



CRONOGRAMA DE CAMPANHA **ORGANIZAÇÕES**



SUGESTÃO DE CRONOGRAMA

Passo a passo com datas para planeamento e organização da tua campanha!

ENTRE JUNHO E OUTUBRO

- Decide como é que a tua organização vai participar no GivingTuesday.
- **Define um objetivo e considera o teu público-alvo.** Gostarias de recrutar mais voluntários? Obter mais seguidores nas redes sociais? Angariar dinheiro para a tua causa? Fazer parceria com a tua comunidade para resolver um problema específico? Seja qual for a tua decisão de participar no GivingTuesday, estabelece um objetivo e dá ao teu pessoal e à tua comunidade algo a que aspirar.
- Verifica se o teu país ou cidade está a planear uma campanha local para o GivingTuesday. Se houver um movimento local, contacta a sua equipa para ver como te podes envolver. Se não houver, não faz mal (mas deves considerar liderar um para a tua comunidade no próximo ano!).
- **Envia um e-mail aos teus apoiantes para partilhar que a tua organização está a participar no GivingTuesday** e partilha um convite para o calendário. (Podes enviar este link ou criar o teu próprio com AddEvent para poder adicionar a página de donativos da tua organização).
- Reúne a tua equipa de embaixadores e peça-lhes que realizem angariações de fundos em nome da tua organização.



SEMANA DO DIA 4 DE NOVEMBRO

- **Anunciar.** Partilha o teu plano e objetivo num comunicado de imprensa ou organiza uma festa de lançamento da comunidade virtual e começa a espalhar a palavra sobre os teus planos para o GivingTuesday nas redes sociais.
- **Começar um burburinho.** Programa mensagens regulares nas redes sociais para falar sobre o trabalho da tua organização e como a tua comunidade pode apoiar melhor a tua missão.
- **Pensar numa correspondência ou noutra desafio.** Se estiveres a organizar uma campanha de angariação de fundos, fala com os apoiantes sobre a possibilidade de fornecer um subsídio equivalente ou um desafio para criar um entusiasmo extra no GivingTuesday.
- Envia novamente um e-mail aos teus apoiantes para lhes lembrar que o GivingTuesday está a chegar e detalhes específicos sobre como se podem envolver. Vê os exemplos de e-mails abaixo.

SEMANA DO DIA 11 DE NOVEMBRO

- Fala com a imprensa local. Utiliza o nosso **Modelo de Comunicado de Imprensa** para partilhar os teus planos de campanha com os meios de comunicação social locais. Muitos meios de comunicação social estão interessados em cobrir o GivingTuesday - não esperes para lançar a tua história na TV, rádio e jornais locais.

- Equipa os teus angariadores de fundos, o conselho de administração e os embaixadores, criando um kit de ferramentas simples para eles que contenha exemplos de mensagens de redes sociais, gráficos e ideias sobre como podem ajudar a divulgar a tua campanha GivingTuesday.

Prepara o teu conteúdo para as redes sociais e agenda o máximo que puderes.



SEMANA DO DIA 25 DE NOVEMBRO (1 SEMANA ANTES)

- Dá cartas nas redes sociais! Não te esqueças: convida a tua comunidade a juntar-se a ti no dia 2 de dezembro. Não te esqueças de utilizar o hashtag #GivingTuesdayPT nas tuas mensagens para que possamos partilhar os teus planos. Utiliza as tuas ferramentas de programação das redes sociais!
- Programa alguns e-mails durante a semana e durante o fim de semana para lembrar aos teus apoiantes de que o grande dia está a chegar.
- Lembra aos compradores da Black Friday e da Cyber Monday que devem poupar alguma energia para o GivingTuesday.
- Recorda os teus embaixadores e angariadores de fundos que falta uma semana para o fim do prazo e agradece-lhes antecipadamente.

2 DE DEZEMBRO (1 DIA ANTES)

- Envia um e-mail "1 Day to Go" e mensagens nas redes sociais.
- Certifica-te de que a tua direção, o teu pessoal, os angariadores de fundos e a comunidade em geral sabem que estamos na contagem decrescente para o GivingTuesday!



DIA 2 DE DEZEMBRO (GIVINGTUESDAY!)

- **É GivingTuesday!** Lembra-te de atualizar a tua comunidade sobre a tua campanha ao longo do dia. Partilha a tua posição em relação ao teu objetivo e utiliza o burburinho e a dinâmica do dia para criar entusiasmo pela tua campanha.
- **Agradece aos doadores e às pessoas que estão a ajudar a amplificar a tua campanha.**
- Publica nas redes sociais durante todo o dia. Entra em direto, partilha uma fotografia de hora a hora (não é necessário criar nada de novo, reutiliza o conteúdo existente) e destaca histórias de generosidade da tua comunidade. **Fala sobre a importância da tua missão e sobre a forma como a tua organização está a trabalhar para criar mudanças na vossa comunidade.**

DIA 4 DE DEZEMBRO (1 DIA DEPOIS)

- Envia um agradecimento personalizado aos teus funcionários, doadores, voluntários, parceiros e comunidade.
- Publica alguns posts e celebra a tua comunidade de doadores, voluntários, funcionários e apoiantes.
- Partilha o teu sucesso connosco! Envia um e-mail para a equipa GivingTuesday em geral@givingtuesday.pt com fotos ou anúncios que possamos partilhar.
- Utiliza o impulso do GivingTuesday para impulsionar a tua angariação de fundos no final do ano e reunir mais apoio para a tua missão.



O COMPROMISSO QUE VOS PEDIMOS

FEEDBACK DE RESULTADOS

- N° de doadores
- N° de doações recebidas
- Valor monetário
- Valor em bens
- Horas de voluntariado
- Testemunhos, fotos e vídeos desde o início.

SALVE TODOS OS REGISTOS!

Todas as informações são importantes para a tua organização usar como estratégia de storytelling também!



INFORMAÇÕES CONFIDENCIAIS

Divulgamos este n° agregado para Portugal e GivingTuesday Global.