

НАСОКИ за създаване на кампания в "България дарява"

В самото начало, преди да се регистрирате, си отговорете на 5 ключови въпроса:

1. Къде да намерим дарители?

Познавате ли поне няколко човека, които ви вярват и биха ви дарили онлайн? Ако не ви идват на ум веднага, нека подскажем: хора, които ви имат доверие – на вас, на работата ви или на получателя на даренията, ако не сте вие. Хора, които ви харесват и биха одобрили идеята ви. Хора, които имат същото разбиране като вас и са за каузата ви. Хора, които вече са ви помогнали по някакъв начин.

2. Как да представим идеята си разбираемо и убедително?

Вие се обръщате към потенциални дарители с апела ДАРЕТЕ СЕГА! Те може да са ви най-близки приятели, които живеят наблизко или да са на другия край на света и да не ви познават – неведоми са пътищата в Интернет. За да ви подкрепят, трябва да обясните кратко и ясно кампанията си така, че да разберат кои сте вие, защо ви е нужна тяхната подкрепа и да ви повярват, докато четат на смартфоните или компютрите си.

Напишете с няколко изречения представяне на вашата кампания. Ето какво иска да разбере дарителят:

- Защо се набират средства - какъв конкретен проблем има или за какво работи организацията?
- Кого засяга този проблем и как – брой хора, пол, възраст, социален статус?
- Какво е вашето решение, какво искате да направите?
- Как ще стане?
- Защо вие - какво сте постигнали досега, какъв опит имате?
- Колко ще струва КОНКРЕТНО? Можете да посочите прогнозна крайна сума или сума за даден период от време - месечно, например
- Какви ще са ползите от вашето решение и за кого?

Дарителят иска да знае: "Как дарението ми ще постигне промяна?"

Направете проверка – дайте готовия текст на други хора за обратна връзка: написан ли е на разбираем език, дали е казано най-важното, става ли ясно колко хора са засегнати, каква ще е ползата, убедително ли е? Следете дължината на текста – да е кратък.

3. Кое е първото нещо, което дарителите ще видят?

Името на кампанията! Читателят ще прочете и останалия текст, когато заглавието дава отговор на някакъв въпрос, решава проблем и предизвиква емоции. Отделете на името време, колкото е нужно. Синтезирайте важното - как бихте описали идеята пред някого с шест думи или по-малко? Създайте няколко варианта, преди да изберете. Името трябва да е кратко, емоционално въздействащо и информативно, фраза, в която има послание. Действайте в името! Глаголът в него е като двигателя за автомобила – без него колата не се движи.

4. Имаме ли подходящи визуални материали?

Защо? Читателят първо ще види образи, а после ще вникне в текста. Изберете качествени снимки, свързани с темата на кампанията ви, на които има движение и емоция.