



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 | ___ . ___ . _____ | <input type="checkbox"/> |
| Определите дату первой встречи | ___ . ___ . _____ | <input type="checkbox"/> |
| Согласуйте цель | ___ . ___ . _____ | <input type="checkbox"/> |
| Разделите команду на группы по заданиям | ___ . ___ . _____ | <input type="checkbox"/> |
| Создайте бренд кампании | ___ . ___ . _____ | <input type="checkbox"/> |
| Составьте коммуникационный план | ___ . ___ . _____ | <input type="checkbox"/> |
| Привлеките амбассадоров | ___ . ___ . _____ | <input type="checkbox"/> |
| Привлеките коммерческие компании / малый бизнес | ___ . ___ . _____ | <input type="checkbox"/> |
| Обратитесь к постоянным благотворителям для софинансирования | ___ . ___ . _____ | <input type="checkbox"/> |
| Создайте историю кампании и распространите её | ___ . ___ . _____ | <input type="checkbox"/> |
| Подумайте над мероприятиями и активностями для ваших сторонников | ___ . ___ . _____ | <input type="checkbox"/> |
| Организируйте «оперативный центр» на время мероприятия | ___ . ___ . _____ | <input type="checkbox"/> |
| Продумайте обратную связь, как вы будете благодарить участников | ___ . ___ . _____ | <input type="checkbox"/> |

Создайте бренд вашей кампании в #ЩЕДРЫЙВТОРНИК

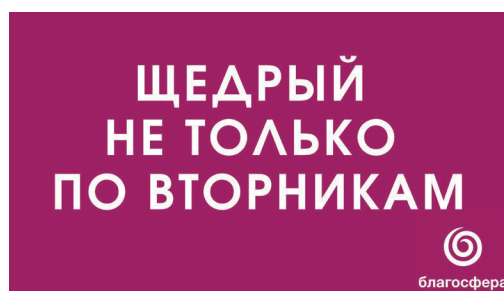
СДЕЛАЙТЕ ВАШ #ЩЕДРЫЙВТОРНИК ЛИЧНЫМ! РАЗРАБОТАЙТЕ СТИЛЬ: НАЗВАНИЕ, ЛОГОТИП, СЛОГАН, КОТОРЫЕ ОБЪЕДИНЯТ ВАШУ КАМПАНИЮ И ОБЛЕГЧАТ ЕЁ ПРОДВИЖЕНИЕ. ВЫ ВСЕГДА МОЖЕТЕ ИСПОЛЬЗОВАТЬ:

НАЗВАНИЕ

Напишите несколько идей для названия кампании.

.....

.....



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

ВИЗУАЛЬНЫЙ ИМИДЖ

Напишите идеи для иллюстраций кампании*.

.....

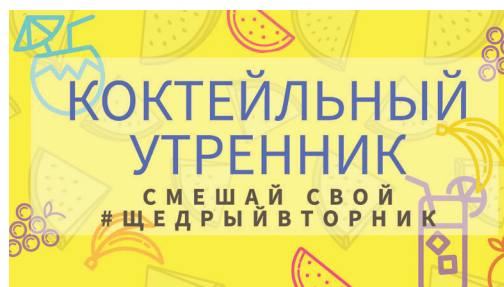
.....

СЛОГАН

Напишите идеи для слогана вашей кампании.

.....

.....



Создайте историю кампании

ЧЕК-ЛИСТ ДЛЯ СТОРИТЕЛЛИНГА:

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

ИДЕЯ
ИСТОРИИ

1

.....
.....

ИДЕЯ
ИСТОРИИ

2

.....
.....

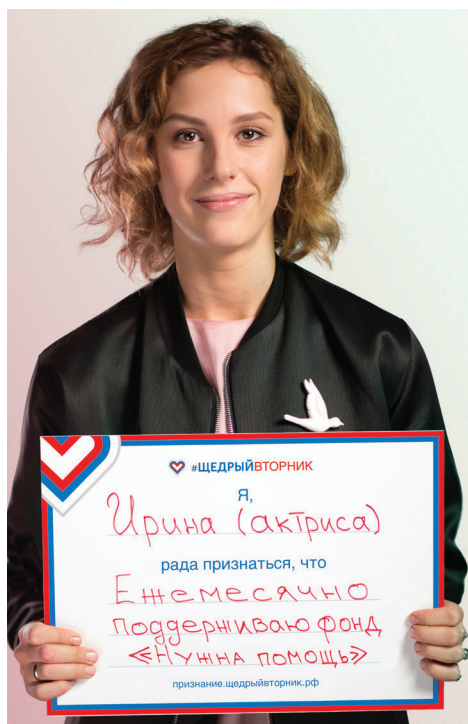
ИДЕЯ
ИСТОРИИ

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», ОТМЕЬТЕ ИХ.

ПЕРСОНАЛ / СОВЕТ

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

ДОНОРЫ / ВОЛОНТЁРЫ

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

АМБАССАДОРЫ

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

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

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

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 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | ОБЩЕСТВЕННЫЕ ЛИДЕРЫ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |
| ДОНОРЫ / ВОЛОНТЁРЫ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> | ЗВЁЗДЫ / СПОРТСМЕНЫ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> |

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

- | | | | |
|--------------------------|-------|--------------------------|-------|
| <input type="checkbox"/> | | <input type="checkbox"/> | |
| <input type="checkbox"/> | | <input type="checkbox"/> | |

ОНЛАЙН-ПОЖЕРТВОВАНИЯ

- | | | | |
|--------------------------|-------|--------------------------|-------|
| <input type="checkbox"/> | | <input type="checkbox"/> | |
| <input type="checkbox"/> | | <input type="checkbox"/> | |

МАРКЕТИНГОВЫЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ КАНАЛЫ

- | | | | |
|--------------------------|-------|--------------------------|-------|
| <input type="checkbox"/> | | <input type="checkbox"/> | |
| <input type="checkbox"/> | | <input type="checkbox"/> | |

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!



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

2 0 2 3



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



4446

ПАРТНЕРОВ

УЧАСТВОВАЛО



200+

НАСЕЛЕННЫХ ПУНКТОВ

ОРГАНИЗОВАНО БОЛЕЕ



5000

СОБЫТИЙ

РОСТ ПОЖЕРТВОВАНИЙ



x2

РАЗА

ПОЖЕРТВОВАНО НА БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ



КОординатор
АКЦИИ



АЛЬТУРА
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТИ



Иллюстрация: Art Press



#ЩЕДРЫЙВТОРНИК

28 НОЯБРЯ

2 0 2 3



www.щедрыйвторник.рф