

[illegible]

організуєте свої контакти

**ЦЯ ТАКТИКА КОРИСНА ДЛЯ
РОЗУМІННЯ ВАШИХ ЗВ'ЯЗКІВ
ТА ВЗАЄМОВІДНОСИН З
МЕТОЮ МАКСИМАЛЬНОГО
ВИКОРИСТАННЯ ВАШОЇ
МЕРЕЖІ КОНТАКТІВ**

ВІДЕО ПРИКЛАД

● Організуйте та мобілізуйте людей, з якими ви підтримуєте контакт

Програмісти та прихильники open source

CiviCRM - це безкоштовна open source програма, яка допоможе вам під час організації ваших контактів. За допомогою цієї програми можна надсилати та відслідковувати групові електронні листи, що доволі корисно під час організації якогось заходу. На зразок адресної книги, CiviCRM перетворює вашу контактну інформацію в базу даних, а також відслідковує ваші дії (відправлення електронного листа, відповідь на лист, захід, який ви відвідали). CiviCRM зберігає інформацію на вашому власному сервері, таким чином, ви можете самостійно налаштувати захист для гарантії того, що ваша інформація залишиться конфіденційною і ви зможете отримати до неї доступ з будь-якого місця, де є інтернет.

ІНСТРУМЕНТИ, ЩО ВИКОРИСТОВУВАЛИСЯ:

Для встановлення CiviCRM вам знадобиться сервер з PHP та MySQL, з можливістю використання Drupal, Joomla чи окремої системи організації контенту (CMS).

ДЕТАЛІ ЗА ПОСИЛАННЯМ:

Сайт: <http://civicrm.org/>

Безкоштовна інструкція: <http://bit.ly/h1ecw>
(flossmanuals.net)

● Інформація про відновлювальні роботи для цільової аудиторії

Mercy Corps та Frontline SMS

Як одна зі складових відновлювальних робіт після Азійського цунамі, організація Mercy Corps використовувала Frontline SMS для донесення до людей чітко визначеної, важливої для них інформації за допомогою мобільних телефонів. Frontline SMS - це безкоштовна open source програма, яка дозволяє відправляти текстові повідомлення вибраній групі контактів. Таким чином, організація Mercy Corps змогла відправляти різноманітну актуальну інформацію різним групам людей, а люди, які постраждали від цунамі, отримали доступ до цієї оперативної інформації, використовуючи всього лише свій телефон.

ІНСТРУМЕНТИ, ЩО ВИКОРИСТОВУВАЛИСЯ:

FrontlineSMS, мобільні телефони

ДЕТАЛІ ЗА ПОСИЛАННЯМ:

FrontlineSMS: <http://www.frontlinesms.com/>

Mercy Corps и FrontlineSMS: <http://bit.ly/21og3e> (ictupdate.cta.int)



CIVICRM



FRONTLINESMS

ЗАПЛАНУЙТЕ СВОЮ АКЦІЮ

- Створення бази даних ваших контактів може виявитися доволі непростим завданням. Яким чином ви зможете визначити те, наскільки часто люди бажають отримувати від вас інформацію? Можливо, їм потрібна всього лиш одноразова інформація про конкретну акцію; а можливо, вони не проти отримувати регулярні новини про загальні та поточні теми проекту?
- Чим кращими є ваші знання про ваші ж контакти, тим ефективнішим буде ваш взаємозв'язок. Продумайте механізм для створення якомога актуальнішої та повної бази даних контактів.
- Що надійніше: збір інформації через email чи за допомогою форми на сайті? Чи може створена сторінка, присвячена вашій акції, на сайті соціальної мережі бути одним з методів залучення прихильників? Детальне планування збору контактної інформації принципове для організації акції. Поясніть людям, для чого ви збираєте їхні контакти і яким чином ви будете їх використовувати.
- Зробіть інформацію, яку ви поширюєте, якомога актуальнішою для тих, кому вона адресована. Розсилка надто загальних повідомлень усім вашим прихильникам може призвести до того, що вони почнуть ігнорувати як вашу інформацію, так і їхній зв'язок з вашою організацією. Запитайте у ваших прихильників, який формат (email, текстове повідомлення, відео), тип (інформаційний бюлетень, інформація про конкретну акцію чи захід) та періодичність (щоденно, щотижня, щомісяця) комунікації їм найбільш підходить.
- Окрім розсилки інформації ваших контактам, ви також можете познайомити людей один з одним та запросити їх до участі у заході чи акції або ж створити більш вузькоспрямований проект.

організуйте свої контакти: p2



НАОЧНИЙ ПРИКЛАД

НАЗВА: Kleercut

ХТО: Greenpeace

ДЕ: Північна Америка

ПОСИЛАННЯ: <http://kleercut.net/>

ОПИС

Kleercut - це акція, яку організувала Greenpeace з метою запобігти подальшому використанню волокон дерев для виготовлення продукції Kimberly-Clark.

Програма CiviCRM була використана для збору контактної інформації про людей, які відвідали сайт Kleercut та для розсилання електронних повідомлень раз чи два рази на місяць. За допомогою цих повідомлень організатори проекту просили учасників взяти участь в проекті, наприклад, повернутися на сайт Kleercut та відправити повідомлення акціонерам Kimberly-Clark чи взяти участь у публічній акції неподалік від їхнього місця проживання. Kleercut також давав можливість активістам створювати свої регіональні списки прихильників та розсилати їм повідомлення. Річард Брук, автор проекту, згадує: «Ми не могли самостійно організувати протест у кожному місті, саме тому для нас було важливим дати людям в руки інструменти самоорганізації. Замість п'яти учасників акції у нас було 10 000 людей, які були готові до реальних дій завдяки створеним нами інструментам: так званий набір Kleercut - інструкція з користування, плакати, медіа-релізи».

CiviCRM використовувалась для відслідковування активності відвідувачів сайту. Саме завдяки цьому інструменту було помічено, що 15-20% людей, яким були надіслані електронні листи, взяли участь в акції повторно. За словами Річарда, цей відсоток був навіть більшим за реакцію на стандартні розсилки Greenpeace. Акція успішно

завершилась у 2009 році, коли компанія Kimberly-Clark погодилась ввести стандарти на вміст дерев'яних волокон у своїх продуктах.

ІНСТРУМЕНТИ, ЩО ВИКОРИСТОВУВАЛИСЯ: Drupal

для створення сайту та CiviCRM для організації контактів.

«В міру того, як нові інструменти, такі як Facebook, YouTube, MySpace та Twitter, ставали доступними, ми почали використовувати і їх», - розповідає Річард.

МАСШТАБ: Протягом 5-ти років 30 000 людей прийняли участь в акції; більшість з них проживали у Північній Америці. Сайт був доступний на двох мовах: англійській та французькій.

ВАРТІСТЬ: Декілька тисяч доларів для створення сайту, інтеграції Drupal та CiviCRM та для створення логотипу. Вартість хостингу складала близько 50\$-60\$ на місяць + витрати на зарплати співробітників, які реалізовували та контролювали хід проекту.

РЕСУРСИ: Щойно онлайн інструменти для керування контентом були встановлені, додаткові засоби для реалізації акції були вже не потрібні. «Більшість нашого контенту - історії, блоги, акції - 80% були створені самими учасниками», - розповідає Річард.

ЧАС: 4-5 місяців на створення та тестування сайту і системи керування контентом. Акція почалась у листопаді 2004 і закінчилась в серпні 2009.

РІВЕНЬ СКЛАДНОСТІ: 3 з 5



ДЕТАЛІ ЗА ПОСИЛАННЯМ:
Акція Kleercut за допомогою open source: <http://www.kleercut.net/en/open-source-campaigning>

організуйте свої контакти: р3

ЗРОБІТЬ ЦЕ САМІ

Запитайте себе

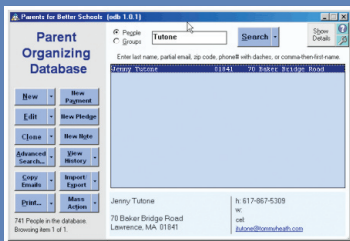
- Кого вам потрібно додати до вашої бази контактів в першу чергу і як з ними зв'язатися? Яким чином ви будете провокувати людей до дій після долучення їх до вашої акції?
- Яким чином ви будете використовувати ЗМІ для привернення уваги та людей до вашої акції?
- Як люди, що вже приймають участь у вашій акції, можуть долучити велику аудиторію? Можливо, нехай вони просто розсилають електронні листи, публікують відео та фото у своїх блогах та соціальних мережах?
- Чи є у вас зручний інструмент для видалення контактів з вашої бази?
- Яким чином ви гарантуватимете безпеку та конфіденційність ваших контактів? Ці дані зберігатимуться на вашому сервері? Де зберігатиметься резервна копія даних на випадок їх втрати чи конфіскації?
- Які з акцій, до яких ви хочете долучити людей, найважливіші для відслідковування - організація заходів, мобілізація прихильників, підпис петиції чи розсилка електронних листів?

Інші можливі шляхи керування та збору контактів

- 1 На додаток до відслідковування ваших прихильників, створіть базу з контактами людей, які можуть змінити ситуацію, навіть якщо ці люди перебувають в опозиції до вашої акції. Вам потрібно мати під рукою цю інформацію, оскільки вона може стати корисною при потребі розіслати електронні листи з конкретним запитанням цим людям і потім прослідкувати їхню реакцію.
- 2 Попросіть людей підписатися на отримання оновлення про вашу акцію на їхні мобільні телефони за допомогою невеликого опитування, на яке вони можуть відповісти за допомогою СМС.
- 3 Створіть мапу ваших прихильників, на якій будуть позначені місця їхнього найбільшого скупчення.
- 4 Допоможіть вашим прихильникам організувати їхні власні заходи, пропонуючи познайомити їх з людьми, які вже беруть участь у вашій акції і живуть поруч.
- 5 Під час організації заходу у рамках акції попросіть учасників підписатися на отримання СМС та електронних повідомлень з важливою інформацією та новими інструкціями. Попросіть їх переслати цю інформацію тим, хто може бути в ній зацікавлений.

ПОПУЛЯРНІ МЕТОДИ

Підтримуйте контакт з вашими прихильниками
Organizers' Database (<http://organizersdb.org/>) - це безкоштовна програма, яка полегшує ваш взаємозв'язок з клієнтами, активістами та іншими контакторами. Organizers' Database не тільки допомагає вам зберігати інформацію про імена та адреси ваших контактів, але й формувати цю інформацію для електронних розсилок та друку етикеток з адресами на звичайні конверти. Цю програму також можна використовувати для відслідковування отриманих пожертв та пов'язаних з ними листів. Ця програма працює тільки під операційною системою Windows. CiviCRM можна використовувати з усіма ОС (<http://civicrm.org/>).



організуйте свої контакти: p5

КОРИСНІ ПОРАДИ

РІЧАРД БРУКС З KLEERCUT ТА GREENPEACE ПРО МОЖЛИВОСТІ:

«Якщо організація людей онлайн - важлива складова вашої акції, переконайтесь, що у вас є можливість продовжити цей процес. У нашому випадку ми планували завершити акцію раніше, аніж вона в врешті решт закінчилась, і коли нам потрібно було переорієнтуватися та використовувати нові тактики, ми не змогли продовжити онлайн-мобілізацію людей в тому масштабі, у якому робили це раніше».

КЕН БАНКС З FRONTLINESMS ПРО ЦІЛЬОВУ АУДИТОРІЮ ДЛЯ ВАШОЇ ІНФОРМАЦІЇ:

«Під час побудови взаємовідносин з людьми, зрозуміло, що ви не повинні їх розчаровувати, нервувати і налаштовувати проти себе, надсилаючи їм інформацію, яка їм не потрібна. З практичної точки зору це означає, що вам потрібно об'єднати людей в групи. Залежно від того, яку інформацію ви використовуєте, ви легко можете визначити цільову аудиторію для окремого інформаційного повідомлення, яке ви бажаєте розіслати».

МІХАЛ МАХ З CIVICRM ПРО ВИКОРИСТАННЯ OPEN SOURCE ПРОГРАМ:

«Онлайн спільноти об'єднують довкола багатьох програм, особливо open source, і ці спільноти відіграють велику роль, допомагаючи людям змінювати програми залежно від їхніх потреб. Моя порада: коли ви використовуєте певну програму для організації ваших контактів - діліться своїм досвідом; ця інформація допоможе багатьом під час користування цією ж програмою».