду навчання та менторингу у сфері веб-маркетингу.

За освітою - політолог.



КЕЙСИ | SMM СУПРОВІД



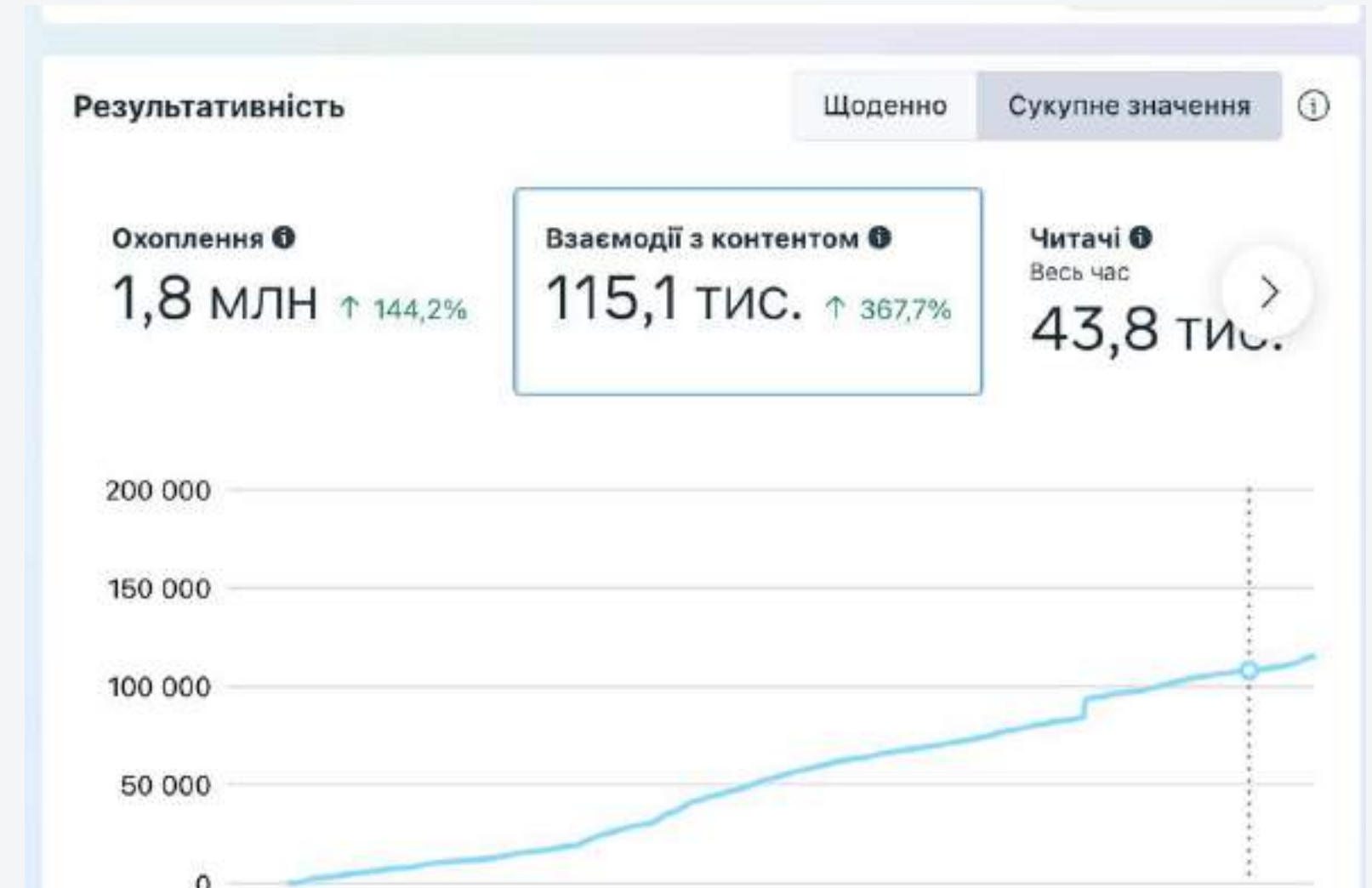
# Українська Гельсінська спілка з прав людини - УГСПЛ 2023-2024

- Створено єдиний візуальний стиль в інстаграмі та фейсбуці та інших соц.мережах, що сприяє легкому впізнаванню бренду.
- Створення додаткових каналів комунікації: розроблено та впроваджено канали у телеграмі, зокрема, один для юридичної тематики та інший для анонсів подій, тим самим розширюючи способи взаємодії з аудиторією.
- Оптимізація контенту: впроваджено стратегію оптимізації контенту, що призвело до підвищення органічної взаємодії.
- Проведення креативних конкурсів та розіграшів: успішне проведення креативних конкурсів та розіграшів, що призвели до збільшення зацікавленості аудиторії та підвищили взаємодію.
- Уніфікація регіональних сторінок за єдиним стилем та текстом, а також стандартизація відео на платформі YouTube.



# Українська Гельсінська спілка з прав людини - УГСПЛ 2023-2024

- Ефективний запуск таргетованої рекламної кампанії, що підвищило рівень ефективності та залучення цільової аудиторії.
- Ріст аудиторії та збільшення взаємодії: Підвищення кількості підписників з 12 тисяч до **42 тисяч**, а також зростання взаємодії на **370%** та збільшення охоплення на **145%**.
- Впровадження автоматичного месенджер-бота для швидкої та ефективної комунікації з клієнтами та аудиторією.



# Logos WMA Academy 2020-2021



- Розробка навчальної програми з акцентом на стратегії просування в соціальних мережах, контент-маркетинг, аналітику та управління репутацією.
- Проведення лекцій та практичних занять, що охоплюють ключові інструменти та техніки SMM.
- 85% студентів створили та реалізували власні SMM-проекти під час курсу та успішно отримали пропозиції на співпрацю.



**Топ 20 запитань**  
на співбесіду  
SMM менеджера

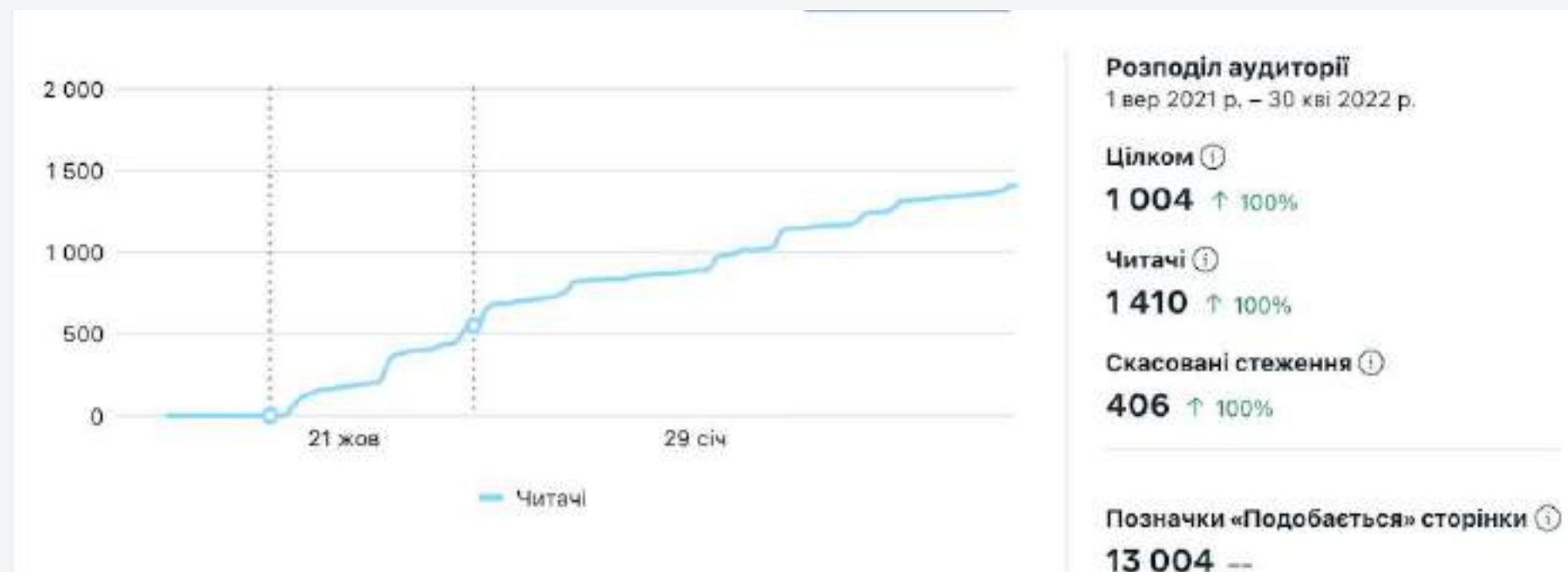
12:25

# Isar Ednannia 2021-2022



- Написання комунікаційної та SMM стратегії для організації "Isar Ednannia".
- Збільшення обсягу аудиторії: реалізувала успішну інформаційну кампанію, що призвела до **зростання кількості підписників на сторінці на 90% протягом 12 місяців**, за допомогою цільового контенту та таргетованої реклами для привертання нової аудиторії.
- Підвищення взаємодії та залучення: розроблено та впроваджено стратегії, які допомогли збільшити взаємодію аудиторії на 500%, включаючи створення цікавого контенту, проведення розіграшів та взаємодію з підписниками через коментарі та приватні повідомлення.

- Створення єдиного візуального стилю в інстаграмі та фейсбуці для зміцнення впізнаваності бренду.
- Розробка відео-рубрик та прямих трансляцій для підвищення взаємодії з аудиторією та створення інтерактивного спілкування.
- Успішно проведено інформаційну кампанію "Форум громадянського суспільства" на платформі соціальних мереж, що призвели до активізації аудиторії та збільшення кількості реєстрацій.



# Resilient Ukraine 2022-2023



- Створення та впровадження PR/SMM стратегії проєкту.
- Розвиток бренду: активна участь у створенні та розвитку бренду проєкту, спрямована на підвищення впізнаваності та позитивного іміджу серед аудиторії.
- Кризовий менеджмент: ефективне управління ситуаціями кризового характеру через соціальні мережі, з фокусом на збереженні репутації та вирішенні проблем.
- PR стратегія та просування навчального веб-курсу про стійкість.
- Створення візуального контенту та наповнення сторінок у соц.мережах (Facebook, Instagram, Youtube, Twitter).
- Налаштування таргетованої та контекстної реклами (Instagram/Fb ads, Google /Youtube ads)
- Медійний супровід офлайн подій.





# Resilient Ukraine 2022-2023

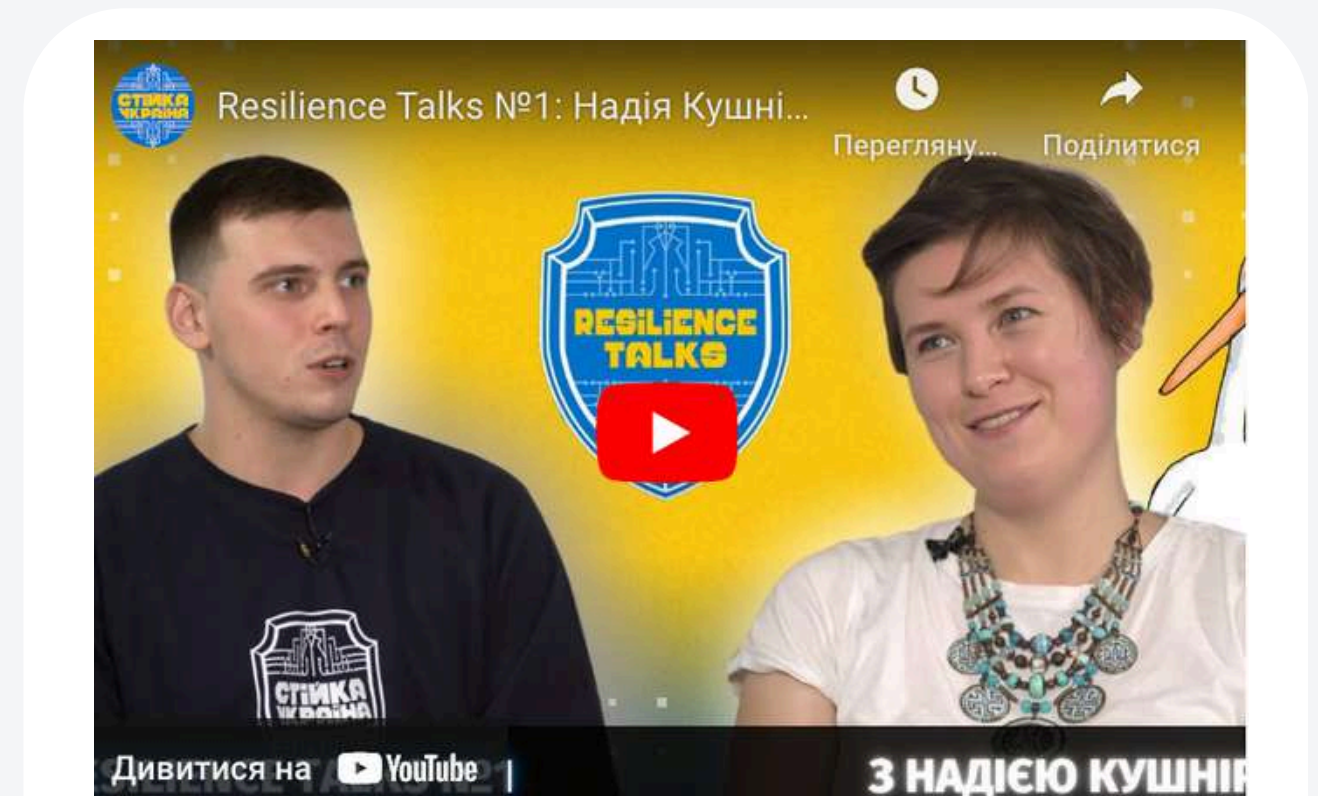
## Рекламна кампанія серії інтерв'ю "Resilience Talks"

На першому етапі було розроблено та протестовано 12 варіантів цільової аудиторії з різними рекламними цілями для досягнення максимального охоплення публікації та трафіку. Аудиторії тестувалися за інтересами, загальними параметрами, географічними та віковими показниками. Після періоду тестування було обрано та оптимізовано найефективніші рекламні кампанії.

Назва кампанії	Доставка	Стратегія ставок	Бюджет	Результати ↓	Охоплення	Покази	Cost per Result
ReTalks 10 (Охоплення) ЦА 35	Completed	Using ad set bid...	Using ad set bu...	12 748 Охоплення	12 748	13 754	0,24 € За 1000 охоплення...
ReTalks 4 (взаємодія) Укр молодь 35	Вимк.	Using ad set bid...	Using ad set bu...	4 462 Взаємодія з дописом	11 604	15 320	0,002 € За взаємодію з доп...
ReTalks 7 (перегляди відео) Укр по інтереса...	Вимк.	Using ad set bid...	Using ad set bu...	2 854 ThruPlays	4 373	6 940	0,003 € Вартість за ThruPlay
ReTalks 9 (взаємодія) локаліке 35	Completed	Using ad set bid...	Using ad set bu...	800 Взаємодія з дописом	1 707	2 153	0,004 € За взаємодію з доп...
ReTalks 6 (трафік) Європа 35	Вимк.	Using ad set bid...	Using ad set bu...	174 Клік по посиланню	6 988	9 715	0,05 € За клік по посиланню
ReTalks 2 (перегляди відео) підписники 35	Completed	Using ad set bid...	Using ad set bu...	130 ThruPlays	1 070	1 947	0,02 € Вартість за ThruPlay
ReTalks 11 (Трафік) друзі підписників 35	Вимк.	Using ad set bid...	Using ad set bu...	68 Клік по посиланню	4 233	4 685	0,04 € За клік по посиланню
ReTalks 12 (трафік) Європа по інтересах 35	Вимк.	Using ad set bid...	Using ad set bu...	64 Клік по посиланню	3 342	3 643	0,05 € За клік по посиланню

На YouTube було запущено 6 різних рекламних кампаній з цілями In-stream, video discovery та Out-stream. На основі тестування було оптимізовано дві найрезультативніші кампанії. Для підвищення залученості аудиторії було запущено розіграш для збору цільових коментарів під відео.

Результати: кампанія перевищила очікувані KPI, забезпечивши високе охоплення, активність і оптимальну вартість за результат.



КЕЙСИ | SMM СУПРОВІД

# Help24.org.ua

Альянс громадського здоров'я



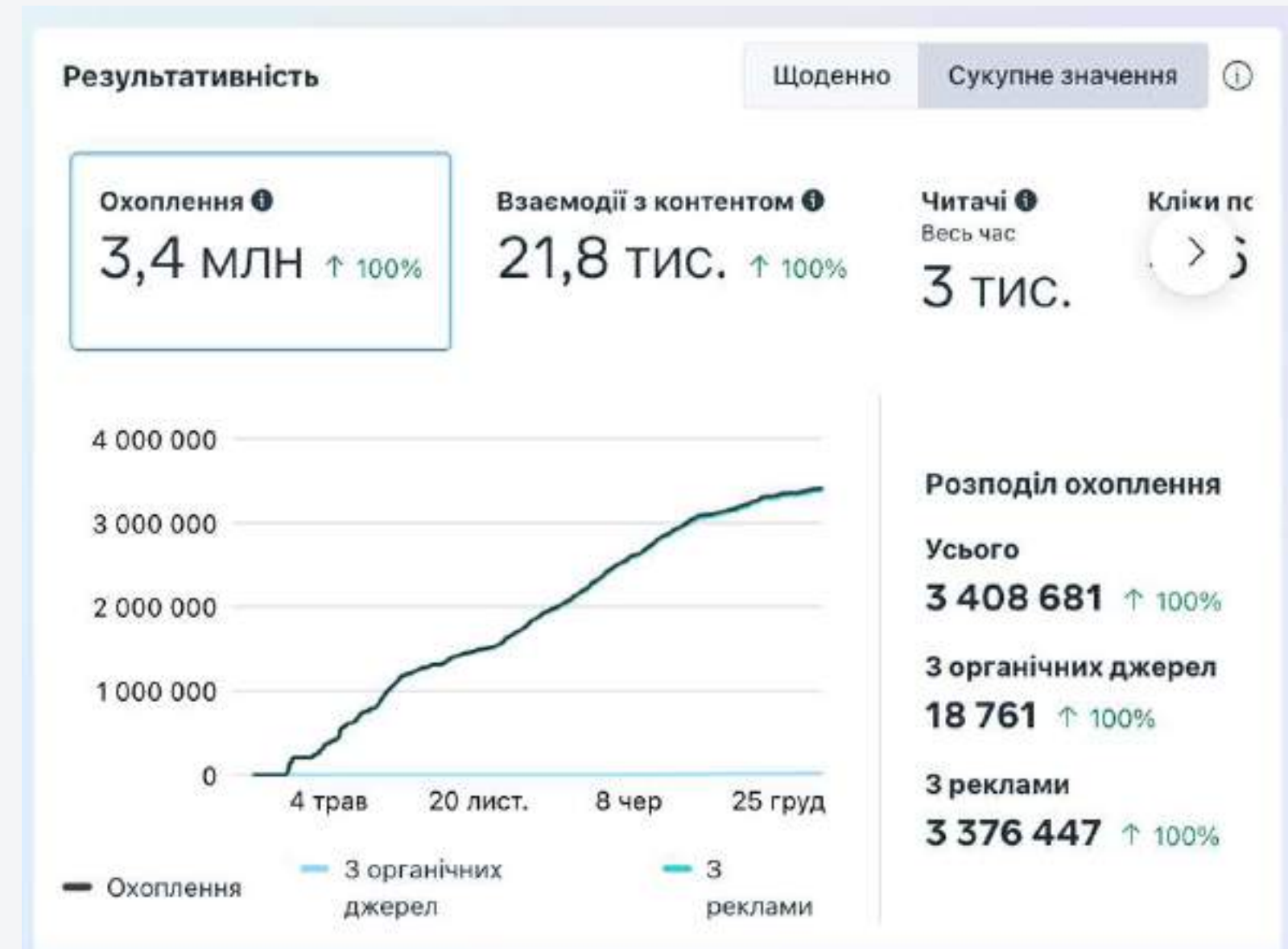
- Створення та успішне управління сторінками в Facebook, Instagram та Telegram, що призвело до збільшення кількості фоловерів на 6000 та підвищення взаємодії з аудиторією.
- Таргетована реклама: ефективний запуск таргетованих рекламних кампаній, що призвів до **зростання конверсій на 70%** та підвищення уваги до продуктів/послуг.
- Візуальний брендинг: розробка та впровадження візуальної концепції бренду, що сприяло покращенню впізнаваності та ідентифікації бренду серед цільової аудиторії.
- Кастомер сапорт: Забезпечення високоякісного обслуговування клієнтів через соціальні мережі, що призвело до покращення репутації бренду та підвищення рівня задоволення клієнтів.
- Запуск нових продуктів чи послуг: активна участь у стратегічному запуску нових продуктів та послуг, що призвело до зростання обсягу продажів та позитивного сприйняття аудиторією.

# Help24.org.ua

## Альянс громадського здоров'я



- Ефективне використання реклами: Розробка та впровадження рекламних стратегій, що призвели до збільшення обсягу продажів на 40% та оптимізації витрат на залучення клієнтів на 30%.
- Успішна співпраця з інфлюенсерами та партнерами, що призвела до збільшення цільової групи споживачів.





# Ольга Сидій

Експертка з PR супроводу, адвокації та публічних комунікацій.

5 років досвіду управління комунікаційною діяльністю, формування команд, створення медіастратегій для великої аудиторії (1 млн +).

За освітою - правник, люблю доступно комунікувати на складні теми.

 [LinkedIn](#)



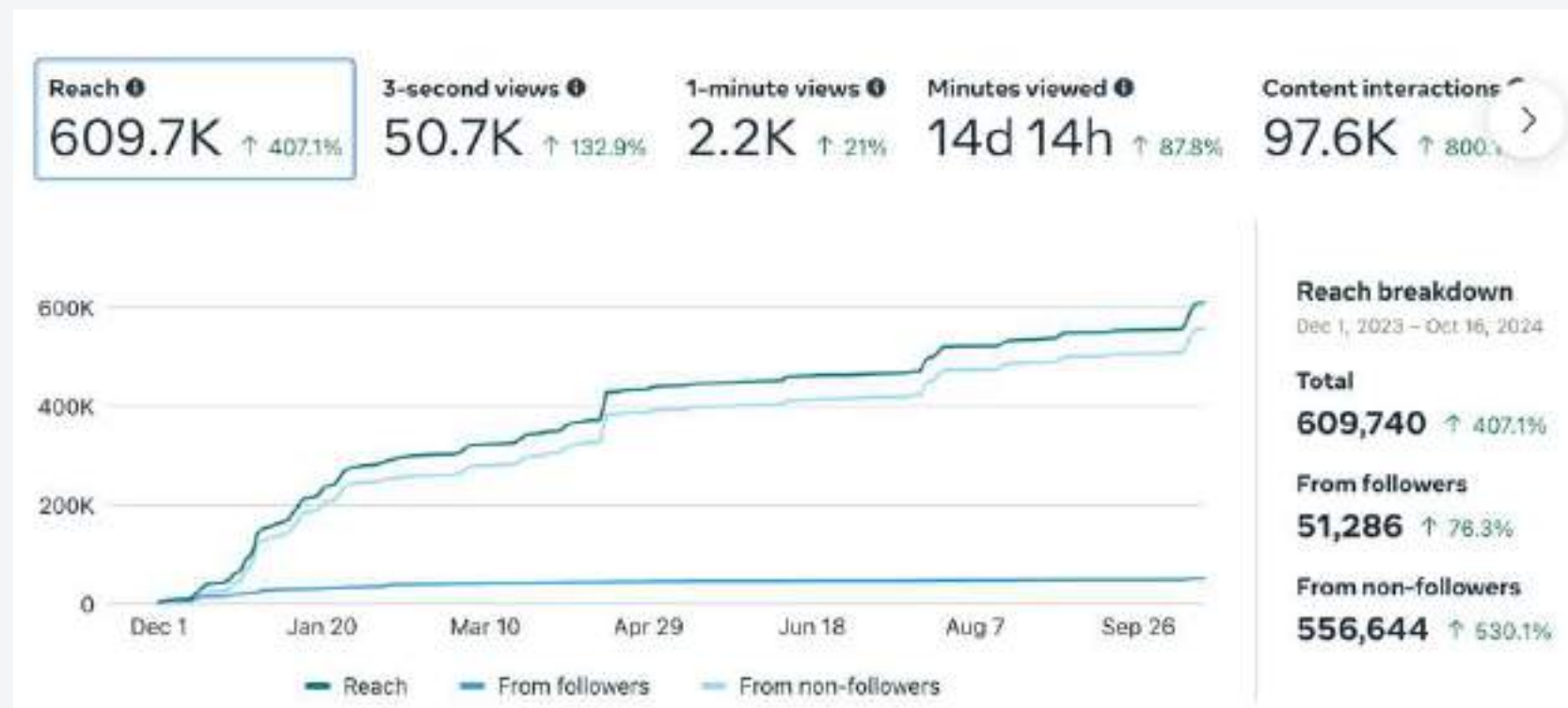
# Рух Опору Капітуляції 2020-...

## Завдання

- Підняття впізнаваності бренду, налагодження комунікації із медіа.
- Налагодження співпраці із організаціями в діаспорі.

## Результат:

- Ріст аудиторії в соціальних мережах.
- Медіапокриття: щомісячні виходи в національних та закордонних медіа.
- PR супровід локальних заходів до Дня Соборності у понад 60-ти країнах світу – від Північної Америки до Європи та Австралії.



Графік демонструє статистику сторінки після дворічного “режиму тиші” в соціальних мережах

КЕЙСИ

# Рух Опору Капітуляції 2020-2021



## Медіа, SMM, Продакшн

- Інформаційний супровід громадських акцій.
- Комунікація зі ЗМІ.
- SMM стратегія органічного просування.
- 24/7 підтримка.



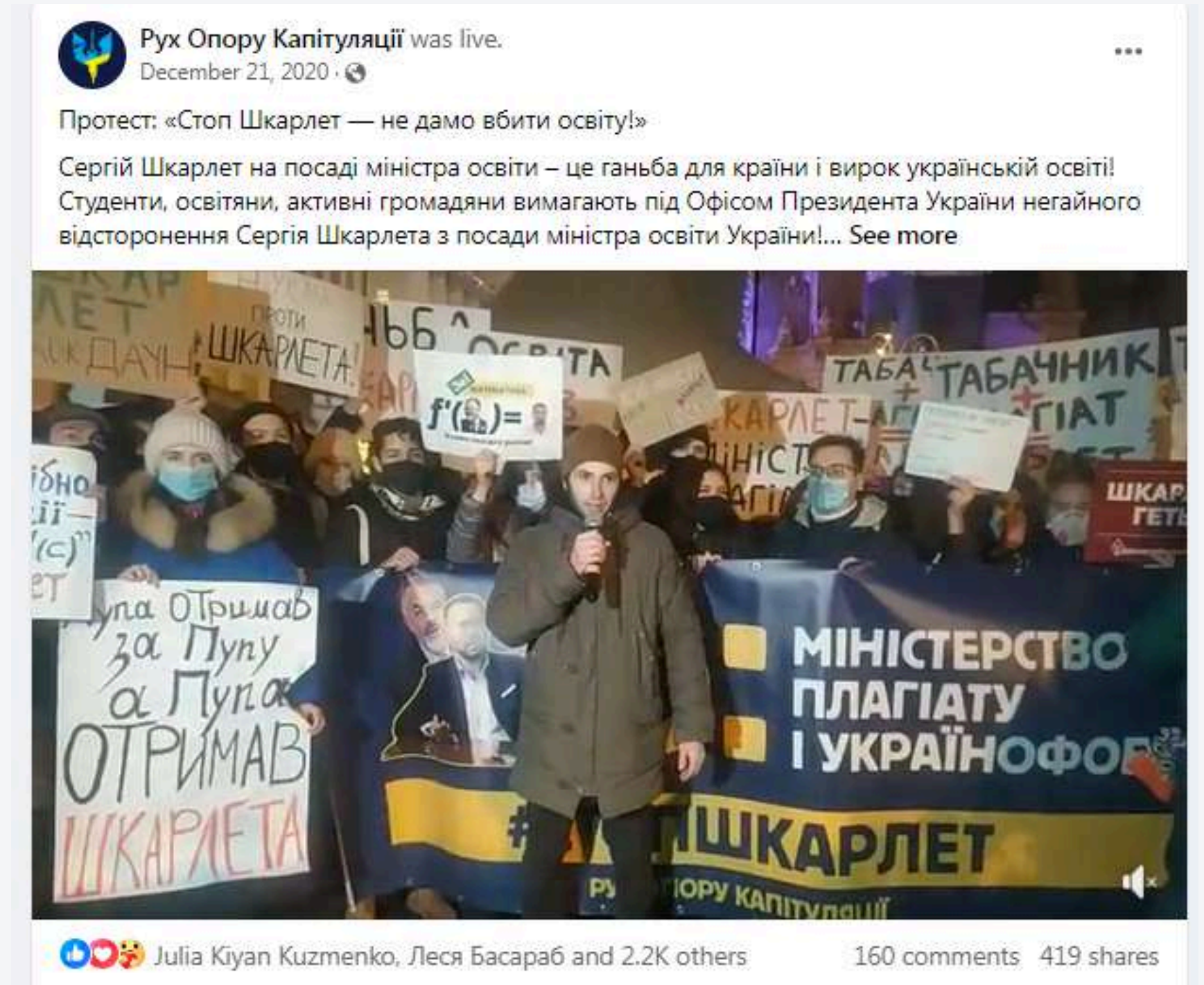
КЕЙСИ

# Рух Опору Капітуляції 2020-2021



## Кампанія #СтопШкарлет з вимогою відставки Міністра освіти Сергія Шкарлета

- PR супровід та SMM підтримка.
- Розробка мерчу.
- Висвітлення громадських акцій у форматі Live.



КЕЙСИ

# Рух Опору Капітуляції 2020-2021



## Кампанія проти російського проекту меморіалізації Бабиного Яру

- Медіапідтримка збору підписів.
- Прямі ефіри і тематичні відео з учасниками Ініціативи.
- Залучення лідерів суспільних думок до підтримки Йосифа Зісельса, ініціатора кампанії.





КЕЙСИ

# Рух Опору Капітуляції 2021-2022



## Кампанії #SayNoToPutin, #UkrainiansWillResist напередодні вторгнення

- Прямі ефіри і тематичні відео з лідерами суспільних думок.
- Різдвяний флешмоб у соціальних мережах #SayNoToPutin..
- SMM супровід.
- Розробка унікального візуального брендингу та роздаткових матеріалів.
- Промо громадських акцій.
- Поширення кампаній на іноземну аудиторію. Супровід локальних заходів до Дня Соборності у понад 60-ти країнах світу – від Північної Америки до Європи та Австралії.

\*Завдання інформаційних кампаній - консолідація українського суспільства напередодні вторгнення та демонстрація владі і західним партнерам, що українці чинитимуть опір.



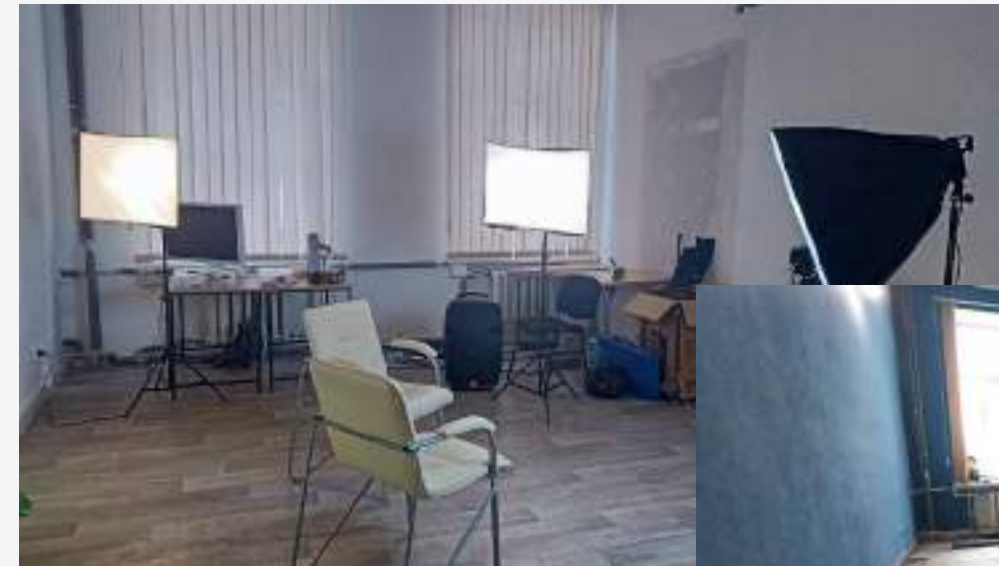
КЕЙСИ

# Вільні Люди Production 2021-2022



## Студія громадського голосу

- Облаштування та запуск студії.
- Понад 100 відео та 100 годин прямих ефірів за участю лідерів громадської думки.
- Безперервний ефір (понад 48 годин) в перші дні вторгнення.
- Відеосупровід громадських акцій та кампаній.
- Підтримка цілодобової діяльності студії та безоплатна оренда для громадських діячів.



\*У перші тижні повномасштабного вторгнення приміщення студії використовувалось для прихистку добровольців підрозділу "Вільна Україна". У травні 2022 року техніка була спрямована на Миколаївський напрямок.

КЕЙСИ

# Правотворець 2021-...



## Відеосупровід та прямі ефіри із зал судових засідань та громадських акцій



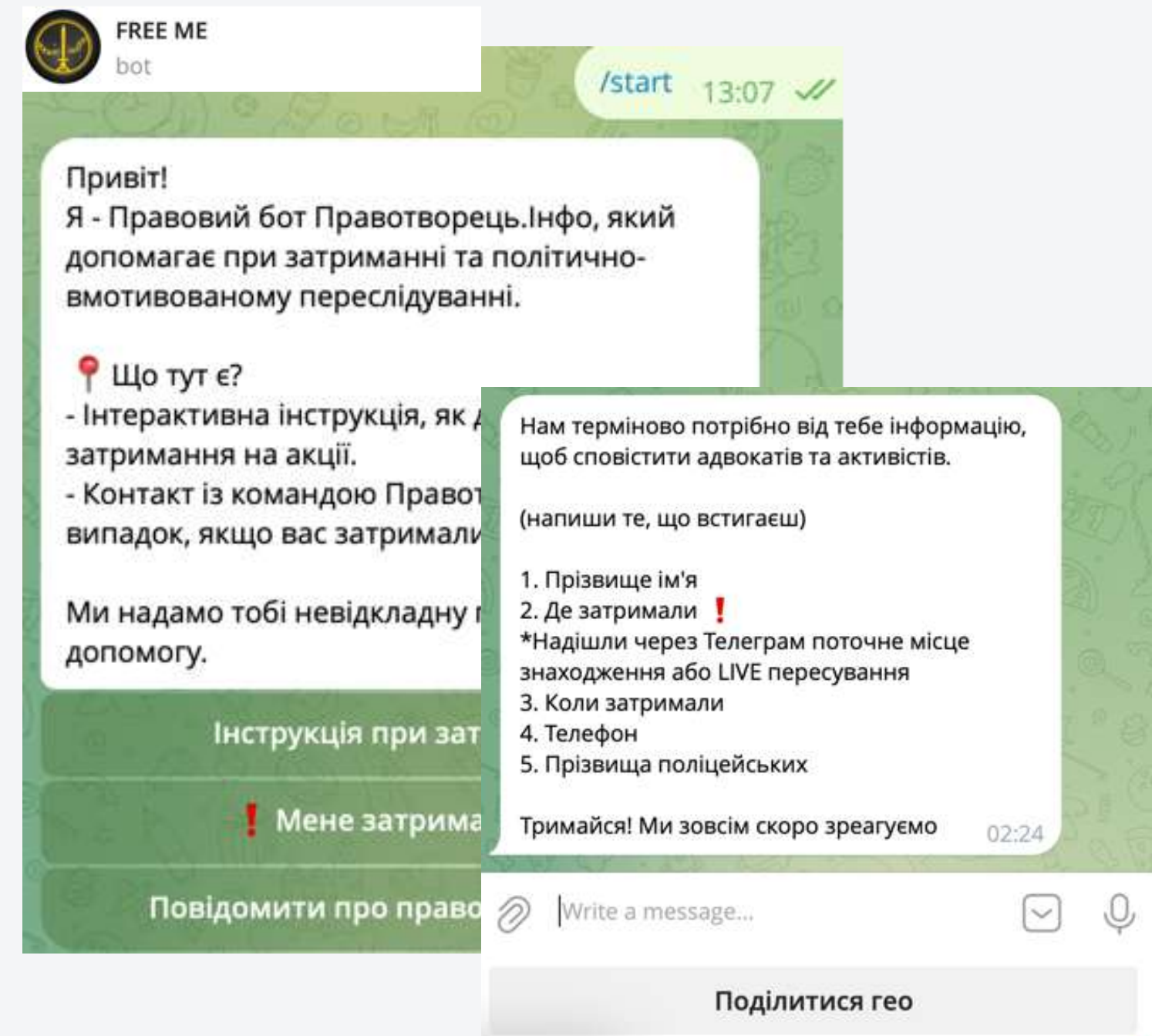
КЕЙСИ

# Правотворець 2021-2022



## @FreeME та @Free44Bot - бот для термінового повідомлення про затримання на акції

- Налагоджено систему оповіщення адвокатів про затримання
- Організація волонтерів гарячої лінії бота.
- SMM просування бота серед активістів.
- Наявність бота дала змогу оперативно реагувати на незаконні дії правоохоронців. Зокрема після акції в підтримку Сергія Стерненка під Офісом Президента в березні 2021 року.



КЕЙСИ

# Рух Опору Капітуляції 2024



## Кампанія "Гроші Марафону - На Оборону"

- Просування петиції до Кабінету Міністрів, яка успішно збрала понад 29 тисяч підписів.
- Залучення лідерів суспільних думок.
- Поширення кампанії в ЗМІ.
- SMM супровід.



### Гроші "марафону" – на оборону

За 1,7 мільярда гривень, які виділили на "марафони" у 2024 році, можна було б придбати 4 тисячі пікапів для ЗСУ чи 21 515 квадрокоптерів DJI Mavic 3.

 Українська правда / Jan 26

### Електронні петиції

Кабінет Міністрів України

Пошук петицій

Людам із порушенням зору Увійти в особистий кабінет

Триває збір підписів На розгляді 3 відповідями Не підтримані

[+ Створити петицію](#)

Головна | Петиції з відповідями | Переспрямувати кошти призначені для телемарафонів "Єдині новини" та "Фрідом" на фінансува...


## Переспрямувати кошти призначені для телемарафонів "Єдині новини" та "Фрідом" на фінансування БПЛА та пікапів для Збройних сил України

Обороздатність, суверенітет, міждержавні і міжнаціональні відносини

Зміст петиції Підписанти Відповідь

Відповідно до статті 40 Конституції України, статті 23-1 Закону України "Про звернення громадян" та Порядку розгляду електронної петиції, адресованої Кабінету Міністрів України, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 22 липня 2016 р. № 457, Кабінетом Міністрів розглянуто Вашу електронну петицію від 17 січня 2024 р. № 41/005936-24ep "Переспрямувати кошти, призначені для телемарафонів "Єдині новини" та "Фрідом", на фінансування БПЛА та пікапів для Збройних Сил України", розміщену на офіційному веб-сайті Кабінету Міністрів (Єдиному веб-порталі органів виконавчої влади), яку підтримали понад 25 тис. громадян.

Згідно із частиною четвертою статті 3 Закону України "Про національну безпеку України" державна політика в сфері національної безпеки і оборони спрямована, зокрема, на



29 562  
25 000

Підписів зібрано  
Потрібно

[Поділитися](#) [Твітнути](#)



# Новинне видання Gazeta.ua 2022-2023

## Завдання

- Підняти впізнаваність бренду в соціальних мережах.
- Забезпечити органічний ріст сторінки.
- Налагодити діяльність SMM відділу.
- Налагодити комунікацію із лідерами суспільних думок для спільного обміну контентом та взаємопіару.

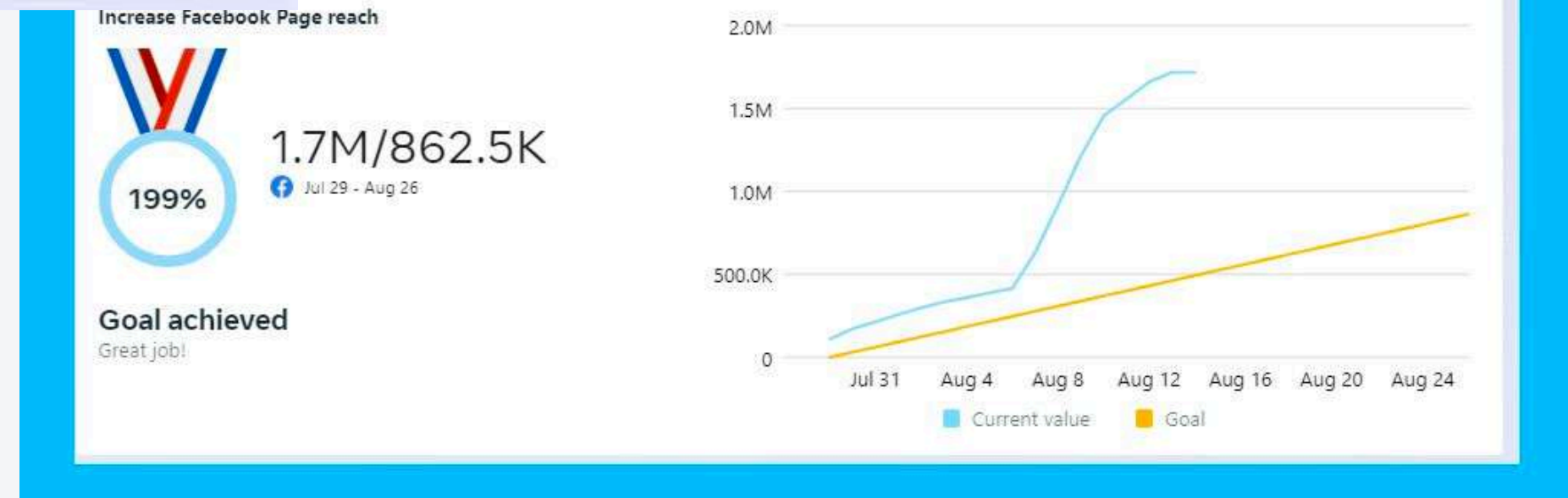
## Результат:

- Ріст взаємодії в соціальних мережах на 230% (період - 3 місяці).
- Налагоджено комунікацію з лідерами суспільних думок, що сприяло підвищенню впізнаваності бренду на 20% в соціальних мережах.
- Успішно налагоджено роботу команди, започатковано і впроваджено стандарти, що дозволили підвищити продуктивність та ефективність роботи. Започатковано щотижневий огляд аналітики та обговорення з командою.
- Забезпечно перехід на новий брендбук.



# Новинне видання Gazeta.ua 2022-2023

## Приклад досягнення запланованого результату



КЕЙСИ | SMM

# Медична Служба Інтернаціонального Легіону 2023



## Завдання

- Створення комунікаційної стратегії для Медичної Служби, щоб демонструвати життя підрозділу та збирати пожертви.
- Запуск соціальних мереж.
- Налагодження збору коштів в Україні та закордоном.

## Результат:

- Створено серію інтерактивних постів на платформах соціальних медіа, що привертають увагу, розповідають про підрозділ з метою вибудовування довіри.
- Вихід на охоплення понад 800 тисяч читачів.
- Розроблено та реалізовано цільову рекламну кампанію у соціальних мережах для збільшення участі в зборі коштів.



КЕЙСИ | Реалізація спільно з командою Карітас України

# Карітас України 2023-2024

фандрейзингова кампанія для закупівлі дров



## Завдання

- Збір донацій від партнерів Карітас України

## Результат:

- Етап збору коштів: підготовка опис кампанії, налагодження b2b комунікації із партнерами, підготовка інформаційних матеріалів.
- Етап звітності: організація подорожі зі збору контенту про дистрибуцію палива інформаційний супровід в соціальних мережах та медіа.
- Результат: накопичено 62.58% з бажаної суми - 34 мільйони 733 тисяч гривень.



### ЗІГРІЙМО НАШИХ ЛЮДЕЙ

English Росія продовжує руйнувати обстрілами житло людей і атакувати об'єкти цивільної та енергетичної інфраструктури. На територіях наближених до зони бойових дій відновити комунікації не вдається

62.71%

Є: €34801771.00

Ціль: €55500000.00

КЕЙСИ | Реалізація спільно з командою Карітас України



# Карітас України 2024

Підготовка матеріалів для партнерської зустрічі

## Завдання

- Забезпечити онлайн та офлайн представлення програм Департаменту гуманітарної допомоги.

## Результат:

- Розроблено тематичну книжку (76 сторінок) про діяльність Карітас України в напрямку гуманітарного реагування, забезпечено онлайн представлення на вебплатформах, створено відео презентації діяльності програм.



[Переглянути книжку](#)



WASH Program: Ensuring Water, Sanitation, and Hygiene for War-...

[ВІДЕО](#)



FSQR Program: Ensuring Food Security and Rapid Humanitarian Response

[ВІДЕО](#)



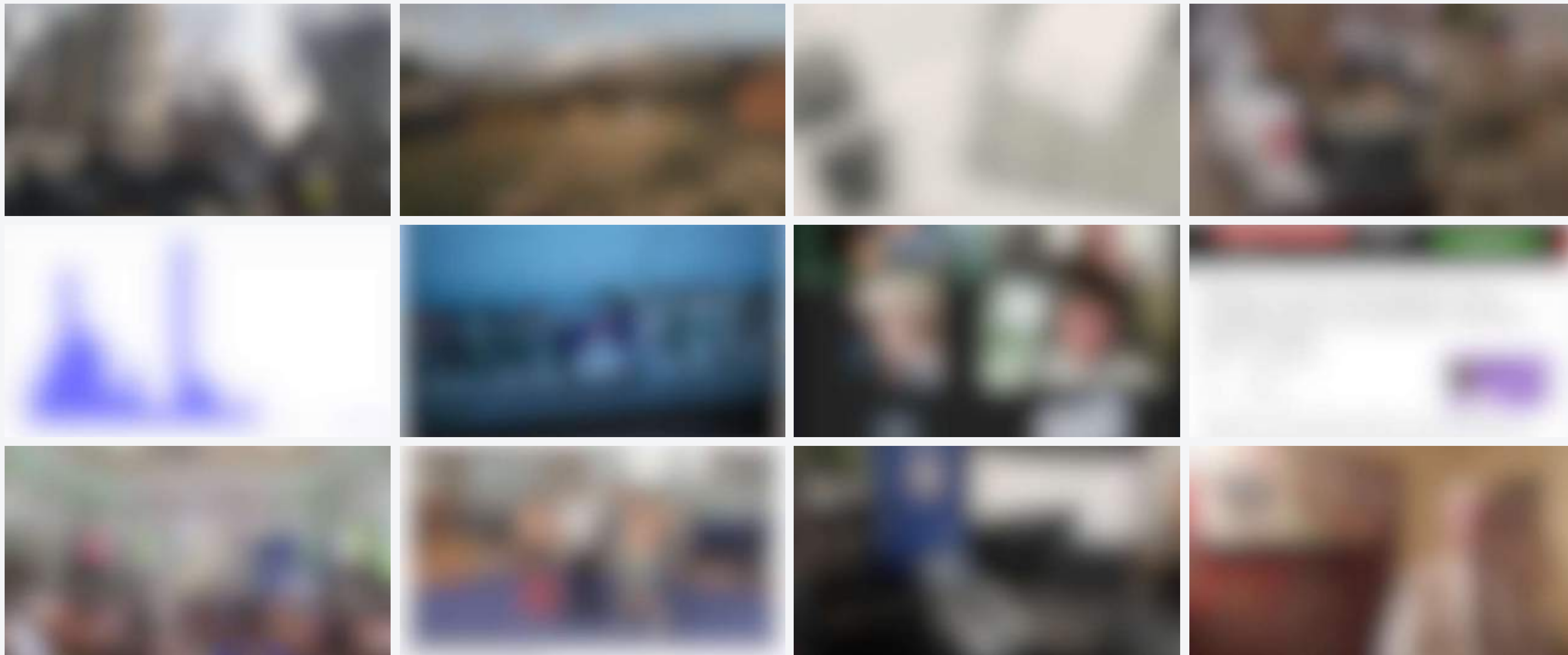
Building Hope: The Caritas Ukraine Shelter Program

[ВІДЕО](#)

КЕЙСИ | NDA

# n-кількість NDA проектів

Закон омерти або "Про справу говори не з тим, з ким можна - а з тим, з ким треба"



# Приклади продуктів

# Відеоконтент



Дитячий табір - Відео: katanyuk production

[Переглянути](#)



Дрон Revived Soldiers - Відео: katanyuk production

[Переглянути](#)



Семінар - Відео: katanyuk production

[Переглянути](#)



Боець Сергій про службу у Signum

[Переглянути](#)



МВС заважає снайперам знищувати ворогів

[Переглянути](#)



Кримінальна справа проти добровольця Олега Йови, який захищав Київ

[Переглянути](#)

# Відеоконтент

Монтаж із відзнятого військовими матеріалу



Відео для військових -- 1

[Переглянути](#)



Відео для військових - 2

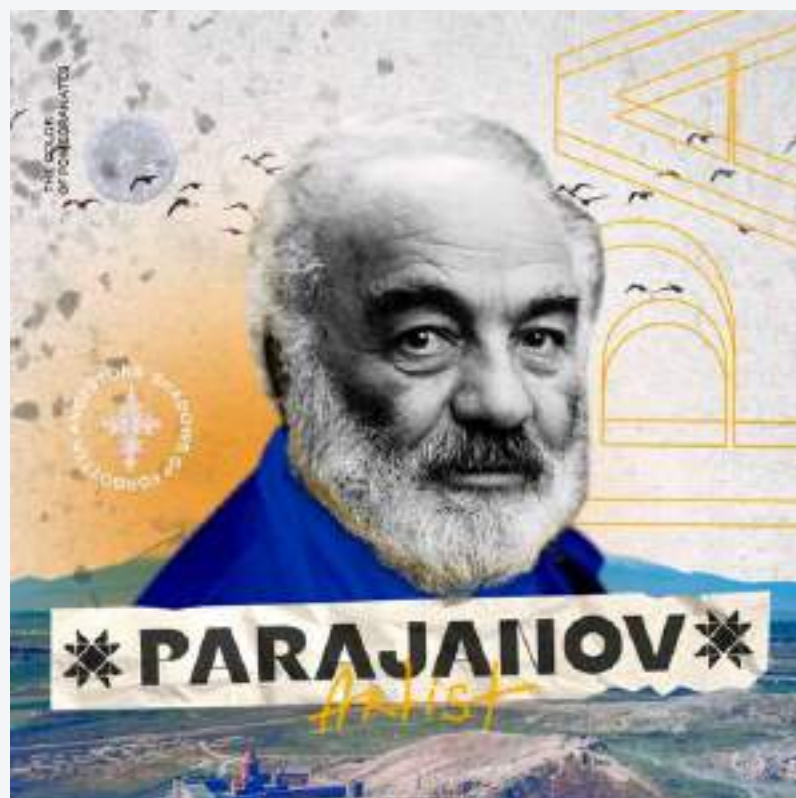
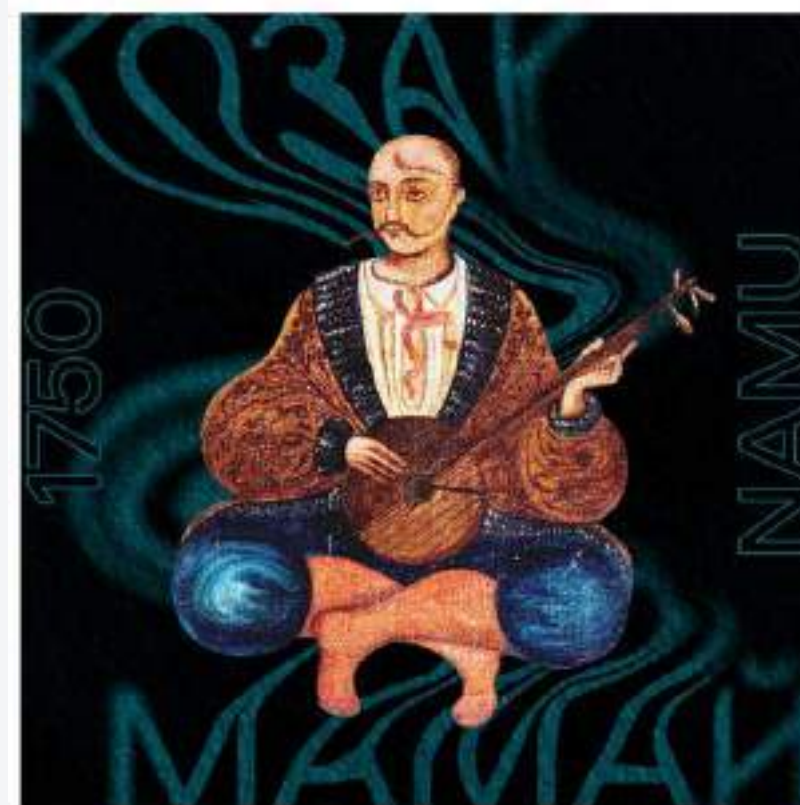
[Переглянути](#)



Відео для військових - 3

[Переглянути](#)

# Візуал для соціальних мереж



# Для супроводу громадських акцій





# Верстка, дизайн, друк книг та журналів



[Переглянути книжку.](#)

# Розробка лендінгів та сайтів

**ПРАВОТВОРЕЦЬ**

ПРО НАС

СПРАВИ

ПЕРЕСЛІДУВАЧІ

ПІДТРИМАТИ

**ЗАХИСТ ПРАВ І СВОБОД  
ГРОМАДЯН УКРАЇНИ ВІД  
ПОЛІТИЧНИХ РЕПРЕСІЙ ТА  
КОРУМПОВАНИХ ЧИНОВНИКІВ**

ПІДТРИМАТИ



[Дизайн, верстка, технічний супровід сайту - переглянути](#)

# ФОТОКОНТЕНТ

Фото, що розповідають історію. Для наповнення соціальних мереж, супроводу матеріалів у ЗМІ



# Репортажна зйомка

Партнер: Дарина Федосенко



Бекстейдж шоу Ебаут



Відкриття Waikiki. Хрещатик



Відкриття  
Україно-  
Данського  
Молодіжного  
Дому

# Контакти

[uavoice.org](http://uavoice.org)

[agency@uavoice.org](mailto:agency@uavoice.org)



+380968828258