

6

Kuptoni lidhjet tuaja

menaxhoni
kontaktet tuaja

KJO TAKTIKË ËSHTË E MIRË
PËR TË KUPTUAR LIDHJET
DHE MARRËDHËNIET TUAJA
KËSHTU QË JU MUND TË
SHFRYTËZONI MË MIRË
RRJETIN QË I TAKONI

SHEMBUJ NGA VIDEO

● Organizoni dhe mobilizoni kontaktet tuaja

Mbojtësit dhe programuesit e softuerit të lirë burimor

CiviCRM është softuer i lirë me kod burimor të hapur që mund të përdoret për të menaxhuar marrëdhëniet tuaja. Ai mund të dërgoj dhe të përgjigjet nga bulk-email, si dhe për planifikimin e ngjarjeve dhe mbledhjes së fondeve. Si të gjithë adresarët, CiviCRM organizon informatat e kontakteve në një bazë të dhënash, por edhe ndjek interaksionin me njerëzit (porositë elektronike të dërguara, të përgjigjura, ngjarjet në të cilat keni marrë pjesë) si dhe marrëdhëniet mes njerëzve. CiviCRM të dhënat e këtyra i ruan në ueb server-in tuaj, që do të thotë se ju mund të instaloni masa të sigurisë, për të siguruar privatësinë e këtyre informacioneve dhe ju mund të keni qasje në të njëjtat kudo që ka internet.

MJETET E PËRDORURA: CiviCRM kërkon një ueb server i cili punon me aplikacionet PHP dhe MySQL, me mundësi për të përdorur Drupal apo Joomla, ose një sistem të pavarur të menaxhimit të përmbajtjes (CMS).

LINQE PËR MË SHUMË INFORMACIONE:

Ueb faqja: <http://civicrm.org/>

Udhëzues falas: <http://bit.ly/h1ecw> (flossmanuals.net)

● Sigurimi i informacionit të synuar për rindërtim

Mercy Corps dhe Frontline SMS

Si pjesë e punës së rindërtimit pas cunamit aziatik, Mercy Corps përdori FrontlineSMS për të siguruar njerëzit me informacione të synuara për ndihmën humanitare nëpërmes telefonave celularë. FrontlineSMS është softuer i lirë me kod të hapur burimor që ju mundëson të dërgoni porosi tekstuale grupeve paraprakisht të vendosura të kontakteve. Në këtë mënyrë, Mercy Corps mund të dërgojë informacione të ndryshme grupeve të ndryshme të njerëzve, duke përdorur telefonat e tyre celularë, njerëzit e goditur nga cunami kanë marrë informacionet më të reja.

MJETET E PËRDODURA:

FrontlineSMS, telefona celularë

LINQE PËR MË SHUMË INFORMACIONE:

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

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



CIVICRM

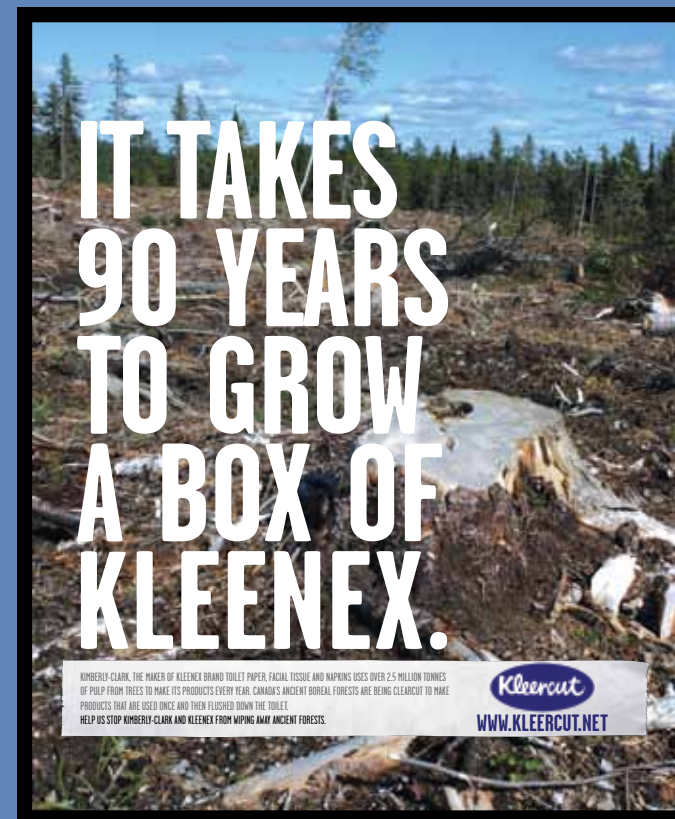


FRONTLINE SMS

PLANIFIKONI AKSIONIN TUAJ

- Ndërtimi i bazës së të dhënave të kontakteve mund të jetë i vështirë. Si do të dini çfarë marrëdhëniesh dëshirojnë të kenë njerëzit me ju? Vallë duan një informacion për një veprim të caktuar, apo janë të kënaqur që marrin lajme të rregullta për çështje të përgjithshme dhe për fushatën rrjedhëse?
- Sa më të sakta të jenë të dhënat që keni në lidhje me kontaktet tuaja, aq më e fuqishme do të jetë lidhja me ta. Vlerësoni si mund të mbani bazën e të dhënave tuaja të kontakteve sa më të plotë që është e mundur.
- A është mbledhja e informacionit të personave të kontaktuar me postë elektronike më e besueshme se shfrytëzimi i formularit në ueb faqe? A është vendosja e profilin për fushatën tuaj në faqet e rrjeteve sociale mënyrë për të kërkuar nga përkrahësit të bashkohen me ju? Është me rëndësi të planifikoni me kujdes se si do t'i mblidhni kontakt informacionet nga njerëzit dhe të ju tregoni njerëzve se pse i mblidhni ato dhe për çka do t'i shfrytëzoni ato.
- Përshtatni informacionet që iu jepni njerëzve sa më shumë që është e mundur. Dërgimi i porosive masive të gjithë përkrahësve tuaj mund të shkaktojë që njerëzit të injorojnë të gjitha porositë tuaja dhe të përfundojnë marrëdhëniet e tyre me ju. Ju mund të pyetni përkrahësit tuaj se çfarë formati (postë elektronike, porosi tekstuale, video), tipi (buletin, lloje të veçanta të fushatave, ngjarje), dhe frekuenca (ditore, javore, mujore) të komunikimit që ata preferojnë.
- Përveç dërgimit të informacionit kontakteve tuaja, ju gjithashtu mund të lidhni njerëzit me njëri-tjetrin për t'u angazhuar në ngjarje të drejtpërdrejta ose aksione, ose të mendojnë aksione lokale ose aksione apo fushata më specifike.

menaxhoni kontaktet tuaja: f2



GREENPEACE USA

STUDIM RASTI

TITULLI: Kleercut

KUSH: Greenpeace

KU: Amerika Veriore

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

PËRSHKRIM

Kleercut është një fushatë e realizuar nga Greenpeace për t'i dhënë fund përdorimit të fibrave të virgjëra të drurit në produktet e Kimberly-Clark. CiviCRM është shfrytëzuar për të mbledh kontakt informacione nga njerëzit që kanë vizituar faqen e internetit Kleercut dhe për dërgimin e postës elektronike njoftuese një ose dy herë në muaj. Në këto njoftime, nga njerëzit është kërkuar të ndërmarrin ndonjë aksion, për shembull, për t'u kthyer në faqen e internetit Kleercut për të dërguar një porosi elektronike aksionerëve të synuar të Kimberly-Clark, ose të përfshihen në aksion të drejtpërdrejtë në afërsi të tyre. Kleercut gjithashtu lidh në mes veti mbrojtësit, duke u mundësuar atyre të krijojnë listën e postave elektronike në nivel rajonal dhe të qytetit, të cilat mundet vet t'i menaxhojnë. Richard Brooks njëri nga njerëzit që ka punuar në fushatën thotë: "Ne nuk mund vet të organizonim çdo protestë në çdo qytet, kështu që ishte e rëndësishme për t'i dhënë njerëzve mjete për vetëorganizim. Në vend të pesë, ne kishim 10.000 njerëz në gjendje të bëjnë gjëra në botën fizike, për shkak të mjeteve që ua dhamë në dispozicion: Paketa Kleercut për veprim, një libër me mjete (toolbook), afishe, njoftim për media. "CiviCRM ishte përdorur për të ndjekur angazhimin e njerëzve dhe Kleercut mund të shihnin se 15-20% e njerëzve që dërguan postë elektronike ndërmorën aksion, "një përgjigje më e lartë se lista e përgjithshme e Greenpeace", thotë Richard. Fushata Kleercut përfundoi me sukses në gusht të vitit 2009, kur nga Kimberly-Clark ranë dakord që të fusin standardet për përmbajtjen e fibrave në produktet e tyre.

MJETET E PËRDODURA: Drupal për ueb faqen dhe CiviCRM për menaxhimin e kontakteve. Richard thotë: "Kur u paraqiten mjetet e reja si Facebook, YouTube, MySpace dhe Twitter, filluam t'i shfrytëzojmë edhe ato."

CAKU: Gjatë pesë viteve të fushatës, 30.000 njerëz u regjistruan, më së shumti nga Amerika Veriore. Ueb faqja ishte në gjuhën angleze dhe franceze.

KOSTOJA: Disa mijëra dollarë për kontraktorët nga jashtë për të krijuar ueb faqen, për të integruar Drupal dhe CiviCRM dhe për dizajnin e logos. Ueb hostingu kushtoi 50- 60 \$USD në muaj. Si dhe shpenzimet e vazhdueshme për stafin për menaxhimin dhe realizimin e projektit.

BURIME: Pasi keni filluar dhe përfshirë mjetet për menaxhimin e kontakteve, nuk ka më nevojë për shpenzime shtesë në kuptimin e përfshirjes së teknologjisë në fushatë. "Pjesa më e madhe e përmbajtjes së ueb faqes, tregime, blogje, dhe anëtarë në veprim, 80% e saj është bërë nga njerëzit e përfshirë në fushatë", thotë Richard.

KOHA: 4 deri në 5 muaj për realizimin dhe rregullimin e ueb faqes dhe sistemeve të menaxhimit të përbërësve.

NIVELI I VËSHTIRËSISË: 3 nga 5

LINQE PËR MË SHUMË INFORMACIONE:

Fushata e Kleercut-it për kodin burimor të hapur:

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



BËJENI VET

Pyet

- Cilët njerëz ju duhen t'i shtoni në bazën tuaj të kontakteve, dhe si do të arrini te ata? Pasi i keni rekrutuar njëherë, si do të vazhdoni t'i angazhoni ato në fushatën tuaj?
- Si do t'i shfrytëzoni mediet për të tërhequr vëmendjen për fushatën tuaj dhe të përfshini më shumë njerëz në të?
- Si mund t'i shfrytëzoni njerëzit, të cilët tashmë janë rekrutuar për fushatën, që të rekrutojnë të tjerë me dërgimin e raporteve tuaja të postës elektronike, shkëmbimin e videos, vendosjen e imazheve në blogjet e tyre dhe profilet e ueb faqeve të rrjeteve sociale?
- Cili është procesi me të cilin njerëzit mund të fshihen nga baza juaj e të dhënave në një mënyrë të lehtë?
- Çfarë hapa do të ndërmerrni që të siguroheni se të dhënat e grupit tuaj janë të sigurta dhe se do të ruhet privatësia e tyre? A do t'i ruani ato të dhëna në serverin tuaj? A ekziston mundësia e kthimit të të dhënave në rast të konfiskimit apo humbjes?
- Çfarë lloje të veprimeve që kërkonin të ndërmarrin njerëzit, janë më të rëndësishme për të ndjekur, ngjarjet e organizuara, kontakte të reja të rekrutuara, nënshkrim peticioni, posta e dërguar elektronike?

Mënyra të ndryshme për të bërë këtë

- 1 Përveç përcjelljes së mbështetësve, organizoni kontakt informacionet për ata që kanë fuqi për të bërë ndryshimet që ju doni t'i shihni, edhe në qoftë se këta njerëz janë kundër fushatës tuaj. Kështu do të keni këtë informacion në dorë kur duhet të dërgoni (ose kur përkrahësit e fushatës tuaj të dërgojnë) këtyre njerëzve postën e synuar elektronike të fushatës, dhe mund të gjeni mënyra për të ndjekur përgjigjet e tyre.
- 2 Rekrutoni njerëzit të regjistrohen për pranimin e raporteve për fushatën, me telefona celularë nëpërmes një sondazhi mbi çështjen tuaj, të cilave pyetje duhet t'u përgjigjen me porosi tekstuale.
- 3 Krijoni një hartë të përkrahësve tuaj, ku do të shihet se ku janë më të përqendruar përkrahësit tuaj, në bazë të informacionit që janë pajtuar t'u furnizojnë.
- 4 Ndihmoni përkrahësit të organizojnë ngjarjet e fushatës së vet, duke u ofruar të lidhen me njerëz tjerë të përfshirë në fushatë në afërsi të tyre. Duke shfrytëzuar mjetet për menaxhimin e kontakteve, ju mund të bëni këtë pa mos i zbuluar kontakt informacionet e të tjerëve.
- 5 Në një ngjarje të drejtpërdrejtë, e cila është e lidhur me fushatën tuaj, kërkonin nga njerëzit që të regjistrohen për të pranuar porositë tekstuale të synuara ose postë elektronike që siguron raporte të drejtpërdrejta ose informacione që tashmë i keni përgatitur.

PAJISJET NË FOKUS

Mbani kontakt me njerëzit të cilët ju përkrahin

Organizers' Database (<http://organizersdb.org/>) është softuer i lirë i cili mundëson ndjekje më të lehtë të komunikimit tuaj me mbështetësit, njerëzve të përfshirë në fushatë dhe kontakteve të tjera. Përveç ruajtjes së emrave dhe adresave të kontakteve tuaja, Organizers' Database është gjithashtu i mirë edhe për formatimin e kontakt informacioneve, letrave dhe etiketave me adresë. Ai mund të përdoret gjithashtu për të gjetur donacionet e bëra dhe përgjigjet e dërguara nga komunikimet e më hershme. Ky program punon vetëm në kompjuterët të cilët kanë sistem operativ Windows. CiviCRM mund të përdoret për të gjitha sistemet operative (<http://civicrm.org/>).



menaxhoni kontaktet tuaja: f5

KËSHILLA

RICHARD BROOKS, NGA KLEERCUT-I DHE GREENPEACE, MBI KAPACITETIN:

“Në qoftë se organizimi i njerëzve në internet është një mjet i rëndësishëm për fushatën tuaj, sigurohuni që të keni kapacitet për të vazhduar. Kemi pritur që fushata të përfundojë më herët, dhe kur duhej të ndryshojmë fokusin për të përfshirë taktika tjera, nuk kishim kapacitet të vazhdojmë me organizimin nëpërmes internetit si në fillim”.

KEN BANKS, NGA FRONTLINESMS, PËR DREJTIMIN E POROSIVE TUAJA:

“Në kuptimin e ndërtimit të marrëdhënieve me njerëzit, është e rëndësishme që mos i shqetësoni, mërzitni apo armiqësoni, duke u dërguar informacione që në fakt nuk i duan. Nga ana operacionale, që të siguroheni se nuk do të ndodhë kjo, është e rëndësishme që të gruponi njerëzit. Varësisht nga softueri apo sistemi që shfrytëzoni, mund shumë lehtë të identifikoni dhe synoni njerëz të veçantë, varësisht nga porositë që planifikoni t’i dërgoni”.

MICHAL MACH, NGA CIVICRM, PËR GJETJEN E MBËSHTETJES KUR SHFRYTËZONI PAJISJE ME KOD BURIMOR TË HAPUR:

“Ekzistojnë komunitete në internet, rreth shumë mjeteve, veçanërisht softuer të lirë me kod burimor të hapur, dhe këto komunitete luajnë rol të rëndësishëm duke u ndihmuar njerëzve që të rregullojnë softuerin e tyre për të përmbushur nevojat dhe kontekstet e tyre. Pra, kur shfrytëzoni një mjet të caktuar për administrimin e kontakteve tuaja, këshilla ime do të ishte që të ndani përvojat tuaja me të tjerët në mënyrë që ata mund të përfitojnë nga kjo. “