



CRONOGRAMA DE CAMPANHA **EMPRESAS**



SUGESTÃO DE CRONOGRAMA

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

ENTRE JUNHO E OUTUBRO

- Decida como é que a sua empresa vai participar no GivingTuesday.
- **Decida como vai ser o seu apoio e comece a definir que causa(s) apoiar.** Gostaria de organizar um evento solidário? Angariar donativos para uma organização social? Fazer parceria com a sua comunidade para resolver um problema específico? Seja qual for a sua decisão de participar no GivingTuesday, estabeleça um objetivo e dê aos membros da sua empresa e à sua comunidade algo a que aspirar.
- Defina como vai comunicar e divulgar a iniciativa e envolver os seus colaboradores e parceiros, clientes, fornecedores na campanha.
- 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.
- **Envie um e-mail aos seus colaboradores, clientes, parceiros que para partilhar que irão participar no GivingTuesday.**
- Incentive embaixadores e colaboradores a partilhar conteúdos nas redes sociais e a seguir as páginas do GivingTuesday Portugal.



SEMANA DO DIA 4 DE NOVEMBRO

- **Anuncie.** Partilhe o seu plano e objetivo num comunicado de imprensa e comece a espalhar a palavra sobre os seus planos para o GivingTuesday nas redes sociais e no seu website.
- **Pense numa correspondência ou nouro desafio.** Se estiver a organizar uma campanha de angariação de fundos, fale com os apoiantes sobre a possibilidade de fornecer um subsídio equivalente ou um desafio para criar um entusiasmo extra no GivingTuesday.
- Envie novamente um e-mail aos seus colaboradores para lhes lembrar que o GivingTuesday está a chegar e detalhes específicos sobre como se podem envolver.

SEMANA DO DIA 11 DE NOVEMBRO

- Fale com a imprensa local. Utilize o nosso **Modelo de Comunicado de Imprensa** para partilhar os seus planos de campanha com os meios de comunicação social locais. Muitos meios de comunicação social estão interessados em cobrir o GivingTuesday - não esper para lançar a sua história na TV, rádio e jornais locais.
- Equipe os seus 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 sua campanha GivingTuesday.
- Prepare o seu conteúdo para as redes sociais e agende o máximo que puder - atualize a imagem do Facebook, Instagram, LinkedIn e o site com uma imagem e a mensagem “Faltam 3 semanas para o #GivingTuesday”.



SEMANA DO DIA 25 DE NOVEMBRO (1 SEMANA ANTES)

- Dê cartas nas redes sociais! Não se esqueça: convide a sua comunidade a juntar-se a si no dia 3 de dezembro. Não se esqueça de utilizar o hashtag #GivingTuesdayPT nas suas mensagens para que possamos partilhar os seus planos. Utilize as suas ferramentas de programação das redes sociais!
- Programe alguns e-mails durante a semana e durante o fim de semana para lembrar os seus apoiantes de que o grande dia está a chegar.
- Lembre aos compradores da Black Friday e da Cyber Monday que devem poupar alguma energia para o GivingTuesday.
- Recorde os seus embaixadores e angariadores de fundos que falta uma semana e agradeça-lhes antecipadamente.

2 DE DEZEMBRO (1 DIA ANTES)

- Envie um e-mail "1 Day to Go" e mensagens nas redes sociais.
- Certifique-se de que a sua direção, os seus colaboradores e restantes os stakeholders e a comunidade em geral sabe que está na contagem decrescente para o GivingTuesday!



DIA 3 DE DEZEMBRO (GIVINGTUESDAY!)

- **É GivingTuesday!** Lembre-se de atualizar a sua comunidade sobre a sua campanha ao longo do dia. Partilhe a sua posição em relação ao seu objetivo e utilize o burburinho e a dinâmica do dia para criar entusiasmo pela sua campanha.
- **Agradeça aos doadores e às pessoas que estão a ajudar a amplificar a sua campanha.**
- Publique nas redes sociais durante todo o dia. Entre em direto, partilhe uma fotografia de hora a hora (não é necessário criar nada de novo, reutilize o conteúdo existente) e destaque histórias de generosidade da sua comunidade. **Fale sobre a importância da sua missão e sobre a forma como a sua organização está a trabalhar para criar mudanças na sua comunidade.**

DIA 4 DE DEZEMBRO (1 DIA DEPOIS)

- Envie um agradecimento personalizado aos seus funcionários, doadores, voluntários, parceiros e comunidade.
- Publique alguns posts e celebre a sua comunidade de apoiantes.
- Partilhe o seu sucesso conosco! Envie um e-mail para a equipa GivingTuesdayPortugal em geral@givingtuesday.pt com fotos ou anúncios que possamos partilhar.
- Utilize o impulso do GivingTuesday para impulsionar reunir mais apoio para futuras missões.



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 sua empresa usar como estratégia de storytelling também!



INFORMAÇÕES CONFIDENCIAIS

Divulgamos este n° agregado para Portugal e GivingTuesday Global.