



TESCO

Ön választ, mi segítünk



ÚTMUTATÓ: HOGYAN NÉPSZERŰSÍTSE AZ „ÖN VÁLASZT, MI SEGÍTÜNK” SZAVAZÁST AZ ÁRUHÁZAKBAN ÉS AZ INTERNETEN?

Fontos esemény közeleg: az „Ön választ, mi segítünk” program szavazási szakasza. Szervezetével közösen most arról kell meggyőznie a Tesco vásárlóit, hogy Önökre szavazzanak!

Magyarország 61 körzetében a Tesco vásárlói arról szavazhatnak, hogy melyik pályázó kezdeményezésének a megvalósulását támogatják. Ezúttal azonban valamennyi, az áruházi szavazásra bejutó kezdeményezés nyer: az első helyezett 400, a második 200, a harmadik pedig 100 ezer forint hozzájárulást kap közösségépítő ötletének megvalósításához.

Vajon kit választanak? Melyik projektet fogják támogatni? Győzze meg őket, hogy szavazzanak az Ön szervezetének programjára!

Kezdeményezzen párbeszédet az áruházakban és az interneten, hívja fel a figyelmet a projektjére minél szélesebb körben, és buzdítsa a Tesco vásárlóit arra, hogy Önre szavazzanak!



AZ ÚTMUTATÓ TARTALMA:

Ebben az útmutatóban hasznos információkat, tanácsokat és tippeket olvashat, amelyek segítségével népszerűsítheti programját **az áruházakban és az interneten**. Tekintse át ezeket az ötleteket, és válassza ki az Önnek legjobban tetszőeket. Sok sikert kívánunk! 😊

MIÉRT FONTOS, HOGY AZ ÁRUHÁZAKBAN ÉS AZ INTERNETEN NÉPSZERŰSÍTSE SZERVEZETÉT ÉS SZAVAZÁSRA BÍZTASSON?

- Mert minél többen ismerik meg szervezetét és céljait, annál több személytől érkezhetsz szavazat szervezetedre.
- Mert így hatékonyan és nagyobb költségek nélkül érhet el széles közönséget.
- Mert a híreket és az aktuális információkat gyorsan eljuttathatja mindenkinek.
- Mert megragadhatja közönsége figyelmét, és közösséget építhet a programja köré.
- Mindemellett pedig erősítheti szervezete jelenlétét, és növelheti ismertségét.



A LEGFONTOSABB SZEMPONTOK A KÖZÖNSÉG MEGSZÓLÍTÁSAKOR

- Mindig egy **adott csoportot vagy közönséget** érdemes megszólítani. Tudja, hogy kik ők, és mit várhatnak Önöktől? Mivel nyerheti el a Tesco vásárlók szavazatát?
- **Válasszon egy olyan üzenetet**, amely a legjobban közvetíti szervezete filozófiáját, és használja azt az összes kommunikációs csatornán. Megoszthatja a www.tesco.hu/kozosseg honlapját is, a szavazás aktuális állásáról.
- **Ügyeljen a határidőkre!** Vegye elő a naptárját, gondolja át a célokat, és készítsen ütemtervet! Ne feledje, **az áruházi szavazás 2018. május 7. és június 4. között zajlik**. Használja ki a lehető legjobban ezt az időt!
- Válassza ki a legfontosabb **kommunikációs csatornákat**. Ezzel kapcsolatban a következő diákon találhat hasznos információkat.

További tanácsok:

- Az üzenet legyen egyszerű, rövid és könnyen érthető.
- Építsen aktív közösséget – buzdítsa cselekvésre az embereket. Köszönjön meg minden támogatást és a szervezetére leadott szavazatot.
- Használjon figyelemfelkeltő kommunikációs módszereket: a humort, a történetmesélést, vagy szójátékokat.
- Ossa meg az örömét, lelkesítsen és legyen bizakodó az aktivitását illetően.
- Mutassa be szervezete „emberi arcát”, vagyis azokat a munkatársait, akikkel **együtt, közösen** érheti el a kitűzött céljait.



HOGYAN FOGALMAZZA MEG AZ ÜZENETÉT?

Adja át a támogatóinak a legfontosabb információkat:

- **Milyen jellegű támogatást várnak szervezetével?** Részletesen magyarázza el a támogatóknak, hogyan szavazhatnak Önökre – adja meg nekik az áruházak címét, és hívja fel a figyelmüket a szavazási határidőkre.
- **Miért van szükségük a pénzbeli támogatásra?** Fejtse ki ötleteit, és azt, hogyan fogják felhasználni a pénzt, ha megnyerik a szavazást. **Meséljen a céljukról**, és szerethető történetekkel támassza alá az üzenetét. Győzze meg a közönséget, hogy szavazzanak az Önök projektjére!
- Mutassa meg, hogy a csapata **hiteles**. Kérje a helyi hatóságok, ismert véleményvezérek és befolyásos személyiségek támogatását, és mutassa be korábbi eredményeiket.



HASZNÁLJON KÉPEKET!

Egy kép többet mond ezer szónál. Ezért érdemes minél több fényképet, illusztrációt és videót használnia – így az üzenete erőteljesebb, lebilincselőbb és jobban megragadja a figyelmet.

Például:

- Válassza ki **a legjobb fényképeit** a meglévők közül, vagy készítsen új fényképet a csapataról, a projekt kedvezményezettjeiről vagy az **áruházakban zajló szavazásról**.
- Készítsen egy **egyszerű grafikát** – legfeljebb 2-3 színt használjon, helyezze el rajta a szervezet emblémáját és a program rövid leírását.
- Készítsen egy **rövid videót**. Nem kell profi alkotásnak lennie, mindössze egy mobiltelefonra, egy egyszerű üzenetre és mosolygó szereplőkre van szükség, akik a támogatást kérik. Sőt, mi lenne, ha megkérné a Tesco egy munkatársát, hogy szerepeljen ő is? 😊

További tanácsok:

- Összpontosítson az üzenetre – mit ábrázoljon a fénykép?
- A szokásos környezetében mutassa be csapatát. Mondja el csapatának, mennyire fontos, hogy mosolyogjanak. 😊
- Ügyeljen a megfelelő fényviszonyokra - érdemes napfényben készíteni a képet.
- A szavazásra bátorító transzparens is szerepelhet a képen.
- Találjon ki újszerű ötleteket, amellyel meglepheti a támogatókat.



KOMMUNIKÁCIÓS CSATORNÁK

A TESCO ÁRUHÁZAKBAN, AZ INTERNETEN, E-MAILEN ÉS A
KÖZÖSSÉGI MÉDIA CSATORNÁIN KERESZTÜL SZÉLES KÖZÖNSÉGET
ÉRHET EL, ÉS ELKÖTELEZETT TÁMOGATÓKAT SZEREZHET!



ÁRUHÁZI KOMMUNIKÁCIÓ

A Tesco áruházai azok a helyszínek, ahol a vásárlók legközvetlenebbül találkoznak az „Ön választ, mi segítünk” programmal és a szavazással. Legyen segítségükre! **Gyűjtse össze a legfontosabb információkat, mutassa be mivel foglalkozik szervezete és adjon egyértelmű útmutatást a támogatói számára.**

Ötletek:

- **Mutassa be programját az érintett áruházak alkalmazottainak!** Így sokkal hitelesebben tudnak válaszolni a szervezetével kapcsolatos vásárlói kérdésekre. És ne feledje, az ő szavazatuk is számít!
- Szánjon időt a **vásárlóknak szóló bemutatkozás**ra is!
- Használja a szavazópontoknál kihelyezett **hirdetőtáblát**, helyezzen el rajtuk figyelemfelkeltő, látványos anyagokat!



További tanácsok:

- Bátorítsa az áruházi alkalmazottakat, hogy **osszák meg a szervezetével és pályázatával kapcsolatos történeteket** rokonaikkal, barátaikkal, szomszédaikkal, közösségeiken belül.
- Legyen izgatott, lelkes, és szenvedélyes az együtt töltött idő során. Fertőzze meg a Tesco alkalmazottakat lelkesedésével! 😊

ÁRUHÁZI ALKALMAZOTTAK

Mutassa be szervezetét és a megvalósítani tervezett programot a Tesco áruházak alkalmazottainak. Ha lehet, vonja be őket a prezentációba, helyezze őket a támogatott csoport helyzetébe.

Ötletek:

- Legyen egy **egyszerű és rövid üzenete** az előadásnak (Ki-mit-miért).
- Mutassa be, **hogyan hasznosítanák az elnyert összeget.**
- **Legyen interaktív**, vonja be a dolgozókat, hogy ők is átélhessék a támogatottak helyzetét.
- Készítsen **rövid kvízt** a szervezettel és támogatottjaival kapcsolatos információkból.
- Használjon **fotókat, videókat.**
- Használja a történetmesélés, humor eszközét! Legyen élvezetes, szórakoztató.



Építse fel a bemutatót a következő struktúra alapján:

- **Rövid bemutatás a szervezetről** (mérete, milyen területet támogatnak, milyen típusú projekteken dolgoznak, hány alkalmazottjuk, önkéntesük van, stb.)
- **A szervezet létjogosultságának okai, néhány adat arról a területről, amin dolgoznak**
- **A pályázat bemutatása** (mit, mikor, miért, hogyan)



VÁSÁRLÓK

Minden szavazat számít! A vásárló, akinek a szavatára szüksége van szervezetének, Ön előtt áll. A vásárlókkal történő kapcsolatteremtés során nem csupán szavazatokat szerezhet, de fel is hívhatja a figyelmet szervezetére, további támogatókkal, sőt akár önkéntesekkel gazdagodhat.

Ötletek:

- Reagáljon őszintén, válaszolja meg a felmerülő kérdéseket!
- Használja ki az érzelmek és a szavak erejét!
- Próbáljon meg elkötelezettséget kiépíteni!
- Népszerűsítse az áruházakba tervezett bemutatkozó eseményeit egyéb kommunikációs csatornákon!

További tanácsok:

- Használja úgy ezt a promóciós lehetőséget, hogy további nagyköveteket szerezzen szervezetének.
- Tartsa naprakészen a honlapján elérhető információkat.
- Küldjön ki különleges e-maileket, hírlevelet.
- Használja ki a közösségi média nyújtotta lehetőségeket (pl.: készítsen Facebook eseményt).





VÁSÁRLÓK

Minden vásárló más. Eltérő az életkoruk, nemük, foglalkozásuk, hobbijuk, családi állapotuk. Hogy őket megszólítsa, először is, gondolja át, hogy mit mondjon. A második lépés, hogy valami extrát nyújtson a vásárlóknak. **Használja a képzeletét és kreativitását!**

Ötletek:

- Próbálja elérni, hogy ők is lássák, hallják, érezzék, megtapasztalják miről szól a programja. Engedje meg, hogy a vásárlók kipróbálják a speciális eszközöket.

Pl.: Ha segítő kutyákat képez, ismertesse meg a vevőket egy kiképzett kutyussal. Ha kerekesszékekkel élőknek segít, biztassa a vevőket, hogy próbálják ki, ők hogyan boldogulnának az eszközzel.

- Minden egyes vásárlónak biztosítson **személyre-szabott kommunikációt** – Kezdje olyan információval, ami érdekelheti őt.
- **Gondoskodjon róla, hogy a találkozás emlékezetes tapasztalat legyen** a vásárlók számára.

További tanácsok:

- Ha megvan a fő üzenet, készítsen belőle több verziót is (rövid, hosszú, más-más hangvételű stb.)
- Biztosítson a vásárlók számára szóróanyagot, amin megtalálják a szervezet elérhetőségeit, bemutatását.
- Mindeközben ne feledje, az áruházakban lehetnek olyan egészségügyi és biztonsági előírások, amiket figyelembe kell vennie az aktivitás tervezésekor (pl.: a nyílt láng használata tilos, vannak olyan területek, ahová állatokat nem engedhetnek be stb.)

HIRDETŐ TÁBLA

Lehetetlen minden egyes áruházi alkalmazottal és vásárlóval személyesen beszélgetni. Éppen ezért bátran használja a Közösségi hirdető táblákat, melyek az áruházakban vannak elhelyezve! A szavazási időszakban helyezze el rajtuk a pályázatával kapcsolatos legfontosabb információkat.

A nyomtatott hirdetések legyenek:

- Figyelemfelkeltőek, megragadóak
- Távolról is jól olvashatók
- Egyszerűen nagyszerűek
- Rövidek és lényegretörők
- Nem túl színesek (maximum 2-3 szín), játsszon a kontrasztokkal

Használja a képek, színek és szövegek egyvelegét úgy, hogy felkeltse az áruházi alkalmazottak/vásárlók érdeklődését pályázata iránt!



További tanácsok:

- Ne feledje, a kevesebb több!
- Ne akarjon minden információt egy poszteren megjeleníteni. A nyomtatott anyagokat inkább személyes és online kommunikációja támogatására, megerősítésére használja.
- Használjon szlogeneket, kérdéseket, felkiáltó jeleket.
- Válasszon megfelelő minőségű fotót, ami kellően világos és éles ahhoz, hogy akár nagyítani is lehessen.

HONLAP

A szervezet honlapja a legfontosabb hely, ahová az emberek információkért és hírekért fordulnak a szervezet az „Ön választ, mi segítünk” programban való részvételével és a szavazással kapcsolatban. Legyen segítségükre! **Gyűjtse össze a legfontosabb információkat, és adjon egyértelmű útmutatást a támogatói számára.**

Ötletek:

- **Rendszeresen osszon meg híreket (vagy készítsen egy külön aloldalt)** a programmal kapcsolatban, mutassa meg elkötelezettségét, és biztosítsa a legfontosabb információkat a szavazási folyamatról támogatói számára (mikor, hol, hogyan kell szavazni stb.).
- **Blog** – tegyen közzé híreket és további részleteket a programmal kapcsolatban.
- **Bannerek** - keltse fel a felhasználók figyelmét, és kérje őket, hogy szavazzanak.

További tanácsok:

- Ossa meg Ön is az „Ön választ, mi segítünk” program weboldalának címét (www.tesco.hu/kozosseg), és használja az **#onvalasztmisesgitunk** hashtaget.



BANNEREK

A bannerek használatával saját honlapján, vagy akár partnerei, támogatói weboldalán is felhívhatja a figyelmet a szavazásra. Használja az „Ön választ, mi segítünk” program weboldalán elérhető banner készítő alkalmazást!

Ötletek:

- **Készítsen többféle szalaghirdetést**, használja a weboldalán, hírlevelében, e-mail aláírásként.
- **Ne írjon túl sok szöveget a hirdetésre**, legyen inkább lényegretörő és figyelemfelhívó.
- **Biztasson szavazásra** és hívja fel a figyelmet arra, hogy hol szavazhatnak az Ön szervezetére.
- **Adjon meg webcímet**, ahol a vásárlók többet is megtudhatnak programjáról.

További tanácsok:

- Ossa meg Ön is az „Ön választ, mi segítünk” program weboldalának címét (www.tesco.hu/kozosseg).
- Használja a pályázat oldalán (<https://tesco.hu/kozosseg/banner-creator>) található banner készítő alkalmazást.

E-MAIL

Küldjön e-mailt támogatóinak, ismerőseinek, önkénteseinek és munkatársainak, és kérje támogatásukat a szavazás során.

- Megfelelően válassza meg az **e-mail feladóját** – kérje például a szervezet elnökének vagy vezetőjének a közreműködését. Az **e-mail tárgya** legyen érdekes, hogy felkeltse a felhasználók figyelmét.
- Készítsen **ütemtervet** az e-mailek küldéséhez – a megfelelő indokkal írjon a támogatóknak, és emlékeztesse őket a szavazásra. Minden újabb e-maillal növelje a szavazás iránti **lelkesedést** és a **szavazási hajlandóságot**.
- **Ossza csoportokra a címzetteket** – küldjön külön e-mailt az önkénteseknek, és egy másikat a helyi döntéshozóknak. Ezzel kimutathatja a közönsége iránti tiszteletét és elkötelezettségét.



További tanácsok:

- Az e-mailek legyenek rövidek és könnyen érthetőek. Használjon egyszerű szavakat és rövid üzeneteket.
- Szerepeltessen leveleiben saját Facebook profiljára vagy az „Ön választ, mi segítünk” program [weboldalára](#) mutató hivatkozást.
- A megfelelő időpontban küldje el az e-maileket: a legtöbbször a hétvégén vagy délutánonként vásárolnak.
- Buzdítsa a címzetteket az üzenet megosztására.
- Ne feledje, hogy csak azoknak a felhasználóknak küldhet e-mailt, akik hozzájárultak az adataik felhasználásához.

KÖZÖSSÉGI MÉDIA

Első lépésként **válassza ki a megfelelő közösségi média csatornákat, és készítse fel a profilokat.**

Nem szükséges új csatornát létrehoznia. Helyezze inkább a hangsúlyt a már meglévő közösségi média profiljaira, és aktivizálja közönségét ott!

Támogatói egyben a **nagykövetei** is lehetnek a különféle közösségi média csatornákon. Kérje a támogatásukat, és azt, hogy osszák meg a programmal és a szavazással kapcsolatos információkat.



További tanácsok:

A legfontosabb tényezők a közösségi média kommunikációban:

- **Emberek** – Mutassa be a szervezetét csapatként, és buzdítsa arra munkatársait és önkénteseit, hogy terjesszék a programmal kapcsolatos híreket. Közös komoly hírverést csaphatnak a szavazásnak!
- **Párbeszéd** – Próbáljon párbeszédet kialakítani a támogatókkal, legyen aktív és informatív. Készítsen személyes üzeneteket a támogatói számára.
- **A hírek megosztása** – Folyamatosan buzdítsa támogatóit arra, hogy szavazzanak szervezetére, és hívjanak meg másokat is a programban való részvételre.

FACEBOOK

Rendszeresen emlékeztesse támogatóit a szavazásra, és arra, hogy miért az Ön szervezetéhez dobják be zsetonjukat.

Posztoljon például az alábbiakról:

- **Biztasson szavazásra**, és adja meg hol, hogyan és mikor szavazhatnak;
- **Ösztönözzön a hírek megosztására** és mások meghívására;
- **Tegyen közzé fotókat az áruházakban szavazó emberekről** – vonja be támogatóit, önkénteseit, helyi befolyásos személyeket;
- **Osszon meg videókat**, amelyekben közvetlenül üzen támogatóinak;
- **Tegyen közzé térképet**, amelyen szerepelnek azok az áruházak, ahol a támogatók szavazhatnak;
- **Idézzon** olyan emberektől, akik Önökre szavaztak, és másokat is erre biztatnak.



További tanácsok:

- Posztjaiban használja az **#onvalasztmisegitunk** hashtaget, így a hashtagre kattintva látszik az Ön szervezetének összes megosztása és a felhasználók is tudják azonosítani az összekapcsolódó posztokat.
- **Alakítson ki párbeszédet, szóljon hozzá a bejegyzésekhez, és ossza meg támogatói bejegyzéseit.**
- **Hozzon létre egy Facebook csoportot** a legaktívabb támogatók (például az önkéntesek) számára a teendők megtervezéséhez és megvitatásához.
- Ha a Facebook segítségével szeretné népszerűsíteni a projektet, bátran használja **sablonjainkat**: a legnépszerűbb formátumokat előre elkészítettük, csak meg kell tölteni őket tartalommal.

ÉPÍTSEN KÖZÖSSÉGET, ÉS TALÁLJA MEG NAGYKÖVETEIT

Kérjen támogatást – a helyi hatóságok képviselői, a véleményvezérek vagy internetes személyiségek akár az **Önök nagykövetei is lehetnek**, és széles közönséget buzdíthatnak arra, hogy szavazzanak!

Kérjen támogatást a következőktől:

- A helyi közösség tagjai – **befolyásos személyiségek;**
- Helyileg ismert **bloggerek;**
- A szervezet partnerei – **vállalatok, intézmények, társaságok;**
- Helyi média – **újságok, rádió vagy honlapok.**



További tanácsok:

- Mutassa meg, mennyire értékeli a segítséget – ossza meg lelkesedését!
- Kérje meg az **üzleti partnereit**, hogy vonják be alkalmazottaikat, vagy népszerűsítsék a szavazást kommunikációs csatornáikon.
- Maradjon folyamatosan **kapcsolatban** a nagyköveteivel, és tartsa őket naprakészen a legfrissebb hírekkel.



INSPIRÁCIÓK

HASZNÁLJON ÚJSZERŰ ÖTLETEKET A FIGYELEM
FELKELTÉSÉHEZ!



TOVÁBBI TEVÉKENYSÉGEK – ÖTLETEK

- Készítsen **rövid videóinterjút** (mobiltelefonjával) az egyik támogatóval, önkéntessel, vagy a projekt kedvezményezettjével.
- **Hirdessen versenyt a legelkötelezettebb internetes nagykövetek között** (gondolkozzon nem anyagi jellegű díjazásban: például közös Facebook fényképalbum készítése a nyertesekkel).
- Üzleti partnerei a **LinkedIn profiljukon** tehetnek közzé egy rövid üzenetet, amellyel támogatják a projektet, és szavazásra invitálják a követőket.
- Készítsen speciális **Facebook posztokat és borítóképet**, és kérje meg a támogatóit, hogy használják ők is a Facebook profiljukon.

További tanácsok:

- Kövesse nyomon, mi történik az interneten. Számos különféle eszközzel figyelheti, hogy támogatói miről beszélnek, és hogyan reagálnak egy adott üzenetre.
- Figyelje meg, milyen tartalmakat kedvelnek leginkább, és használja azokat gyakrabban.
- Ne ismételjen meg olyan üzeneteket, amelyek nem keltették fel a közönség érdeklődését.



ETIKUS VERSENY

TARTSA BE A TISZTESSÉGES VERSENY SZABÁLYAIT!



LEGYEN ETIKUS A VETÉLYTÁRSAKKAL SZEMBEN!

- **Fogadja el, ha valaki nem az Ön szervezetére tervezi leadni szavazatát!** A Tesco vásárlói szabad akaratukból és személyes érzéseik alapján döntenek el, hogy kinek adják szavazatukat. Ne zaklassa, kényszerítse őket döntésük megváltoztatására, és ne próbálja tisztességtelen módon befolyásolni a szavazás eredményét.
- **Tartsa tiszteletben az áruházban tartózkodók személyiségi jogait!** Amennyiben az áruházban tartózkodók (vásárlók és munkatársak) személyiségi jogait az Ön munkatársai, önkéntesei, segítői megsértik, úgy szervezetének pályázaton való részvételi joga haladéktalanul visszavonásra kerül.

TESCO



SOK SIKERT KÍVÁNUNK!