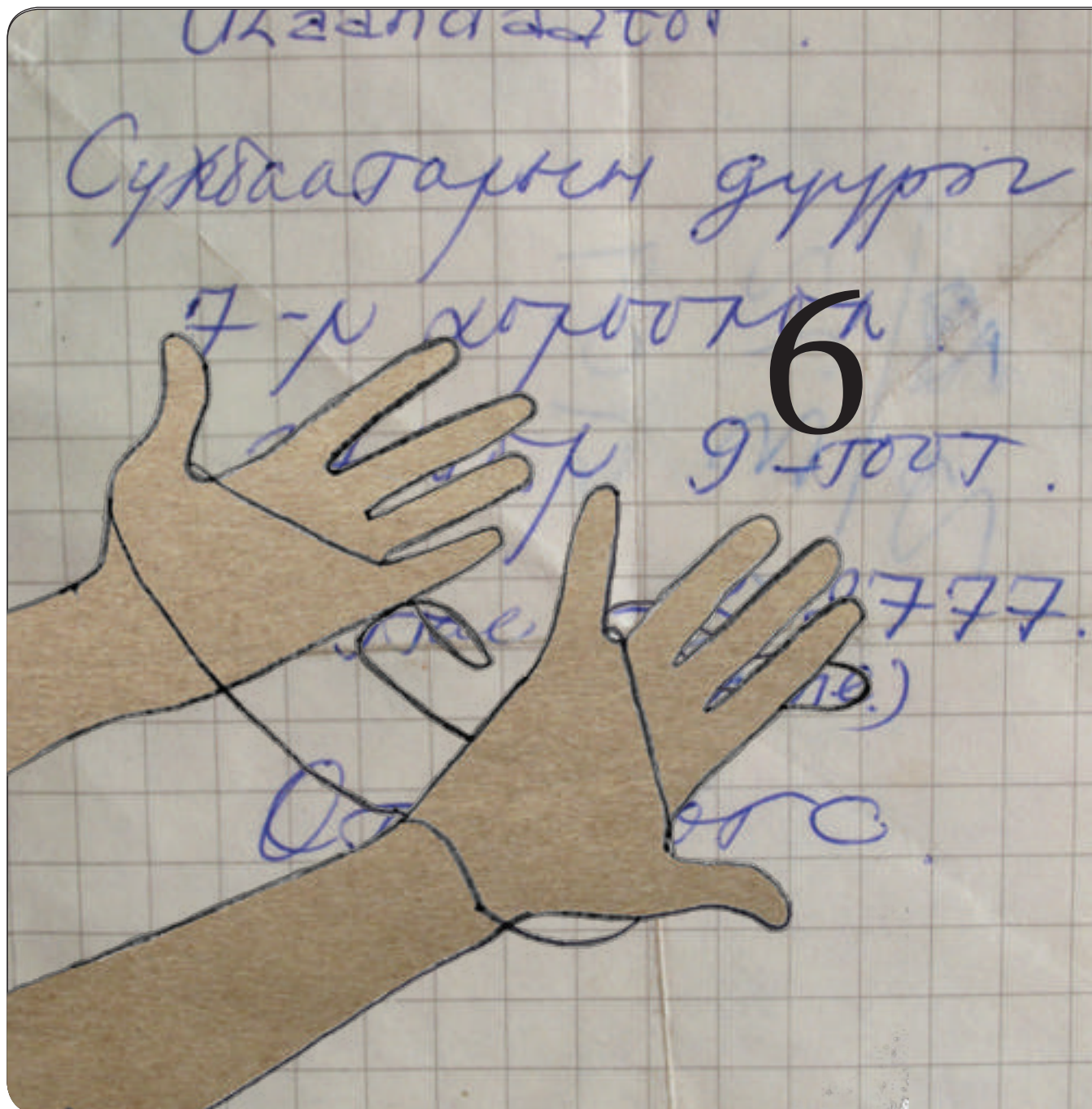


6



**Понимайте
СВОИ СВЯЗИ**

**организуйте
СВОИ
КОНТАКТЫ**

ЭТО ТАКТИКА ПОЛЕЗНА
ДЛЯ ПОНИМАНИЯ
ВАШИХ КОНТАКТОВ И
ВЗАИМООТНОШЕНИЙ С
ЦЕЛЮ МАКСИМАЛЬНОГО
ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВАШИХ
СВЯЗЕЙ

ВИДЕО ПРИМЕРЫ

● Организуйте и мобилизуйте людей с которыми вы в контакте

Программисты и сторонники программы open source
CiviCRM это бесплатная программа open source, которая может вам помочь в организации ваших связей. С помощью этой программы можно посылать и отслеживать групповые email, что может быть полезно в организации мероприятий и сборе средств. Как адресная книга, CiviCRM организывает вашу контактную информацию в базу данных, а также отслеживает ваши действия (отправленные email, ответные email, мероприятия, которые вы посетили). CiviCRM хранит информацию на вашем собственном сервере, что означает, что вы можете установить защиту, для гарантии, что ваша информация конфиденциальна, и вы можете получить к ней доступ из любой точки с доступом в Интернет.

ИСПОЛЬЗОВАВШИЕСЯ ИНСТРУМЕНТЫ:

Для установки CiviCRM вам необходим веб сервер, использующий PHP и MySQL, с возможностью использовать Drupal, Joomla или отдельную систему организации контента (CMS).

ССЫЛКИ, ГДЕ МОЖНО УЗНАТЬ ПОДРОБНЕЕ:

Вебсайт: <http://civicrm.org/>

Бесплатное руководство: <http://bit.ly/h1ecw> (flossmanuals.net)

● Предоставление целевой информации о восстановительных работах

Mercy Corps и Frontline SMS

В качестве одной из составляющих восстановительных работ после Азиатского цунами, Организация Mercy Corps использовала Frontline SMS для предоставления людям очень определенной, важной для них, информации с помощью мобильных телефонов. Frontline SMS – это бесплатная программа open source, позволяющая отправлять текстовые сообщения определенной группе контактов. Таким образом, организация Mercy Corps смогла отправлять разную актуальную информацию разным группам людей, а люди, пострадавшие во время цунами, могли получать оперативные данные, используя свои мобильные телефоны.

ИСПОЛЬЗОВАВШИЕСЯ ИНСТРУМЕНТЫ:

FrontlineSMS, мобильные телефоны

ССЫЛКИ, ГДЕ МОЖНО УЗНАТЬ ПОДРОБНЕЕ:

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

Mercy Corps и FrontlineSMS: <http://bit.ly/2log3e> (ictupdate.cta.int)



CIVICRM

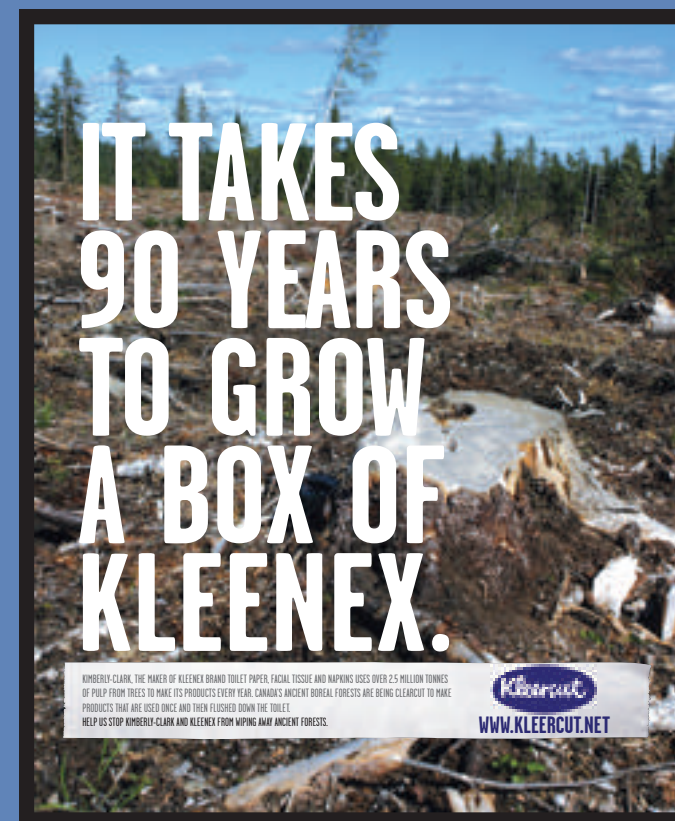


FRONTLINE SMS

СПЛАНИРУЙТЕ СВОЮ АКЦИЮ

- Создание базы данных ваших контактов может оказаться непростой задачей. Каким образом вы можете определить, как часто люди захотят получать информацию от вас? Возможно, им требуется единичная информация о конкретной акции; или они не против получать регулярные новости об общих и текущих темах проекта?
- Чем более аккуратными данными о ваших контактах вы обладаете, тем эффективнее будет ваша взаимосвязь. Продумайте механизм для создания вашей базы данных как можно более актуальной и полной.
- Что окажется более надежным: сбор контактной информации с помощью email или заполнения формы на вебсайте? Может ли создание страницы, посвященной вашей акции, на сайтах социальных сетей служить способом привлечения ваших сторонников? Тщательное планирование сбора контактной информации принципиально для организации акции. Объясните людям, для чего вы собираете их контакты и как вы будете их использовать.
- Сделайте информацию, которую вы распространяете, как можно более актуальной для тех, кому она поступает. Рассылка слишком общих сообщений всем вашим сторонникам может привести к тому, что они начнут игнорировать как вашу информацию, так и их связь с вашей организацией. Спросите ваших сторонников какой формат (email, текстовое сообщение, видео), тип (информационный бюллетень, информация об определенных акциях и мероприятиях) и частоту (ежедневно, еженедельно, ежемесячно) коммуникации они предпочитают.
- Кроме рассылки информации вашим контактам, вы также можете представить людей друг другу и привлечь их к участию в мероприятиях и акциях, или создать более узконаправленные проекты.

организуя свои контакты: р2



GREENPEACE USA

УЧЕБНЫЙ ПРИМЕР

НАЗВАНИЕ: Kleercut

КТО: Greenpeace

ГДЕ: Северная Америка

ССЫЛКА: <http://kleercut.net/>

ОПИСАНИЕ

Kleercut – акция, организованная Greenpeace, с целью прикратить использование волокон девственных лесов для производства продуктов Kimberly-Clark.

Программа CiviCRM была использована для сбора контактной информации людей, посетивших вебсайт Kleercut, и рассылки электронных сообщений раз или два раза в месяц. С помощью этих сообщений организаторы проекта просили адресата принять участие в проекте, например, вернуться на вебсайт Kleercut и отправить сообщения акционерам Kimberly-Clark, или принять участие в акции, проводимой не далеко от их мета жительства. Kleercut также представил активистов друг другу, позволив им создать свои региональные и городские списки рассылок, которыми они управляли сами. Ричард Брук, разрабатывавший проект вспоминает: «Мы не могли организовать митинги протеста в каждом городе, поэтому для нас было важно предоставить людям инструменты для самоорганизации. Вместо пяти участников акции, у нас было 10,000 человек, способных предпринять реальные действия, благодаря созданным нами инструментам: так называемый набор для действия Kleercut – руководство к действию, плакаты, медиа релизы». CiviCRM был использован для отслеживания активности посетителей вебсайта, с помощью которого было замечено, что 15-20% людей, кому были отправлены emailы приняли участие в акции повторно. По словам Ричарда, этот процент был даже больше, чем реакция на стандартные рассылки Greenpeace.

Акция увенчалась успехом в 2009 году, когда компания Kimberly-Clark согласилась ввести стандарты на содержание древесного волокна в своих продуктах.

ИСПОЛЬЗОВАШИЕСЯ ИНСТРУМЕНТЫ: Drupal для создания вебсайта и CiviCRM для организации контактов. “По мере того, как новые инструменты как Facebook, YouTube, MySpace и Twitter стали доступными, мы стали использовать и их», - говорит Ричард.

ОХВАТ: в течение 5-ти лет, 30,000 человек приняли участие; большинство из них были из Северной Америки. Вебсайт был доступен на двух языках, английском и французском.

СТОИМОСТЬ: Несколько тысяч долларов для создания вебсайта, интеграции Drupal и CiviCRM, и создания логотипа. Стоимость веб-хостинга составляло около \$50-\$60 в месяц + расходы на зарплаты сотрудников, осуществлявших и контролировавших проект.

РЕСУРСЫ: Как только онлайн и контент менеджмент инструменты были установлены, дополнительных средств для осуществления акции не требовалось. «Большая часть нашего веб контента – истории, блоги, акции – 80% была создана участниками акции», - говорит Ричард.

ВРЕМЯ: 4-5 месяцев на создание и тестирование вебсайта и системы управления контентом. Акция была запущена в ноябре 2004 и закончилась в августе 2009.

УРОВЕНЬ СЛОЖНОСТИ: 3 из 5



HTTP://KLEERCUT.NET/STICKERS

**ССЫЛКИ, ГДЕ МОЖНО
УЗНАТЬ ПОДРОБНЕЕ:**
**Акция Kleercut с помощью open
source:** [http://www.kleercut.net/en/
open-source-campaigning](http://www.kleercut.net/en/open-source-campaigning)

СДЕЛАЙТЕ САМИ

Спросите себя

- Кого вам необходимо добавить в базу данных своих контактов в первую очередь? После привлечения людей к вашей акции, как вы сможете их заинтересовать в принятии действия?
- Как вы будете использовать СМИ для привлечения большего внимания и большого количества людей к вашей акции?
- Как люди, уже принимающие участие в вашей акции, могут привлечь большую аудиторию? Возможно, это может быть достигнуто при помощи рассылки emailов, публикации видео и изображений на их блогах и сайтах социальных сетей?
- Разработан ли вами удобный процесс удаления контактов из вашей базы данных?
- Какие шаги вы предпримите для гарантии безопасности и конфиденциальности данных ваших контактов? Будут ли эти данные храниться на вашем личном сервере? Где будет храниться резервная копия данных на случай их конфискации или утраты?
- Какие из акций, для участия в которых вы хотите привлечь людей, важнее всего отслеживать – организованные мероприятия, новые привлеченные сторонники, подписанные петиции, или отправленные emailы?

Несколько идей, которые помогут вам организовать задуманное

- 1 В добавление к отслеживанию ваших сторонников, создайте базу данных с контактами людей, обладающих властью изменить ситуацию, даже, если эти люди находятся в оппозиции к вашей акции. Вам стоит иметь эту информацию легко доступной, когда вам (или вашим сторонникам), понадобится отправить этим людям emailы с конкретным вопросом и проследить, ответили ли они.
- 2 Просите людей подписаться на получение обновлений о вашей акции на их мобильные телефоны, с помощью небольшого опроса, на который они могут ответить с помощью смс.
- 3 Создайте карту сторонников, на которой будут отмечены места их наибольшего сосредоточения, основываясь на информации, предоставленной ими добровольно.
- 4 Помогите вашим сторонникам организовать их собственные мероприятия, предлагая познакомить их с людьми, уже участвующими в вашей акции, живущими близко друг к другу.
- 5 Во время мероприятий, посвященных вашей акции, попросите участников подписаться на получение смс и emailов с важной для них информацией и новыми данными. Попросите их переслать эту информацию тем, кто может быть в ней заинтересован.

ПОПУЛЯРНЫЙ СПОСОБ:

Оставайтесь в контакте с вашими сторонниками

База данных организаторов (Organizers' Database (<http://organizersdb.org/>)) – это бесплатная программа, позволяющая легче отслеживать взаимоотношения вашей организации с клиентами, активистами и прочими контактами. База данных организаторов (Organizers' Database) не только помогает вам хранить информацию об именах и адресах ваших контактов, но также форматировать эту информацию для emailов, писем и этикеток с адресами. Эта программа также может использоваться для отслеживания полученных пожертвований и связанной с ними корреспонденцией. Эта программа работает только на компьютерах с операционной системой Windows. CiviCRM может использоваться со всеми операционными системами (<http://civicrm.org/>).



организуите свои контакты: р5

ПОЛЕЗНЫЕ СОВЕТЫ

РИЧАРД БРУКС ИЗ KLEERCUT И GREENPEACE О ВОЗМОЖНОСТЯХ:

«Если организация людей онлайн – важный элемент вашей акции, убедитесь, что у вас есть возможность продолжать это делать. В нашем случае, мы планировали завершить акцию раньше, чем она была в итоге завершена, и когда нам потребовалось переориентироваться и использовать новые тактики, у нас не оказалось возможности продолжать мобилизацию людей онлайн, в масштабе, в котором мы это делали в начале акции».

КЕН БАНКС ИЗ FRONTLINESMS О ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ ДЛЯ ВАШЕЙ ИНФОРМАЦИИ:

«В плане строительства взаимоотношений с людьми, абсолютно очевидно, что вы не должны их растривать, раздражать, и восстанавливать против себя, посылая им информацию, в которой они не нуждаются. С практической точки зрения это означает, что вам нужно объединить людей в группы. В зависимости от того, какую программу вы используете, вы с легкостью можете определить целевую аудиторию для определенной информации, которую вы хотите разослать».

МИХАЛ МАХ ИЗ CIVICRM, ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ПРОГРАММ OPEN SOURCE

«Онлайн сообщества объединяются на основе многих программ, особенно программ open source, и эти сообщества играют важную роль, помогая людям модифицировать программы в соответствии с их нуждами и контекстом. Мой совет, когда вы используете определенную программу для организации ваших контактов, делитесь своим опытом; эта информация может помочь многим, использующим ту же программу».