

TANÁCSOK 1%-OS KAMPÁNYOK TERVEZÉSÉHEZ

www.egeszsegugyikommunikacio.blog.hu, www.medrelations.hu

MÉRD FEL A FORRÁSOKAT!

- Mennyi pénzt tudsz rászánni? Ne feledd: a reklám és marketing célú tevékenységre fordított költségek együttes összege a felhasználás évében nem haladhatja meg az 1% -os bevételedből felhasznált összeg 10 százalékát, de legfeljebb 10 millió forintot.
- Bár komoly piackutatásra valószínűleg nincs forrás, igyekezz felmérni a piacot, tendenciákat, lehetőségeket, egyéb szervezetek tevékenységét, aktivitásait, döntéshozói, támogatói attitűdöt, stb.

ISMERD A CÉLCSOPORTODAT! ÁPOLD FOLYAMATOSAN A KAPCSOLATAIDAT!

- Tevékenységed során sokakkal kerülsz kapcsolatba. Építsd az adatbázisodat, rendszeresen tartsd a kapcsolatot, és ne feledd előzetesen írásos hozzájárulást kérni, hogy tájékoztató anyagokat küldhess számukra.
- Mindig (ne csak kampányidőszakban) törekedj arra, hogy minél szélesebb körben ismertté válj, mutass meg minél többet a szervezetről, a mindennapjairól és az ügyről, amit szolgáltok! A közösségi média segítségével lehet az üggyel szimpatizálók és érintettek összegyűjtésében, tájékoztatásában, kapcsolatfelvételben egyaránt.
- Igyekezz megismerni a célcsoportodat. Mi motiválja őket? Mi vonzó számukra? Honnan tájékozódnak?

TÚZZ KI REÁLIS CÉLOKAT!

- Mennyi pénz várható?
- Milyen egyéb előnyei lehetnek a kampánynak?

GONDOLD ÁT A STRATÉGIAI SZEMPONTOKAT!

- Melyek a kampány kulcsüzenetei?
- Hogyan integrálhatóak az egyéb aktivitásaid?
- Milyen kezdeményezésekhez lehetne csatlakozni?
- Miben leszel jobb, más, mint a többiek?

KOMMUNIKÁCIÓS ESZKÖZÖK, CSATORNÁK (PÉLDÁK)

- | | |
|--------------------------|------------------------------|
| • Kampányfilm, videók | • Banner hirdetések |
| • Szóróanyag, kiadvány | • Facebook hirdetések |
| • Posztok | • Google Adwords |
| • Interjúk, riportok, PR | • Köztéri, beltéri felületek |
| • Közösségi jelenlét | • Médiahirdetések |
| • Rendezvények | • Barter megállapodások |
| • Előadások, képzések | • Online betegcsoportok |
| • Honlap, blog, fórum | • Személyes történetek |

A BELSŐ KOMMUNIKÁCIÓ IS FONTOS!

- Vond be a kollégákat már a tervezési fázisban!
- Ötletjeltek közösen, lehetőleg irodán kívül!
- Jelöljétek ki egy kampányfőnököt! Osszátok el a feladatokat, tartsatok rendszeres egyeztetéseket!
- Értékeljétek menet közben is a kampányt!

ALVÁLLALKOZÓKKAL KÖNNYEBB!

- Grafikusra, informatikusra, kommunikációs szakemberre is szükségetek lehet. Ha nincs rá keret, kérdezd meg a potenciális támogatókat, hogy szolgáltatással, vagy kommunikációs ügynökségük biztosításával segítenének-e?
- Készíts számukra írásos összefoglalót (briefet). Mutasd be a szervezetet, tevékenységet, célokat, célcsoportokat, stratégiai megfontolásokat, kulcsüzeneteket és mindent, ami fontos lehet.

KUTASS FEL TÁMOGATÓKAT, PARTNEREKET!

- Preferáld azokat, akikkel már van kapcsolat, de a kampány jó apropó újak bevonásához is!
- Próbáld a fejükkel gondolkodni! A nemes célon kívül miért jó nekik, ha támogatják a kampányotokat?
- Ne csak pénzbeli támogatásban gondolkodj!
- Konkrét támogatási formákkal, együttműködési javaslatokkal, háttéranyagokkal keresd őket!

TERVEZZ! LÁSS NEKI! KÖSZÖND MEG! FOLYTASD!

- Készíts kampánytervet! (felületek, fórumok ahol hirdetni fogtok, vagy más formában megjelentek)
- Kérd be az ajánlatokat! Készíts költség- és időzítési tervet! →LÁSS NEKI!
- Ne felejtse el megköszönni a felajánlásokat és beszámolni arról, hogy mire fordítottátok a befolyt összeget!

FONTOS!

Az emberek az év során látott, tapasztalt aktivitásaitok alapján alkotnak véleményt és tevékenységeitek elismeréseként döntenek amellelt, hogy Nektek adják adójuk egy százalékát. Az 1%-os kampány gyorsan lecseng és **neked egész évben támogatókra van szükséged!** Tedd a kampányt a kommunikációs tevékenységed részévé, **ne önmagában várj tőle csodát!**