

<b>PROIECTUL:</b> Ce este „pitch-ul campaniei”? Care este ideea de bază a proiectului (într-o singură propoziție)? De unde a venit ideea ta? De ce sunteți oamenii potriviți pentru acest proiect? De ce ar trebui să se entuziasmeze susținătorii tăi?	
<b>OBIECTIVELE CAMPANIEI:</b> Care este obiectivul campaniei (asistență financiară, de altă natură, vizibilitate, construirea comunității etc.)?	
<b>GRUPUL ȚINTĂ:</b> Cine ar putea contribui sau promova campania? De ce v-ar sprijini și cât de mult vă puteți aștepta în mod rezonabil să poată contribui? <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Familia și prietenii:</i> Acest grup de oameni este punctul tău de pornire; ei vor fi primii tăi susținători. Vorbiți cu ei direct și individual. Ei sunt cei mai deschiși să contribuie și să dezvolte campania prin partajarea ei cu propriile rețele. Încercați să strângeți 20-30% din obiectivul de finanțare din acest grup în avans sau în primele zile ale campaniei.</li> <li>• <i>Rețeaua voastră de cunoștințe:</i> Acest grup include parteneri, foști susținători, vecini și oricine altcineva care ar putea fi interesat și poate fi contactat prin intermediul comunicării cu persoanele din rețeaua de cunoștințe. De asemenea, accesați rețelele partenerilor voștri și comunitățile existente care sunt relevante pentru cauza propusă.</li> <li>• <i>Publicul general:</i> După activarea primelor două grupuri, trebuie să contactați mass-media (locală) pentru a răspândi vestea publicului larg. Nu începeți cu acest pas - persoanele fără o conexiune prealabilă vor fi mai atrase să promoveze o campanie care are deja o anumită vizibilitate.</li> </ul>	
<b>STRATEGIA DE COMUNICARE:</b> Cum îi veți informa și implica pe susținători? <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cum veți utiliza apeluri telefonice, rețele sociale, e-mailuri, un buletin informativ, evenimente, sau acoperirea în mass-media? Cum veți implica influenceri și multiplicatori în rețeaua voastră?</li> <li>• Cum ar putea arăta un videoclip de 3 minute care spune o poveste convingătoare despre proiect?</li> <li>• Vrei să lucrezi cu o platformă de crowdfunding și dacă da, care (de exemplu, Kickstarter, Indiegogo sau giveandfund.com)?</li> <li>• Ce vor primi susținătorii voștri în schimbul contribuției la campanie (de exemplu: cadouri simbolice, invitații la evenimente speciale de susținere, recunoaștere)?</li> </ul>	
<b>CRONOLOGIE:</b> Ce pași urmează să faceți și cine din echipă va fi responsabil? <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Precampanie (2-3 luni):</i> Creați o strategie și pregătiți-vă rețeaua. Întrebați-vă prietenii dacă vă pot ajuta și faceți tot ce puteți pentru a vă asigura că începeți în forță (de exemplu, pregătiți un newsletter).</li> <li>• <i>În timpul campaniei (1 lună):</i> Faceți-vă cunoscută campania, țineți-i pe toți susținătorii la curent și planificați evenimente de vizibilitate (inclusiv mass-media). visibility events (including media).</li> <li>• <i>După campanie:</i> Păstrați legătura cu susținătorii dvs., celebrați-vă succesul și împărtășiți rezultatul campaniei.</li> </ul>	