



PLANO DE COMUNICAÇÕES – 6 SEMANAS –

6
semanas
antes

PREPARE-SE

- Aprove internamente participação no GivingTuesday
- Decida como vai ser o seu apoio e comece a definir que causa(s) apoiar
- Defina como vai comunicar e divulgar a iniciativa, quer internamente, quer aos seus parceiros
- Defina como vai envolver os seus colaboradores e parceiros, clientes, fornecedores na campanha
- Defina se vai emitir um comunicado de imprensa sobre a sua campanha para o GivingTuesday
- Defina como pode fazer para que o maior número de pessoas possível tenha conhecimento e se envolva com a sua iniciativa para o GivingTuesday
- Caso tenha presença e pontos de venda ou serviço espalhados pelo país, dê visibilidade e incentive clientes a contribuírem para a causa que apoia ou qualquer outra
- Defina se pode fazer recolha de donativos (roupas, brinquedos, ou qualquer outro item) para entrega a uma organização social
- Defina se pode organizar um evento solidário/desafio para o dia
- Defina como vai comunicar nos seus locais físicos (disponibilizamos materiais gráficos) e no website e redes sociais (*banner*, informação)

4
semanas
antes

DIVULGAR PARTICIPAÇÃO NO GIVINGTUESDAY

- Divulgue aos seus colaboradores, clientes, parceiros que vai participar, explicando em que consiste o GivingTuesday
- Divulgue nas redes sociais e no seu website que vai participar
- Comunique que falta um mês e que estão a preparar a vossa iniciativa
- Incentive embaixadores e colaboradores a partilhar conteúdos nas redes sociais e a seguir as páginas do GivingTuesday Portugal
- Continue os preparativos para a sua campanha

2
semanas
antes

ACELERE AS COMUNICAÇÕES

- Email a comunicar a campanha (organizações apoiadas e como)
- Promova nas suas redes sociais – atualize a imagem do Facebook, Instagram, LinkedIn e o site com uma imagem e a mensagem “Faltam 2 semanas para o #GivingTuesday”
- Envie emails diretos, lembrando os seus *stakeholders* para fazerem parte da sua campanha #GivingTuesday

Visite

<https://www.givingtuesday.pt/como-participar/empresas/>

Onde poderá encontrar ideias e recursos para o dia



PLANO DE COMUNICAÇÕES

- 6 SEMANAS -

- 1 semana antes
- CONTAGEM DECRESCENTE NAS COMUNICAÇÕES**
- Email semanal com destaques da campanha e ações para embaixadores
 - Publique 2x nas redes sociais – atualize a imagem do Facebook, Insta e LinkedIn e o site com uma imagem e a mensagem “Falta 1 semana para o #GivingTuesday” e novidades sobre a sua campanha
 - Peça aos colaboradores para partilharem a vossa campanha nas redes sociais
 - Coloque *banner* no website se ainda não o tiver efetuado
 - Se não foi publicado, envie de novo o *press release* com a sua participação no GivingTuesday. Se não for publicado, utilize-o nas redes sociais
- Véspera
- PREPARATIVOS DE ÚLTIMA HORA**
- Email semanal a lembrar que o GivingTuesday é amanhã, envolvam-se
 - Garanta que está tudo pronto para a sua ação
 - Mobilize os colaboradores, embaixadores e restantes *stakeholders* sobre as atividades
 - Forte presença nas redes sociais: amanhã é o grande dia!
- No dia
- TERÇA-FEIRA! GIVINGTUESDAY!**
- Dia de envio de emails para todos os grupos
 - Grande alcance nas redes sociais durante o dia, focado no impacto das doações, metas para o dia, as suas histórias inspiradoras e #GivingTuesday
 - Publicações e tweets nas redes sociais comunicando e colocando imagens, testemunhos do decorrer da campanha
 - Faça pequenos vídeos da vossa iniciativa, se possível
 - Publicações e tweets nas redes sociais ao atingir marcos: 30%, 60 %, 80%, 90%, 100% das metas
 - Contacte os principais *stakeholders* para lembrar que hoje é o grande dia e agradecer
- AGRADEÇA**
- Agradeça envolvimento de todos através das redes sociais
 - Preencha o formulário de impacto social do GivingTuesday

Celebre o dia porque #juntosmudamosomundo

ATENÇÃO

Identifique-nos nos seus posts para que possamos fazer o *repost*. Basta escrever:



FB: @givingtuesdaypt

Instagram:

@givingtuesdayportugal