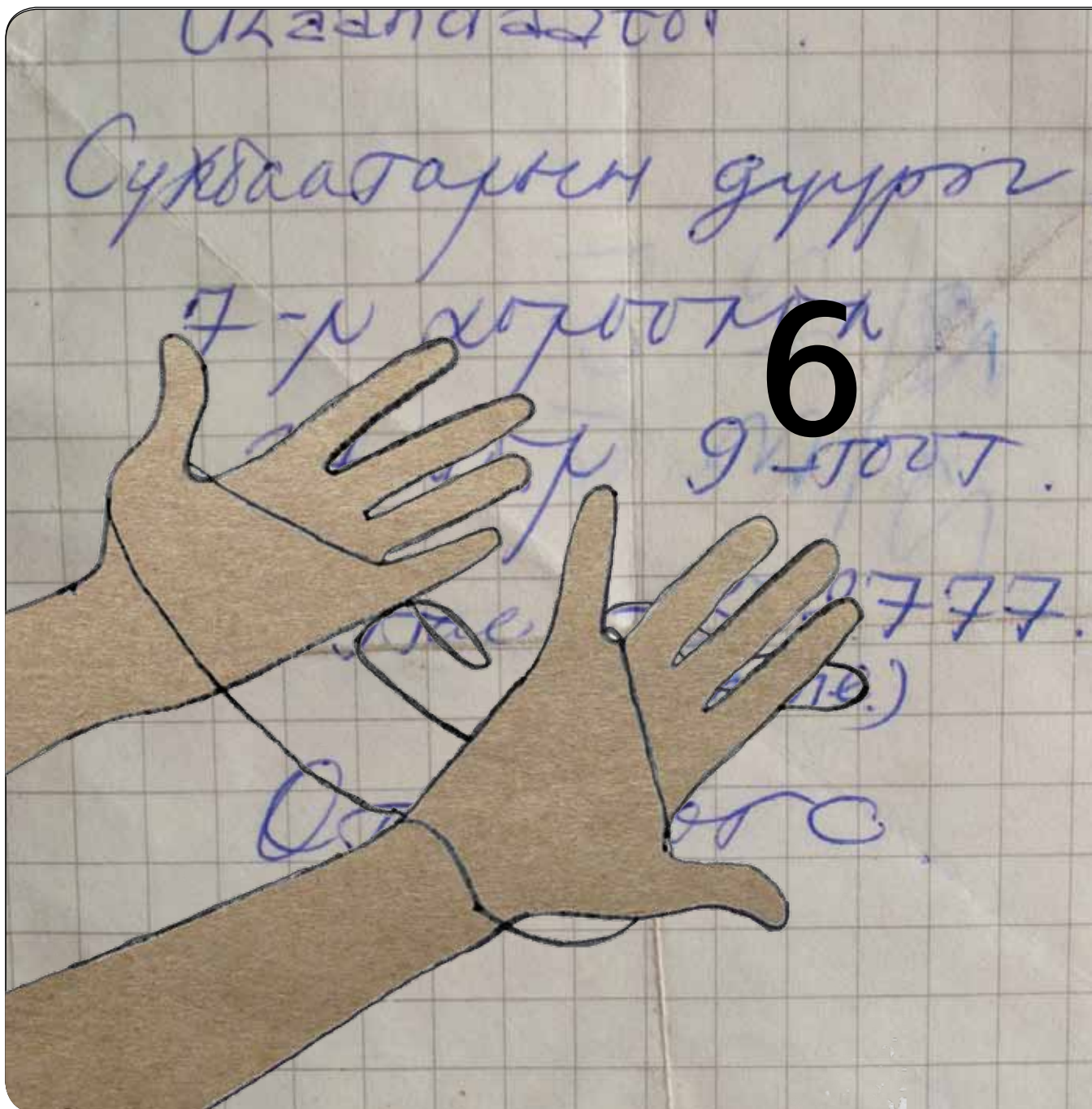


# 6



**Entenda  
suas  
conexões**

**gerencie seus  
contatos**

ESTA TÁTICA É INDICADA PARA  
ENTENDER SEUS CONTATOS E  
RELACIONAMENTOS, PARA QUE  
VOCÊ POSSA OBTER O MELHOR  
APROVEITAMENTO DE SUAS  
REDES DE RELACIONAMENTO

## EXEMPLOS RETIRADOS DO VÍDEO

### ● Organize e mobilize seus contatos

*Ativistas e programadores de software de código livre*

CiviCRM é um software livre que pode ser utilizado para gerenciar sua rede de relacionamentos. A ferramenta pode enviar e monitorar respostas a e-mails enviados por mala direta e pode ser utilizada para planejar reuniões e eventos beneficentes. Como uma agenda de contatos, CiviCRM organiza as informações em uma base de dados mas também rastreia e-mails enviados, recebidos, eventos comparecidos e as relações entre as pessoas. O CiviCRM armazena estes dados em seu próprio servidor Web, o que significa que você pode instalar medidas de segurança para ter certeza de que a informação é privada e que você pode acessá-la de qualquer lugar através da internet.

**FERRAMENTAS UTILIZADAS:** o CiviCRM requer um servidor Web que utilize PHP e MySQL com a opção de usar Drupal ou Joomla ou qualquer CMS (ferramenta de gerenciamento de conteúdos).

### LINKS PARA SABER MAIS:

**Website:** <http://civicrm.org/>

**Manual gratuito:** <http://bit.ly/h1ecw> (flossmanuals.net)

### ● Fornecer informação direcionada para projetos de reconstrução

*Mercy Corps e Frontline SMS*

Como parte de um trabalho de reconstrução após o tsunami asiático, a Mercy Corps utilizou o Frontline SMS para fornecer informação altamente direcionada através de telefones celulares. O FrontlineSMS é um software livre de código aberto que permite que mensagens de texto sejam customizadas em grupos de contatos. Desta forma, a Mercy Corps pôde enviar vários tipos de informação para diferentes grupos de pessoas, utilizando seus telefones móveis; através destes, as pessoas afetadas por tsunamis tinham acesso a informações atualizadas.

**FERRAMENTAS USADAS:** FrontlineSMS, telefones celulares

### LINKS PARA SABER MAIS:

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

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



CIVICRM

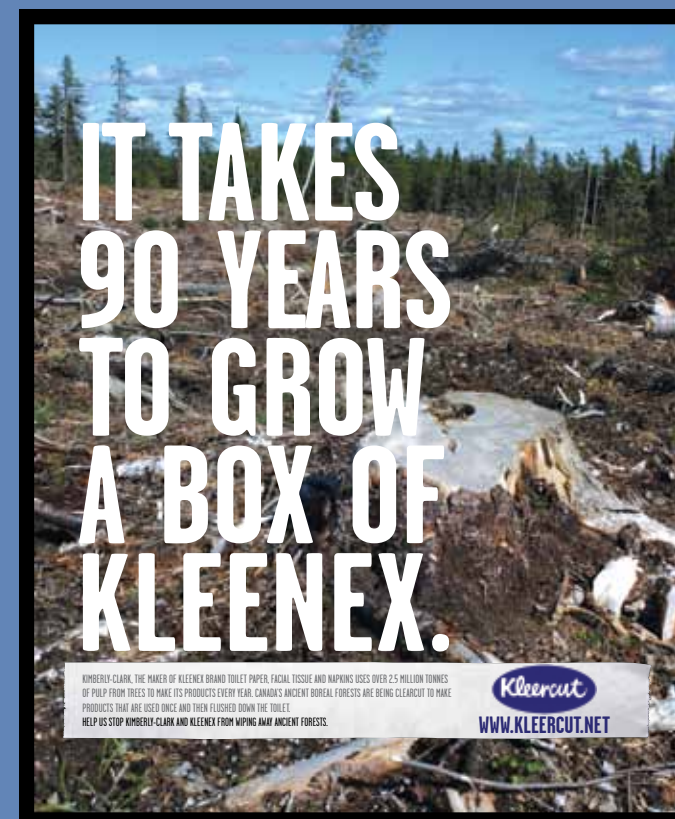


FRONTLINE SMS

## PLANEJE SUA AÇÃO

- Construir uma base de dados de contatos pode ser difícil. Como você saberá qual o tipo de relação que as pessoas querem manter com você? Será que querem informações pontuais ou receber notícias regularmente sobre questões e campanhas mais gerais ou contínuas?
- Quanto mais precisos os dados que você coletar sobre seus contatos, mais fortes serão suas conexões com eles. Busque a melhor forma possível de manter sua base de dados atualizada e completa.
- Será que coletar as informações de contato das pessoas utilizando e-mail é mais confiável do que utilizar formulários no website? Será que postar um perfil para sua campanha em um site de rede social pode ser uma forma de pedir que pessoas se juntem a você? É importante planejar cautelosamente como você irá coletar informações das pessoas e ter certeza de que você irá informá-los sobre o motivo deste processo e o modo através do qual estas informações serão usadas.
- Customize as informações que você fornece para as pessoas o máximo possível. Enviar mensagens genéricas ou mala-direta para todos os que apoiam sua campanha pode fazer com que estas pessoas ignorem suas mensagens e até parem de se relacionar com você. Você pode perguntar para aqueles que apoiam sua campanha em que formato (e-mail, SMS, vídeo), tipo (newsletter, campanhas específicas, eventos) e frequência (diariamente, semanalmente, mensalmente) eles preferem receber as informações.
- Adicionalmente, você também pode conectar as pessoas umas às outras para participar de eventos ou ações, ou ainda criar campanhas de escopo local.

gerencie seus contatos: p2



## ESTUDO DE CASO

**TÍTULO:** Kleercut

**QUEM:** Greenpeace

**ONDE:** América do Norte

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

### DESCRIÇÃO:

Kleercut é uma campanha implementada pelo Greenpeace para acabar com o uso de madeira virgem nos produtos da empresa Kimberly-Clark. O CiviCRM foi utilizado para coletar as informações de contato das pessoas que visitavam o website da Kleercut e para enviar alertas por e-mail, uma ou duas vezes ao mês. Nestes alertas, as pessoas eram estimuladas a participar de ações - por exemplo, a retornar ao website da Kleercut para enviar um e-mail direcionado a acionistas da Kimberly-Clark, ou para participar de uma ação próxima de sua região. A Kleercut também conectou ativistas, permitindo que criassem listas de e-mail regionais e em suas cidades, para gerenciar seus próprios grupos. Richard Brooks, que trabalhou na campanha, diz: "Nós não podíamos organizar todos os projetos em todas as cidades e localidades, então foi importante dar ferramentas para as pessoas se auto-organizarem. Em agosto de 2009 a campanha da Kleercut terminou com sucesso, pois a empresa Kimberly-Clark concordou em adotar padrões reguladores do conteúdo das fibras em seus produtos.

**FERRAMENTAS UTILIZADAS:** Drupal para o website e CiviCRM para gerenciar contatos. Richard diz que "à medida em que mais ferramentas foram disponibilizadas, como Facebook, YouTube, Myspace e Twitter, começamos a usá-los também".

**ALCANCE:** Em cinco anos de campanha, 30.000 pessoas se cadastraram, a maioria na América do Norte. O website estava disponível em inglês e francês.

**CUSTO:** Milhares de dólares para a contratação de terceiros para criarem o website, integrar Drupal e CiviCRM e criar a logo. A hospedagem na web custou aproximadamente US\$50.00 a 60.00 por mês, mais o custo de funcionários para implementar o projeto.

**RECURSOS:** Assim que foram lançadas as ferramentas para postagem no website e para o gerenciamento de contatos, não houve custos adicionais significativos para dar suporte à tecnologia por trás da campanha. "Grande parte do conteúdo do website - as histórias, blogs e ítems relacionados à ação - 80% disso foi produzido pelos participantes da campanha", diz Richard.

**DURAÇÃO:** 4 a 5 meses para implementar e customizar o website e os sistemas de gerenciamento que o compõem. A campanha foi lançada em novembro de 2004 e terminou em agosto de 2009.

**NÍVEL DE DIFICULDADE:** 3 de 5

### LINKS PARA SABER MAIS:

**A campanha de código livre da Kleercut:** <http://www.kleercut.net/en/open-source-campaigning>



HTTP://KLEERCUT.NET/EN/STICKERS

## FAÇA VOCÊ MESMO (A)

### Pergunte-se:

- Quais as pessoas que você mais precisa adicionar em sua base de dados e como você irá contatá-las? Após serem incluídas em sua base, você continuará engajando-as em sua campanha?
- Como você irá utilizar a imprensa para chamar a atenção para sua campanha e buscar mais participantes?
- Como você poderá fazer com que as pessoas que já participam de sua campanha consigam recrutar outros participantes ao encaminhar seus alertas por e-mail, compartilhar vídeos, postar imagens em seus blogs e perfis em redes sociais?
- Qual o processo através do qual as pessoas podem ser excluídas de suas bases de dados facilmente?
- Que passos você tomará para ter certeza de que os dados se manterão seguros e privados? Você irá armazenar estes dados no seu servidor? Como você fará o backup em caso de perda ou pane?
- Que tipos de ação são as mais importantes para serem rastreadas – eventos organizados, recrutamento de novos contatos, petições assinadas, e-mails enviados?

### Formas alternativas de executar o projeto

- 1 Além de rastrear daqueles que apoiam sua campanha, organize as informações de contato das pessoas que têm o poder de fazer as mudanças que você deseja - mesmo se estas pessoas se opõem à sua campanha. Você então terá esta informação em mãos quando precisar enviar (ou pedir para que seus participantes enviem) e-mails direcionados para estas pessoas e assim você encontrará formas de monitorar suas respostas.
- 2 Convoque pessoas para se cadastrarem para receber alertas através de telefone celular sobre sua campanha, fazendo uma enquete a respeito da questão que você está defendendo - cuja resposta pode ser dada também em forma de mensagem de texto.
- 3 Crie um mapa de sua base de apoio, representando a localização da maioria dos ativistas que apoiam você, com base nas informações que eles(as) forneceram.
- 4 Ajude seus colaboradores a organizar os eventos de suas campanhas oferecendo-se para articulá-los com outras pessoas que fazem parte de sua campanha, mas que estão próximos a eles(as). Utilizando as ferramentas de gerenciamento de contatos, você pode fazer isto sem revelar informações pessoais para terceiros.
- 5 Em um evento relacionado à sua campanha, peça às pessoas para se cadastrarem para receber mensagens de texto ou alertas via e-mail sobre relatórios ao vivo ou informação que consta em relatórios que você já preparou.



## FERRAMENTA EM DESTAQUE

### **Mantenha contato com aqueles que apoiam você**

O Organizers' Database (<http://organizersdb.org/>) é um software livre que facilita o monitoramento de sua comunicação com seus apoiadores, participantes de campanha e demais contatos. Além de armazenar os nomes e endereços dos contatos, o Organizer's Database também permite a formatação destes dados em e-mails, cartas e etiquetas para postagem. O software também pode ser utilizado para rastrear doações e manter contato posterior. Este programa funciona em computadores que usam o Windows como sistema operacional. O CiviCRM pode ser utilizado em todos os sistemas operacionais. (<http://civicrm.org/>).



gerencie seus contatos: p5

## DICAS

### **RICHARD BROOKS, DA KLEERCUT E GREENPEACE, SOBRE CAPACIDADE:**

"Se organizar pessoas online for uma ferramenta importante para você, assegure-se de que você tem a capacidade de continuar a campanha. Nós esperávamos que a campanha terminasse antes da data em que de fato terminou, e quando tivemos que mudar o nosso foco para incluir novas táticas nós não possuíamos mais a capacidade de continuar a articulação online com a qual tínhamos começado."

### **KEN BANKS, DE FRONTLINESMS, SOBRE DIRECIONAR SUAS MENSAGENS:**

"Em relação à construção de relacionamentos com as pessoas, é evidentemente importante que você não antagonize ou as incomode com mensagens que elas não queiram. Do lado operacional, para ter certeza de que isso não aconteça, é importante agrupar os contatos. Dependendo de que software ou sistema estiver sendo utilizado, você pode facilmente identificar e atingir pessoas específicas de acordo com a mensagem específica que você está planejando enviar."

### **MICHAL MACH, DE CIVICRM, SOBRE CONSEGUIR APOIO UTILIZANDO FERRAMENTAS DE CÓDIGO LIVRE:**

"Comunidades online existem em torno de várias ferramentas, especialmente ferramentas de software livre - e estas comunidades realizam um papel importante ajudando as pessoas a customizar softwares para atender às suas próprias necessidades, de acordo com seus contextos específicos. Então, quando você usa uma ferramenta em particular para gerenciar seus contatos, meu conselho é que você compartilhe suas experiências com outros para que eles também possam se beneficiar."