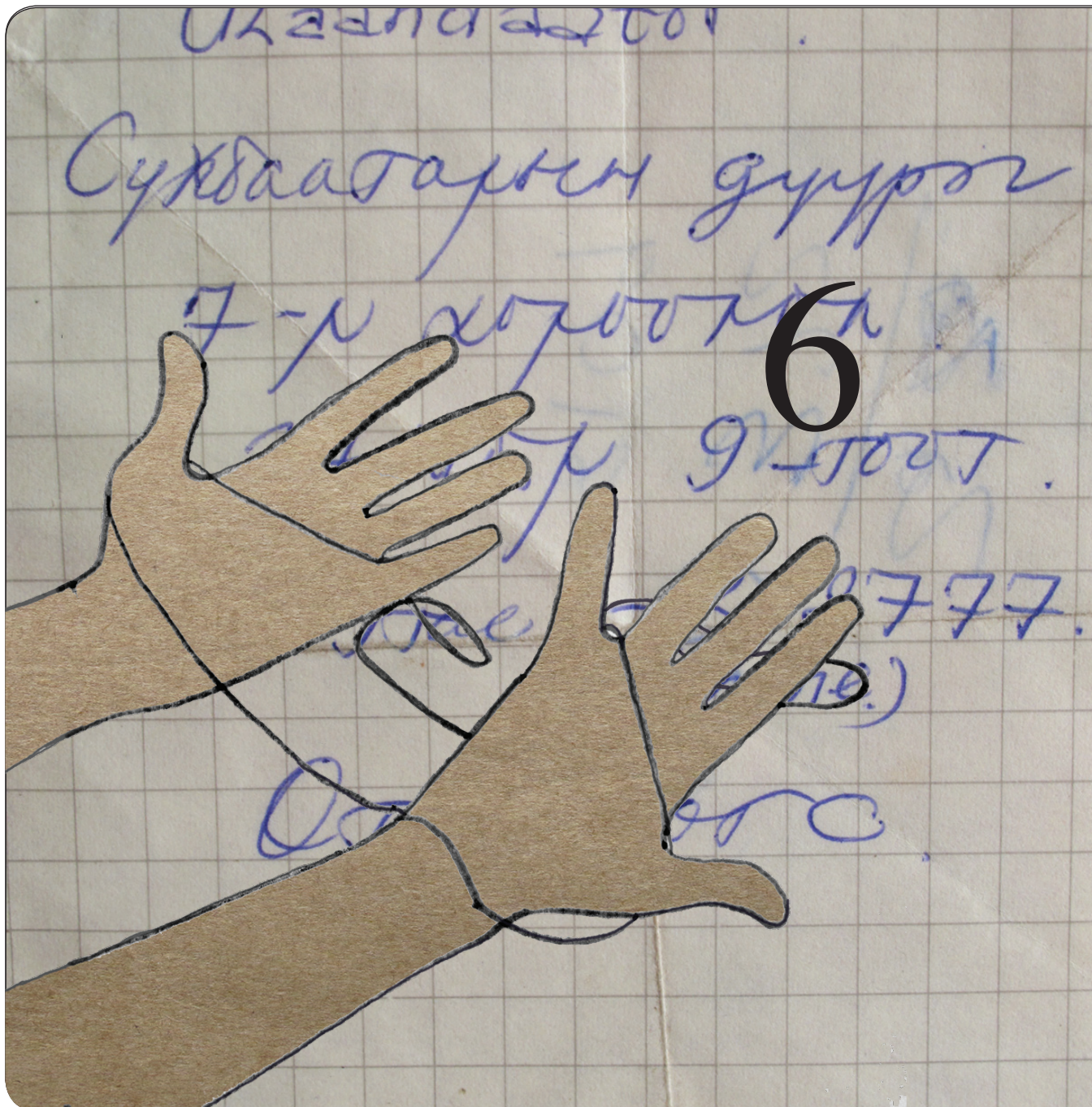


6



**Shvatite
vaše veze**

**upravljajte
svojim
kontaktima**

**OVA TAKTIKA JE DOBRA
ZA RAZUMIJEVANJE VAŠIH
VEZA I ODNOSA I KAKO
NAJBOLJE ISKORISTITI MREŽE
KOJIMA PRIPADATE**

PRIMJERI IZ VIDEA

● Organizirajte i mobilizirajte vaše kontakte

Zastupnici i programeri softvera otvorenog izvornog koda
CiviCRM je slobodan softver otvorenog izvornog koda koji pomaže u uređivanju vaših odnosa. Može se koristiti za slanje i praćenje odgovora na bulk-mailove, kao i za planiranje događaja i sakupljanje fondova. Kao svaki adresar, CiviCRM organizira kontaktne informacije u datoteku, ali i prati interakciju sa ljudima (poslane mailove, mailove na koje ste odgovorili, događaje kojima ste prisustvovali) kao i odnose između ljudi. CiviCRM te podatke čuva na vašem vlastitom serveru, što znači da možete instalirati sigurnosne mjere kako bi osigurali privatnost tih informacija i da do njih pristupite svugdje gdje postoji konekcija na internet.

KORIŠTENE ALATKE: CiviCRM zahtjeva web server koji radi sa PHP i MySQL aplikacijama, sa opcijom korištenja Drupala ili Joomla-e, ili zasebni sistem za uređivanje sadržaja (CMS).

LINKOVI SA VIŠE INFORMACIJA:

Websajt: <http://civicrm.org/>

Besplatna uputstva: <http://bit.ly/h1ecw> (flossmanuals.net)

● Davanje ciljanih informacija o rekonstrukciji

Mercy Corps i Frontline SMS

Kao dio rada na rekonstrukciji nakon cunamija u Aziji, Mercy Corps je koristio FrontlineSMS kako bi ljudima davao ciljane informacije o humanitarnoj pomoći preko mobilnih telefona. FrontlineSMS je softver otvorenog i slobodnog izvornog koda koji omogućava slanje tekstualnih poruka unaprijed odabranoj grupi kontakata. To je omogućilo Mercy Corpsu slanje različitih informacija različitim grupama ljudi; preko mobilnih telefona, ljudi pogođeni cunamijem dobijali su najnovije informacije.

KORIŠTENE ALATKE:

FrontlineSMS, mobilni telefoni

LINKOVI SA VIŠE INFORMACIJA:

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

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



CIVICRM



FRONTLINESMS

PLANIRAJTE VAŠU AKCIJU

- Izgradnja datoteke sa kontaktima može predstavljati izazov. Kako ćete znati kakve odnose određeni ljudi žele sa vama? Da li ih zanima jednokratna informacija o specifičnoj akciji, ili bi bili sretni da primaju redovne vijesti o opštijim pitanjima i tekućim kampanjama?
- Što su tačnije informacije koje imate o vašim kontaktima, to će jače biti vaše veze sa njima. Procijenite koji bi bio najbolji način da osigurate da će vaša datoteka sa kontaktima biti što je moguće više ažurirana i kompletna.
- Da li je sakupljanje kontakt informacija preko elektronske pošte pouzdanije od korištenja formulara za registraciju na websajtu? Da li je postavljanje profila vaše kampanje na sajtovim društvenih mreža način da pozovete ljude koji vas podržavaju da se uključe? Bitno je da pažljivo isplanirate kako ćete sakupljati kontaktne informacije i da ljude obavjestite zašto sakupljate te informacije i za šta ćete ih koristiti.
- Prilagodite informacije koje dajete vašim korisnicima. Slanje masovne poruke svim podržavačima može izazvati ljude da ignorišu sve vaše poruke i prekinu odnose sa vama. Možete upitati podržavače koji format (elektronska pošta, tekstualna poruka, video), tip (newsletter, specifični tip kampanje, događaji), i učestalost (dnevno, sedmično, mjesečno) komunikacije im najviše odgovara.
- Osim slanja informacija vašim kontaktima, možete povezati ljude kako bi se uključili u žive događaje ili akcije, povezati lokalne i specifičnije akcije ili kampanje.

upravljajte svojim kontaktima: p2



GREENPEACE USA

STUDIJA SLUČAJA

IME: Kleercut

KO: Greenpeace

GDJE: Sjeverna Amerika

URL: <http://kleercut.net/>

OPIS

Kleercut je kampanja Greenpeace-a koja je imala za cilj da zaustavi korištenje djevičanskih drvenih vlakana u proizvodima kompanije Kimberly-Clark. CiviCRM je korišten za sakupljanje kontaktnih informacija od ljudi koji su posjetili websajt kampanje Kleercut i za slanje obavještenja e-mailom jednom ili dvaput mjesečno. U tim obavještenjima, od ljudi je traženo da nešto urade, na primjer, povratak na website Kleercut kako bi poslali ciljani e-mail akcionarima Kimberly-Clarka, ili uključivanje u direktnu akciju u njihovoj blizini. Kleercut je takođe međusobno povezivao zastupnike, omogućavajući im kreiranje mail liste na regionalnom i gradskom nivou kojima i sami mogu upravljati. Richard Brooks, jedan od ljudi koji su radili na kampanji, kaže „Mi nismo mogli sami organizirati svaki protest u svakom gradu, tako da je bilo od velike važnosti da ljudima damo alatke za samoorganiziranje. Umjesto pet ljudi, imali smo 10,000 koji su mogli djelovati u fizičkom svijetu zbog oruđa koja smo im dali: Kleercut paket za djelovanje, knjiga sa alatkama, postere, saopštenja za medije“. CiviCRM je korišten za praćenje angažmana i u Kleercut-u su vidjeli da su 15-20% ljudi kojima su slali mailove preuzeli akciju – „veći odziv nego na opštoj listi Greenpeace-a“, kaže Richard. Kampanja Kleercut je završena sa uspjehom, u augustu 2009. godine, kada se Kimberly-Clark saglasila na uvođenje standarda o sadržaju biljnih vlakana u svojim proizvodima.

KORIŠTENE ALATKE: Drupal za websajt i CiviCRM za upravljanje kontaktima. Richard kaže: “Kada su se pojavile nove alatke, kao što su Facebook, YouTube, MySpace i Twitter, počeli smo koristiti i te alatke”.

DOSEG: U više od pet godina, koliko je trajala kampanja, u nju se uključilo 30,000 ljudi, najviše njih iz Sjeverne Amerike. Websajt je bio dostupan na engleskom i francuskom jeziku.

TROŠKOVI: Nekoliko hiljada američkih dolara za plaćanje vanjskim izvođačima da naprave websajt, integrišu Drupal i CiviCRM i dizajniraju logo. Hostiranje websajta košta 50-60 dolara mjesečno. Tu su i troškovi personala koji upravlja i sprovodi projekat.

RESURSI: Kada ste postavili i uključili alatke za objavljivanje i upravljanje kontaktima, više nema bitnih dopunskih troškova u smislu tehnologije uključene u kampanju. “Veliki dio sadržaja na internetu – priče, blogovi i članci o akcijama – 80% svega toga uradili su ljudi uključeni u kampanju”, kaže Richard.

VRIJEME TRAJANJA: od 4 do 5 mjeseci za implementaciju i podešavanje websajta i pripadajućih upravljačkih sistema. Kampanja je počela u novembru 2004. a završena je u augustu 2009. godine.

NIVO TEŽINE: 3 od mogućih 5

LINKOVI SA VIŠE INFORMACIJA:

Kleercutove kampanje otvorenog izvornog koda:

<http://www.kleercut.net/en/open-source-campaigning>



[HTTP://WWW.KLEERCUT.NET/](http://www.kleercut.net/)

URADITE SAMI

Pitajte

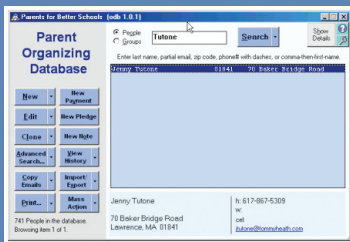
- Koji ljudi vam najviše trebaju za vašu datoteku kontakata i kako do njih doći? Kada ste ih regrutirali, kako će dalje biti uključeni u vašu kampanju?
- Kako ćete koristiti medije za skretanje pažnje na vašu kampanju kako bi se više ljudi uključilo u nju?
- Kako možete iskoristiti ljude koji su već regrutirani za kampanju, kako bi regrutirali druge ljude prosljeđivanjem vaših izvještaja mailom, razmjenom videa, postavljanjem slika na njihove blogove i na profile na sajtovima društvenih mreža?
- Postoji li jednostavna i brza procedura brisanja podataka iz datoteke, na zahtjev neke osobe?
- Koje korake ćete preuzeti da osigurate da su podaci o vašoj grupi sigurni i da se čuva njihova privatnost? Da li ćete te podatke čuvati na našem serveru? Postoji li back-up za slučaj zabljebe ili zagube?
- Koje akcije koje tražite od ljudi su najvažnije za praćenje – organizovani događaji, regrutirani novi kontakti, potpisane peticije, poslani e-mailovi?

Pristupi koje vi možete da upotrijebite

- 1 Osim praćenja vaših podržavača, organizujte kontakt informacije ljudi koji imaju moć da postignu promjene koje vi želite da vidite – čak i kada se ti ljudi suprotstavljaju vašoj kampanji. Tako ćete pri ruci imati informacije kada trebate poslati (ili vaši podržavači) ciljanje kampanjske mailove tim ljudima, a možete pronaći način za praćenje njihovih odgovora.
- 2 Regrutirajte ljude da se prijave za primanje izvještaja o kampanji mobilnim telefonom preko ankete o pitanju kojim se bavite na koju će odgovore slati tekstualnom porukom.
- 3 Kreirajte mapu vaših podržavača, na kojoj će se vidjeti gdje su najveće koncentracije vaših podržavača, na osnovu informacija koje su se saglasili dati.
- 4 Pomozite podržavačima da organiziraju vlastite događaje u sklopu kampanje tako što ćete ponuditi da ih povežete sa drugim ljudima uključenim u kampanju u njihovoj blizini. Korištenjem alatki za upravljanje kontaktima, možete uraditi bez da otkrivete njihove kontakt informacije drugima.
- 5 Na živoj akciji koja je povezana sa vašom kampanjom, pitajte ljude da li bi se upisali za primanje ciljanih tekstualnih poruka ili obavještenja e-mailom sa izvještajima sa događaja ili prenose informacije koje ste pripremili.

ALATKA U FOKUSU

Održavajte kontakte sa ljudima koji vas podržavaju
Organizers' Database (<http://organizersdb.org/>) je besplatan slobodan softver koji omogućava lakše praćenje vaših komunikacija sa podrškom, ljudima uključenim u kampanju i drugim kontaktima. Osim čuvanja imena i adresa vaših kontakata, Organizers' Database je dobra i za formatiranje tih kontakt informacija u mailove, pisma i etikete sa adresama. Može se koristiti i za praćenje donacija i slanje odgovora na ranije komunikacije. Program radi samo na kompjuterima koji koriste Windows operativni sistem. CiviCRM može da se koristi sa svim operativnim sistemima (<http://civicrm.org>).



upravljajte svojim kontaktima: p5

KORISNI SAVJETI

RICHARD BROOKS, IZ KLEERCUT-A I GREENPEACE-A, O KAPACITETU:

“Ako je organizovanje ljudi na internetu bitna alatka za vašu kampanju, osigurajte da ćete imati kapacitete da nastavite dalje. Mi smo očekivali da će kampanja završiti ranije nego što je završila, a kada smo morali da pomjerimo fokus kako bi uveli druge taktike, nismo imali kapacitet da produžimo sa organizovanjem preko interneta u istom stepenu kao na početku”.

KEN BANKS, FRONTLINESMS, O USMJERAVANJU VAŠE PORUKE:

“Kada se radi o građenju odnosa sa ljudima, veoma je važno da ih ne uznemiravate, da im ne dosađujete i antagonizirate slanjem informacija koje im nisu potrebne. Sa operativne strane, kako bi osigurali da se to neće dogoditi, veoma je važno da grupišete ljude. U zavisnosti od softvera ili sistema koji koristite, moći ćete lako da identifikujete i ciljate na određene ljude, u zavisnosti od poruke koju planirate da pošaljete”.

MICHAL MACH, IZ CIVICRM-A, O DOBIJANJU PODRŠKE KADA KORISTITE ALATKE OTVORENOG IZVORNOG KODA:

“Okolo mnogih alati, a naročito oko softvera otvorenog izvornog koda, postoje online zajednice koje igraju važnu ulogu davanjem pomoći ljudima da prilagode softver vlastitim potrebama i kontekstima. Dakle, kada koristite neku alatku za upravljanje vaših kontakata, moj savjet bi bio da podijelite vaša iskustva sa drugima, kako bi i oni mogli da ih iskoriste”.