

## Препоръки при популяризиране на дарителска кампания чрез DMS

### Информация за кампанията

1. Напишете кратко в няколко изречения представяне на вашата кампания, което да използвате пред външна публика – медии, партньори, дарители – кои сте вие, какъв проблем решавате, какъв ще е ефектът?
2. Отделете специално време да създадете хубави кратки истории, свързани с проблема и кампанията ви. Хората четат докрай историите, запомнят ги и се вживяват в тях, ако се добре написани. Хората вярват на историите на други хора. Нека вашите истории разказват за човешки преживявания, промяна към по-добро, намиране на решения, защо не и смешни моменти. Дори и трагични днешни обстоятелства могат да бъдат убедителни за бъдещите ви дарители! Историите можете да публикувате във Фейсбук, сайта ви, бюлетин (ако имате), да ги разказвате при представяне на събития и срещи.

### Ваши информационни канали

3. Включете апела на кампанията в подписите на вашата лична електронна поща и на вашата организация.
4. Изпратете призив да дарят към ваши съмишленици и приятели по електронна поща, не пропускайте да сложите линк към Фейсбук страницата ви, поканете ги да я харесат и да следят какво се случва в кампанията.
5. Ако имате интернет сайт, публикувайте информация за кампанията ви и я актуализирайте постоянно.
6. Създайте Фейсбук страница или запазвайте съществуваща с информация. Сложете новина, че стартирате кампанията. Поне два пъти седмично публикувайте в страницата новини, снимки и друга свързана информация към кампанията – кратки анонси. Това може да е свързано с предисторията на проблема, с който сте се захванали, с текущи събития, проблеми, мнения на важни личности, които сте привлекли към каузата, споделяйте ваши собствени текстове с лична емоция (емоцията въздейства най-силно), правете аналогии с други места/хора/организации, свързани с този проблем.
7. Използвайте Фейсбук инструмента **#hashtag**. Целта на хаштага е да съберем всичко по дадена тема на едно място. Създайте подходящи думи за хаштагове и ги слагайте под всяка тематично свързана публикация във Фейсбук. Подходящи за хаштаг са името на кампанията ви в ДМС (но кратко!), така ще налагате послания и ключови думи; ваши събития – още от подготовката на събитието до след края; името на организацията. По този начин хората, които търсят съдържание за вас, ще намерят свързан чрез хаштаг статус и ако той им се стори интересен, забавен или полезен, ще го споделят със своите контакти.

8. След всяка новина добавяйте кратък призив да се дарява в стил „можете да ни подкрепите чрез дарителски SMS с текст на латиница DMS (*вашата дума*) на номер 17 777 (за абонати на Telenor, VIVACOM и Mtel). За абонаментни дарения и други начини за даряване – [www.dmsbg.com](http://www.dmsbg.com)”.
9. Призивът за даряване чрез DMS може да стои най-горе на страницата ви във Фейсбук за желан от вас срок, става чрез бутона горе вдясно на обявата за кампанията - изберете pin on top of page.
10. При възможност, помислете за платена реклама във Фейсбук. Като начало пробвайте с малък бюджет, например с 10-15 \$ за кратък период. Най-важното е да сте наясно към какви аудитории насочвате рекламата – да са свързани с вашия проблем, убеждения, ценности, географско положение, хоби или други общи характеристики.

### **Срещи с хора**

11. Планирайте ваши собствени събития или на приятели, на които е подходящо да представите каузата си. Предварително подготвеното представяне от т. 1 ще ви улесни!
12. При възможност, инвестирайте във визуализация – винил, банер, плакат, които илюстрират вашата кауза. Те ще ви бъдат от полза при събития и срещи.
13. Потърсете сред вашите съмишленици хора, които разбират от комуникации и социални медии – блогъри, влогъри, журналисти, PR, маркетинг специалисти. Помолете ги с професионална помощ в популяризирането на кампанията. Най-малкото, което можете да ги помолите, е да споделят, че са поддръжници на вашата кампания в ДМС в своите социални мрежи.
14. Рекламирайте кампанията на събития, в които вие лично участвате – обучения, конференции, състезания, фестивали. Кратък призив за даряване можете да отправите винаги.

### **Медии**

15. Потърсете традиционни медии – радиостанции, телевизии, вестници, както и електронни сайтове с предложение да рекламират вашата кампания. Ще ви улесни, ако имате предварително представянето от т.1 и хубави истории от т.2.
16. Поканете ги да отразят работата ви или история, място, хора, свързани с кампанията. Изпратете им подходящи снимки, видео.