



ملاحظات: إدارة الحملات الناجحة

ما المغزى من تبني قضية إذا لم تكن قادرين على إيصالها للناس؟ لتجعلوا صوتكم مسموعاً، عليكم في البداية شق طريقكم بين أصحاب القضايا الأخرى الذين يحاولون إيصال أصواتهم. اطلعوا على كيفية إشراك جمهوركم في حملتكم لنشرها كما يجب.

التفاصيل الصغيرة هي الأهم:

- ← النجاح يولد النجاح، وتحقيقه في الأهداف الصغيرة يشجع على الاستمرار لتحقيق الهدف الأكبر. قسموا حملتكم إلى خطوات صغيرة قابلة للتحقيق لتدفعوا جمهوركم إلى عمل ما تريدونه.
- ← جهزوا جمهوركم للنجاح. أي، اختاروا أهدافاً قابلة للتحقيق.
- ← ملاحظة نجاحكم من قبل الجمهور تصبح أسهل إذا اخترتم هدفاً قابلاً للقياس.
- ← يرغب جمهوركم في أن يكون جزءاً من مجتمع أكبر. الأهداف الجيدة هي تلك التي تتطلب العمل ضمن فريق أو مجموعة.
- ← كلما كان الهدف صعباً، انخفض احتمال دعم الجمهور له. حافظوا على بساطة أهدافكم.

إضافة الطابع الشخصي على القضية

- ← أضيفوا طابعاً شخصياً على القصة بشخصية محددة، فالجمهور يربط الأمور بشخصية محددة رباطاً أفضل.
- ← على القصص أن تحمل حبكة لتصبح مثيرة للاهتمام. حددوا المشكلة التي تواجهها شخصيتكم، واشرحوا الحاجات نحو الإصلاح بتحديد ووضوح.
- ← اجعلوا من الجمهور جزءاً من سياق القصة: ما الذي على الداعم أن يفعله؟ (وكيف يمكن للجمهور المساعدة بسهولة) لإصلاح الوضع الحالي؟ خصصوا تحدياً واحداً لكل قصة.
- ← تخيلوا الحل. صفوا كيف يمكن للأشياء أن تتحسن بفضل هذا التغيير البسيط. رسم صورة لما قد يحققه النجاح في الحملة يشجع الجمهور على إنجازها.

اطلبوا المساعدة عبر البريد الإلكتروني:

- ← البريد الإلكتروني وسيلة ناجحة لطلب الدعم للحملات وفق لدراسات أمريكية.

آخر تحديث - كانون الثاني 2016

