Подготовка к #ЩЕДРОМУВТОРНИКУ

Пошаговое руководство по созданию собственной общегородской кампании

Содержание

Введение	02
Подойдите к этому как к празднику!	04
Как пользоваться данным пособием	05
Определение целей кампании	06
Составление плана мероприятий	07
Создание бренда кампании	08
Разработка истории	09
Подбор визуальных образов	10
Создайте вдохновляющее приглашение пожертвовать	11
Организуем команду	12
Привлечение амбассадоров кампании	13
Техническая проверка: доноры должны быть довольны	14
Стимулирование участия	15
Планирование стратегии коммуникаций	16

Хотите вовлечь ваше сообщество в благотворительность? Мы готовы помочь.

Каждый день социальная сфера работает на создание более сильного, здорового, развитого, справедливого общества. Но сектору необходимы новые подходы, чтобы соответствовать потребностям и идти в ногу с развитием цифровых технологий. #ЩедрыйВторник – день, когда мы можем экспериментировать с идеями и форматами, учиться новому и собирать средства.

Общегородская кампания – это событие, организованное с целью вовлечения горожан в благотворительную активность. Такие кампании обычно проходят при участии многих партнёров и одного координатора.

#ЩЕДРЫЙВТОРНИК

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕНЬ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ, КОТОРЫЙ ПРОХОДИТ В РОССИИ С 2016 ГОДА. ПОЯВИВШИСЬ В 2012 ГОДУ, ИДЕЯ ПОЛУЧИЛА РАСПРОСТРАНЕНИЕ БОЛЕЕ ЧЕМ В 190 СТРАНАХ МИРА.

К инициативе в странах-участницах присоединяются известные актёры, музыканты, политики, а также более 300 тысяч коммерческих и некоммерческих организаций. #ЩедрыйВторник – это новый глобальный импульс к развитию благотворительности в мире и отличная возможность для создания новых партнёрств. #ЩедрыйВторник вдохновляет и объединяет людей для развития сообществ, помогает им найти эффективные способы заниматься благотворительностью.

#ЩедрыйВторник демонстрирует, как важно любое проявление щедрости, ведь вместе можно добиться куда большего, чем по отдельности.

Приготовьтесь!

В этом пособии вы познакомитесь с опытом лидеров #ЩедрогоВторника, чтобы узнать, как:

- спланировать свою общегородскую кампанию и собрать команду;
- рассказать свою историю так, чтобы она вдохновила людей на поддержку;
- сформировать расписание для планирования мероприятий.



Подойдите к этому как к празднику!

КАК ИЗМЕНИТЬ ИМИДЖ ВАШЕЙ КАМПАНИИ В #ЩЕДРЫЙВТОРНИК ТАК, ЧТОБЫ ЭТО ВЫГЛЯДЕЛО КАК ПРИВЛЕКАТЕЛЬНАЯ ВОЗМОЖНОСТЬ, А НЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВО? ПОДАРИТЕ ЛЮДЯМ РАДОСТЬ. ПОПРОБУЙТЕ ОРГАНИЗОВАТЬ ЧТО-ТО В ПЕРВЫЙ РАЗ. ПРИГЛАСИТЕ НОВЫХ ЛЮДЕЙ. ПОВЕСЕЛИТЕСЬ. ОТПРАЗДНУЙТЕ.

Если вы всё сделаете правильно, #ЩедрыйВторник не будет похож на обычное мероприятие по сбору средств.

Мы называем его #ЩедрыйВторник, а не просто «Фандрайзинг-вторник», по определённым причинам. Это день, когда мы можем пробудить в людях щедрость во всех её проявлениях. День, когда люди могут поделиться всем, что у них есть, будь то личное время, практический опыт, поддержка или деньги.

И если вы будете воспринимать данное мероприятие как праздник щедрости, то ваши партнёры, текущие и потенциальные, тоже почувствуют это. Не стоит чересчур раздувать эту аналогию, но всё же можно провести несколько параллелей с праздником:

- люди хотят, чтобы их пригласили на интересную вечеринку;
- объединяющая тема вовлекает людей и порождает энтузиазм, а также даёт основу для решений (вы же не празднуете Новый год с тортом со свечами!);
- будет веселее, если пригласить и новых, и старых друзей;
- игры и другие развлечения очень важны;
- благодаря обмену воспоминаниями – историями и фото – вечеринка оставит хорошее впечатление. Это послужит определённым фундаментом для её проведения в следующем году.

Так что наденьте праздничный колпак – и начнём планировать!

Как использовать пособие

ЗАПИШИТЕ СВОИ ЗАМЕТКИ И ПОДЕЛИТЕСЬ ЗНАНИЯМИ И ИДЕЯМИ С ВАШЕЙ КОМАНДОЙ #ЩЕДРОГОВТОРНИКА. ПРЕЖДЕ ЧЕМ МЫ НАЧНЁМ, УДЕЛИТЕ НЕМНОГО ВРЕМЕНИ РАЗМЫШЛЕНИЯМ О СЛЕДУЮЩЕМ.

ЧЕМУ ВЫ ХОТИТЕ СЕГОДНЯ НАУЧИТЬСЯ?

Потратьте минуту (сейчас), чтобы записать то, что вы хотите узнать во время первой встречи.

.....

.....

.....



ИНТЕРЕСНЫЕ ИДЕИ!

Используйте это пространство для записи творческих идей, которые вы хотите предложить своей команде.

.....

.....

.....



Определите цель своей кампании

ПРАВИЛЬНО УСТАНОВЛЕННАЯ ЦЕЛЬ КАМПАНИИ – ОСНОВА ДЛЯ ЕЁ УСПЕШНОГО ПРОВЕДЕНИЯ. ВАША ЦЕЛЬ ДОЛЖНА ОТРАЖАТЬ ПРИОРИТЕТЫ ВАШЕЙ КОМАНДЫ. ЭТО ОТЛИЧНЫЙ СПОСОБ ПОПРОБОВАТЬ ПРИМЕНИТЬ НОВЫЕ СТРАТЕГИИ.

Установите такую цель для вашего #ЩедрогоВторника, чтобы она была достаточно амбициозна и могла мотивировать вашу команду на её достижение. Цель может заключаться не только в деньгах. Вот некоторые из вариантов.

Потенциальные цели

- Деньги
- Молодые доноры
- Партнёрство
- Волонтёры
- Доноры
- Ежемесячные доноры
- Сотрудничество
- Посещаемость мероприятия
- Новые доноры
- Участники мероприятий
- Подписчики в соцсетях
- Благодарности

ЗАПИШИТЕ СВОИ ИДЕИ ДЛЯ ЦЕЛЕЙ КАМПАНИИ

- Какова ваша цель?
- Сколько (человек, рублей, штук и т.д.)?
- Какое мероприятие?

.....

.....

.....

.....



Установите график мероприятий и встреч

ПЛАНИРОВАНИЕ ПОЗВОЛЯЕТ СОГЛАСОВЫВАТЬ ДЕЙСТВИЯ ВАШЕЙ КОМАНДЫ. ВАША КАМПАНИЯ БУДЕТ ОРГАНИЗОВАНА С МАКСИМАЛЬНОЙ ОТДАЧЕЙ И ВЫЗОВЕТ ШИРОКИЙ РЕЗОНАНС.

ДЕЙСТВИЕ	КОГДА?	ГОТОВО
Выберите членов команды	__ . __ . _____	☐
Определите дату первой встречи	__ . __ . _____	☐
Согласуйте цель	__ . __ . _____	☐
Разделите команду на группы по заданиям	__ . __ . _____	☐
Создайте бренд кампании	__ . __ . _____	☐
Составьте коммуникационный план	__ . __ . _____	☐
Привлеките амбассадоров	__ . __ . _____	☐
Привлеките коммерческие компании / малый бизнес	__ . __ . _____	☐
Обратитесь к постоянным благотворителям для софинансирования	__ . __ . _____	☐
Создайте историю кампании и распространите её	__ . __ . _____	☐
Подумайте над мероприятиями и активностями для ваших сторонников	__ . __ . _____	☐
Организуйте «оперативный центр» на время мероприятия	__ . __ . _____	☐
Продумайте обратную связь, как вы будете благодарить участников	__ . __ . _____	☐

Создайте бренд вашей кампании в #ЩЕДРЫЙВТОРНИК

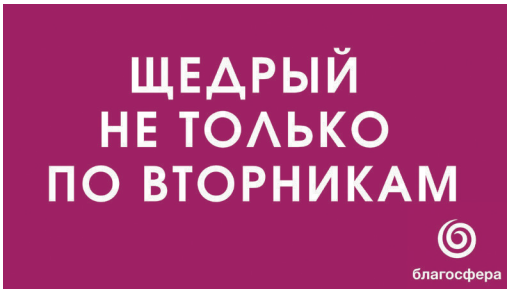
СДЕЛАЙТЕ ВАШ #ЩЕДРЫЙВТОРНИК ЛИЧНЫМ! РАЗРАБОТАЙТЕ СТИЛЬ: НАЗВАНИЕ, ЛОГОТИП, СЛОГАН, КОТОРЫЕ ОБЪЕДИНЯТ ВАШУ КАМПАНИЮ И ОБЛЕГЧАТ ЕЁ ПРОДВИЖЕНИЕ. ВЫ ВСЕГДА МОЖЕТЕ ИСПОЛЬЗОВАТЬ:

НАЗВАНИЕ

Напишите несколько идей для названия кампании.

.....

.....





*Логотипы и шаблоны вы можете бесплатно скачать на сайте: щедрыйвторник.рф

ВИЗУАЛЬНЫЙ ИМИДЖ

Напишите идеи для иллюстраций кампании*.

.....

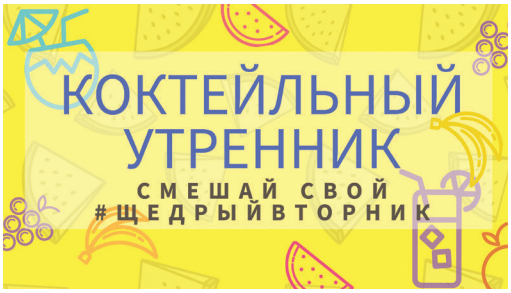
.....

СЛОГАН

Напишите идеи для слогана вашей кампании.

.....

.....



Создайте историю кампании

ЧЕК-ЛИСТ ДЛЯ СТОРИТЕЛЛИНГА:

- ☐ конкретная программа, проект или тип пожертвований;
- ☐ знаковая история клиента, сотрудника, волонтёра;
- ☐ информация в подтверждение истории;
- ☐ расскажите о софинансировании;
- ☐ привязка к предновогодней кампании.

ИДЕЯ ИСТОРИИ 1

.....

.....

ИДЕЯ ИСТОРИИ 2

.....

.....

ИДЕЯ ИСТОРИИ 3

.....

.....

Соберите вдохновляющие визуальные образы

ВИЗУАЛЬНЫЕ ОБРАЗЫ – ОСНОВА ДЛЯ ПОЛНОЦЕННОЙ КОММУНИКАЦИИ. ЛОГОТИП, ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА, ФОТОГРАФИИ И ВИДЕО ПРИДАДУТ КАМПАНИИ ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ХАРАКТЕР И ПРОДЕМОНСТРИРУЮТ СВЯЗЬ МЕЖДУ ТЕМ, ЧТО ВЫ РАССКАЗЫВАЕТЕ, И ТЕМ, ЧТО ДЕЛАЕТЕ. ОНИ НЕ ДОЛЖНЫ БЫТЬ ИДЕАЛЬНЫМИ!









Создайте вдохновляющее приглашение помочь

ИСПОЛЬЗУЙТЕ ФОРМУЛУ «МЫ ВЕРИМ» + «ВЫ» + ВОЗМОЖНОСТЬ, ЧТОБЫ СОЗДАТЬ УБЕДИТЕЛЬНЫЙ ПРИЗЫВ К ДЕЙСТВИЮ.

ПРИМЕР. Фонд, который собирает деньги на покупку канцелярских принадлежностей для детского дома. Кампания может начаться с рассказа о воспитаннике, который пошёл в школу. После этого…

«Мы»: «Мы считаем, что ни один воспитанник детского дома не должен остаться без школьных принадлежностей».

«Вы»: «Вы можете помочь нам обеспечить ребят тетрадями и пеналами, альбомами и красками, ножницами и линейками, пластилином и цветной бумагой, чтобы больше ни одному школьнику не приходилось экономить пару карандашей на целый учебный год».

Высказывание возможности: «Вы с нами?»

ИДЕИ

«Мы верим»

……..

ИДЕИ

«Вы»

……..

ИДЕИ

Возможность

……..

Организуем команду

ИДЕАЛЬНО ПРОВЕДЁННАЯ КАМПАНИЯ СПОСОБНА УБЕДИТЬ МНОГИХ ПРИСОЕДИНИТЬСЯ К ВАМ. ОРГАНИЗУЙТЕ СВОЮ КОМАНДУ ТАК, ЧТОБЫ ВСЕ УЧАСТНИКИ ЗНАЛИ, ЧЕГО НЕОБХОДИМО ДОСТИЧЬ, И ЧТОБЫ ИМ НРАВИЛОСЬ В ЭТОМ УЧАСТВОВАТЬ. СОСТАВЬТЕ СПИСОК ЛЮДЕЙ, КОТОРЫХ ВЫ НАДЕЕТЕСЬ ПОДКЛЮЧИТЬ К СВОЕЙ КАМПАНИИ. КОГДА ОНИ ГОВОРЯТ «ДА», ОТМЕТЬТЕ ИХ.

ПЕРСОНАЛ / СОВЕТ

☐ ..... ☐ .....

☐ ..... ☐ .....

ДОНОРЫ / ВОЛОНТЁРЫ

☐ ..... ☐ .....

☐ ..... ☐ .....

АМБАССАДОРЫ

☐ ..... ☐ .....

☐ ..... ☐ .....

ПАРТНЁРЫ СООБЩЕСТВА (МАЛЫЙ БИЗНЕС, PR, МАРКЕТИНГ, ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЕ ВОЛОНТЁРЫ)

☐ ..... ☐ .....

☐ ..... ☐ .....

Определение амбассадоров кампании

АМБАССАДОРЫ КАМПАНИИ ДОЛЖНЫ В ВАС ВЕРИТЬ, ЭТО ШИРОКО ИЗВЕСТНЫЕ, ЗАСЛУЖИВАЮЩИЕ ДОВЕРИЯ ЛИЦА, КОТОРЫЕ СМОГУТ РАСШИРИТЬ ОХВАТ ВАШЕЙ КАМПАНИИ.

Есть три ключевых шага к успешной программе по привлечению амбассадоров.

1. Определите амбассадоров, представляющих различные сообщества сторонников.

2. Привлеките амбассадоров. Выделите день для того, чтобы связаться с ними, а затем проведите специальное мероприятие-запуск для них.

3. Предоставьте для амбассадоров простой, привлекательный контент.

СОТРУДНИКИ И СОВЕТ

☐ .....

☐ .....

ОБЩЕСТВЕННЫЕ ЛИДЕРЫ

☐ .....

☐ .....

ДОНОРЫ / ВОЛОНТЁРЫ

☐ .....

☐ .....

ЗВЁЗДЫ / СПОРТСМЕНЫ

☐ .....

☐ .....

Кто будет отвечать за создание контента и общение с амбассадорами?

.....

.....

Проведите техническую проверку!

УБЕДИТЕСЬ, ЧТО ЛЮДЕЙ, ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИХ ПОЖЕРТВОВАНИЯ, УДОВЛЕТВОРЯЮТ ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ВАМИ ТЕХНОЛОГИИ.

СОВЕТ. Самостоятельно повторите путь донора на вашем сайте с компьютера, планшета и телефона. Начните с электронной почты / социальных сетей, перейдите на веб-сайт, сделайте онлайн-пожертвование и проверьте страницу «Спасибо». Останутся ли ваши доноры довольны?

Отметьте ниже любые корректировки, которые вам необходимо сделать.

Сайт, маркетинг и обработка пожертвований должны быть пересмотрены и оптимизированы для #ЩедрогоВторника. Все должно быть просто и интуитивно понятно.

САЙТ

- ☐ .....
- ☐ .....
- ☐ .....
- ☐ .....

ОНЛАЙН-ПОЖЕРТВОВАНИЯ

- ☐ .....
- ☐ .....
- ☐ .....
- ☐ .....

МАРКЕТИНГОВЫЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ КАНАЛЫ

- ☐ .....
- ☐ .....
- ☐ .....
- ☐ .....

Стимулирование участия при помощи софинансирования

КОНКУРСЫ, «ВЫЗОВЫ», СОФИНАНСИРОВАНИЕ И ПРОЧАЯ «ГЕЙМИФИКАЦИЯ» – ЭТО ВЕСЕЛО, ИНТЕРЕСНО И АКТУАЛЬНО ОСОБЕННО В #ЩЕДРЫЙВТОРНИК.

Софинансирование: определите щедрых благотворителей, которые могут предоставить средства для стимулирования и прогресса в достижении целей кампании. Попросите их рассмотреть возможность предоставления своего пожертвования раньше, чтобы запустить кампанию и привлечь новых участников. **Перечислите их здесь:**

.....

.....

.....

Вызовы и конкурсы создают динамичную атмосферу и стимулируют вовлечённость. Список идей для конкурсов.

.....

.....

.....

.....

Планирование маркетинговой и коммуникационной стратегии

РАЗРАБОТАЙТЕ ПЛАН, ЧТОБЫ СОЗДАТЬ АЖИОТАЖ ВОКРУГ ВАШЕЙ КАМПАНИИ. РАССМОТРИТЕ В КАЧЕСТВЕ ВАРИАНТОВ ДЛЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭЛЕКТРОННУЮ ПОЧТУ, СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ И МЕРОПРИЯТИЯ. СОЗДАЙТЕ ЗАХВАТЫВАЮЩИЙ, ОРИГИНАЛЬНЫЙ КОНТЕНТ И ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНО ОБЩАЙТЕСЬ ЧЕРЕЗ ВСЕ ВАШИ КАНАЛЫ СВЯЗИ, А ТАКЖЕ ЧЕРЕЗ АМБАССАДОРОВ КАМПАНИИ.

Изучите раздел «Инструменты» на сайте щедрыйвторник.рф и посмотрите записи обучающих вебинаров. План должен быть разработан в соответствии с вашими целями и стилем, так чтобы все элементы вашей стратегии усиливали друг друга.

Ваши маркетинговые мероприятия могут начаться за несколько месяцев до #ЩедрогоВторника. Однако при этом вам следует учитывать, как минимум, следующее.

ПОДГОТОВКА

ЗА 4 НЕДЕЛИ ДО:
почта и социальные сети.
Пост 1. Анонс кампании.

ЗА 3 НЕДЕЛИ ДО:
почта и социальные сети.
Пост 2. Новости о подготовке кампании.

ЗА 2 НЕДЕЛИ ДО:
почта и социальные сети.
Пост 3. Новости о подготовке кампании.

ЗА 1 НЕДЕЛЮ ДО:
почта и социальные сети.
Пост 4. Новости о подготовке кампании и её целях – начало обратного отсчёта до начала мероприятия.

ЗА 24 ЧАСА ДО:
почта и социальные сети.
Пост 5. Напомните вашим партнёрам о задачах и призовите их принять участие.

#ЩЕДРЫЙВТОРНИК:
почта и социальные сети.
Пост 6. Сегодня тот самый день! Вдохновляйте ваших сторонников и напомните им о том, что новости будут обновляться в течение дня.

В ДЕНЬ МЕРОПРИЯТИЯ

30% ОТ ЦЕЛИ:
почта и социальные сети.
Пост 7. Промежуточный отчёт.

60% ОТ ЦЕЛИ:
почта и социальные сети.
Пост 8. Промежуточный отчёт.

80% ОТ ЦЕЛИ:
почта и социальные сети.
Пост 9. Промежуточный отчёт и финальный рывок.

90% ОТ ЦЕЛИ:
почта и социальные сети.
Пост 10. Промежуточный отчёт и предложение перевыполнить план.

100% ОТ ЦЕЛИ:
почта и социальные сети.
Пост 11. Празднуем достижения!

24 ЧАСА ПОСЛЕ:
почта и социальные сети.
Пост 12. Благодарность сторонникам и сообществу в этот особенный день!

GIVINGTUESDAY YOUTUBE КАНАЛ #ЩЕДРЫЙВТОРНИК

щедрыйвторник.рф



ЩЕДРЫЙ

НЕ ТОЛЬКО ПО ВТОРНИКАМ

благосфера


ВТОРНИК ЩЕДРЫЙ,
А ТЫ ?


#ЩЕДРЫЙВТОРНИК

Понедельник
день тяжелый,
а вторник –
ЩЕДРЫЙ




У МЕНЯ 7
ВТОРНИКОВ
НА НЕДЕЛЕ

#ЩЕДРЫЙВТОРНИК

28 НОЯБРЯ

2023



www.щедрыйвторник.рф

#ЩЕДРЫЙВТОРНИК

28 НОЯБРЯ

2023



www.щедрыйвторник.рф

ЧТО ЭТО?

- Благотворительная инициатива, существующая в России с 2016 года
- Повод для экспериментов с разными форматами благотворительных мероприятий
- Возможность привлечь новых сторонников

ЧТО МОЖНО СДЕЛАТЬ?

- Провести благотворительное мероприятие и рассказать об этом в социальных сетях
- Принять участие во флешмобе «Неделя признаний»
- Стать информационным партнером инициативы

КАК СТАТЬ ПАРТНЕРОМ?

- Зарегистрироваться на сайте щедрыйвторник.рф
- Разместить свое мероприятие на интерактивной карте
- Рассказать о своем участии в социальных сетях, используя хештег **#ЩЕДРЫЙВТОРНИК**



#ЩЕДРЫЙВТОРНИК

2016 ▸ 2022



У ИНИЦИАТИВЫ БОЛЕЕ	УЧАСТВОВАЛО	ОРГАНИЗОВАНО БОЛЕЕ	РОСТ ПОЖЕРТВОВАНИЙ	ПОЖЕРТВОВАНО НА БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ
4446 ПАРТНЕРОВ	**200+** НАСЕЛЕННЫХ ПУНКТОВ	**5000** СОБЫТИЙ	**x2** РАЗА	**24 МЛН ₽**

КООРДИНАТОР АКЦИИ КУЛЬТУРА БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ

Image by upklyak on Freepik

#ЩЕДРЫЙВТОРНИК

28 НОЯБРЯ

2023



www.щедрыйвторник.рф