

Kommunikációs útmutató



Tippek a „Start a jövőért” program szavazási szakaszának népszerűsítéséhez



Fontos esemény közeleg: a „Start a jövőért” program szavazási szakasza. Szervezetével közösen most arról kell meggyőznie a Tesco vásárlóit, hogy Önökre szavazzanak!

Magyarország 58 körzetében a Tesco vásárlói voksaikkal 198 üzletben dönthetnek arról, hogy melyik pályázó kezdeményezését támogatják. Valamennyi, az áruházi szavazásra bejutó pályázat nyer: az első helyezett 500, a második 300, a harmadik pedig 150 ezer forint hozzájárulást kap közösségépítő ötletének megvalósításához. Ezenkívül különdíjas pályázó további összeget nyerhetnek projektjük kivitelezésére.

Kezdeményezzen párbeszédet a közösségi médiában és esetenként az áruházakban, hívja fel a figyelmet programjára minél szélesebb körben, és ösztönözze a Tesco vásárlóit arra, hogy az Ön szervezetére voksoljanak!

AZ ÚTMUTATÓ TARTALMA

Ebben az útmutatóban hasznos információkat, tanácsokat és tippeket olvashat, amelyek segítségével népszerűsítheti programját. Tekintse át ezeket az ötleteket, és válassza ki az Önnek legjobban tetszőket. Sok sikert kívánunk a megvalósításukhoz!

MIÉRT FONTOS, HOGY NÉPSZERŰSÍTSE SZERVEZETÉT ÉS SZAVAZÁSRA BIZTASSON?

- 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 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 2026. január 19. és február 15. között zajlik**. Használja ki a lehető legjobban ezt az időszakot!
- Válassza ki a legfontosabb **kommunikációs csatornákat**. Ezzel kapcsolatban a következő diákon találhat hasznos információkat.

További tanácsok:

- Az üzenet legyen egyszerű, rövid és könnyen érthető.
- Buzdítsa cselekvésre az embereket. Köszönjön meg minden támogatást és 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!

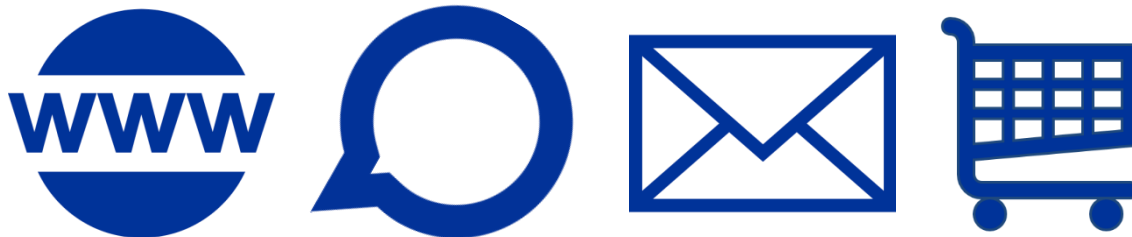
Egy kép többet mond ezer szónál. Ezért érdemes minél több fényképet, illusztrációt és videót használnia – így az üzenete erőteljesebb, lebilincselőbb lesz és jobban megragadja a figyelmet.

Például:

- Válassza ki **a legjobb fényképeit** a meglévők közül, vagy készítsen új fotókat a csapatáról, 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 **rövid videót**. Nem kell profi alkotásnak lennie, mindössze egy mobiltelefonra, egy egyszerű üzenetre és mosolygó szereplőkre van szükség, akik a támogatást kérik.

További tanácsok:

- Összpontosítson az üzenetre – mit ábrázoljon a fénykép?
- A szokásos környezetében mutassa be csapatát. Mondja el a csapattagoknak, 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

HONLAP

A szervezet honlapja a legfontosabb hely, ahová az emberek információkért és hírekért fordulnak a szervezet „Start a jövőért” 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:

- Ossza meg Ön is a „Start a jövőért” program weboldalának címét (www.tesco.hu/kozosseg), és használja a **#startajovoert** hashtaget.
- Figyelmükbe ajánljuk a bannerkreátort, ahogyan korábban: <https://tesco.hu/kozosseg/banner-creator>



KÖZÖSSÉGI MÉDIA

Első lépésként **válassza ki a megfelelő közösségimédia-csatornákat, és készítse fel a profilokat a szavazási szakaszra.**

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

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

További tanácsok:

A legfontosabb tényezők a közösségimédia - kommunikációban:

- **Közösség** – Mutassa be a szervezetét csapatként, és buzdítsa arra munkatársait és önkénteseit, hogy terjesszék a programmal kapcsolatos híreket. Közös komoly hírverést csaphatnak a szavazásnak!
- **Személyes hangvétel** – Készítsen személyes üzeneteket a támogatói számára, amelyekkel könnyen tudnak azonosulni.
- **Rendszeresség** – Folyamatosan számoljon be az eredményekről és tájékoztassa követőit a fejleményekről.



KÖZÖSSÉGI MÉDIA

Rendszeresen emlékeztesse támogatóit a szavazásra, és arra, hogy miért az Ön projektjére 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 a **#startajovoert** hashtaget, így a hashtagre kattintva látszik az Ön szervezetének összes megosztása, és a felhasználók is azonosítani tudják az összekapcsolódó posztokat.
- **Alakítson ki párbeszédet**, szóljon hozzá a bejegyzésekhez, és ossza meg támogatói bejegyzéseit.
- **Hozzon létre Facebook csoportot** a legaktívabb támogatók (például az önkéntesek) számára a teendők megtervezéséhez és megvitatásához.
- Posztjaiban mindig taggelje a Tesco Magyarország hivatalos Facebook oldalt (<https://www.facebook.com/tescoaruha>), ezzel is növelve a tartalmak elérését.
- Használja továbbá a www.tesco.hu/kozosseget oldalt linkként, ahol követői még több információt találnak a pályázatról és a szavazás állásáról.

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 közösségimédia-profiljára vagy a „Start a jövőért” 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.

ÖNKÉNTESK AZ ÁRUHÁZAKBAN

A Tesco áruházai azok a helyszínek, ahol a vásárlók a legközvetlenebbül találkoznak a „Start a jövőért” programmal és a szavazással.

A vásárlókkal történő kapcsolatteremtés során nem csupán szavazatokat szerezhetsz, de fel is hívhatod a figyelmet szervezetére, így további támogatókkal, sőt akár önkéntesekkel gazdagodhat.

Önkénteseit részletesen tájékoztassa. Mutassák be, hogy mivel foglalkozik szervezete, és adjanak egyértelmű útmutatást a támogatói számára.

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



Ötletek:

- Gondoskodjon róla, hogy a találkozás emlékezetes tapasztalat legyen a vásárlók számára.
- Minden egyes vásárlónak biztosítson személyre szabott kommunikációt – Kezdje olyan információval, ami kifejezetten az adott személyt érdekelheti.
- Próbálja elérni, hogy a vásárlók is lássák, hallják, érezzék, megtapasztalják miről szól a programja.
- Mindeközben ne feledje, hogy az áruházakban vannak 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.)

ÖNKÉNTESK AZ ÁRUHÁZAKBAN

Építse fel a bemutatót a következő struktúra alapján:

- Rövid ismertető a szervezetről (mérete, milyen területen aktívak, milyen típusú projekteken dolgoznak, hány alkalmazottjuk, önkéntesük van stb.)
- A szervezet létjogosultságának okai, néhány adat arról a területről, ahol tevékenykednek
- A pályázat bemutatása (mit, mikor, miért, hogyan)



További tanácsok:

- Önkéntesei legyenek lelkesek és energikusak.
- Hívja fel az **áruházi alkalmazottak** figyelmét projektjére. Amennyiben idejükbe belefér, szívesen meghallgatják az önkénteseket, hogy **megismerjék a szervezetével és pályázatával kapcsolatos történeteket és esetleg megosszák azokat** rokonaikkal, barátaikkal, szomszédaikkal stb. a közösségeiken belül.
- Fontosnak tartjuk, hogy munkatársaink aktívan részt vegyenek a helyi közösségek életében, azonban a Tesco nem köteles önkénteseket biztosítani, az áruházban egyénileg lehet érdeklődni, hogy a kollégáknak belefér-e ez a magánéletébe.



ÖNKÉNTESK AZ ÁRUHÁZAKBAN

- Az önkéntes tevékenység pénteken, szombaton és vasárnap engedélyezett. Ezek a legforgalmasabb napok, amikor a legtöbb vásárlónk fordul meg az áruházakban.
- Egy áruházban egyszerre csak egy szervezet lehet jelen.
- Minden továbbjutott pályázó kap lehetőséget a bemutatkozásra, melynek részleteit az áruházvezetővel kell egyeztetni.
- Az időpontfoglalásnál előnyt élveznek azok a szervezetek, amelyek az adott fordulóban még nem jelentek meg az áruházban.
- Ismételt bemutatkozási lehetőséget akkor kap a pályázó, ha egy adott hétvégén van olyan szabad időpont, amelyre senki nem jelentkezett.
- Az önkéntes tevékenység előtt kérjük, vegye fel a kapcsolatot az áruházvezetővel vagy a vevőszolgálatos kollégával egy héttel a kitelepülés előtt, és egyeztessen velük az adott napon is.

Tudnivalók:

- Fenntarthatósági okokból mostantól fizikai **szóróanyagok használata nem engedélyezett** a tevékenység során.
- Vizuális bemutatáshoz **roll-upot vagy kézben tartott táblát** javasolunk, melyeket a tevékenység végén el kell vinni a helyszínről.
- Az **áruházi hirdetőtábla nem tud a pályázók rendelkezésére állni**, ezeket az adott üzletnek marketingfelületként szükséges használnia.
- Önkéntes tevékenységet a **zsetongyűjtő közelében** lehet folytatni, a hagyományos és önkiszolgáló pénztáraknál nem engedélyezett.
- Kérjük, hogy a **vásárlókat vásárlás közben ne szólítsák meg**, csak miután elhagyták a kasszaterületet, s ezzel az üzletet.



KÖZÖSSÉGEK ÉS NAGYKÖVETEK

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**

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.



HELYI MÉDIA

Ossza meg a hírt a helyi, illetve regionális újságok, rádió- és tévécsatornák, hír- és egyéb weboldalak szerkesztőseivel. Rajtuk keresztül még több embert érhet el.

- Keresse meg őket és hívja fel a figyelmet a programra, illetve kezdeményezésére és a szavazási lehetőségre.
- Ügyeljen arra, hogy üzenete könnyen befogadható és jól érthető legyen.
- Kérje segítségüket a hír megosztásában, kiemelve, hogy milyen előnnyel jár a projekt megvalósítása a közösség, a település, illetve a megye/régió számára.
- Hívja meg őket az áruházba, amikor önkénteseivel kampányol, így képeket, videókat is készíthetnek.

További tanácsok:

- Irányítsa a média munkatársait a Start a jövőért program oldalára (www.tesco.hu/kozosseg) bővebb információért.
- A megjelenő anyagokat (cikkeket, interjúkat, audiovizuális beszámolókat) gyűjtse össze és használja kommunikációs tevékenységében, valamint ossza meg az Effekteam munkatársaival is a kozossegipalyazat@tesco.hu e-mail címen.
- Az áruházak területén csak engedéllyel lehet forgatni, amelyet a sajtóorgánum képviselője kérhet a téma, dátum és tervezett időpont megjelölésével a sajto@tesco.hu címen.



INSPIRÁCIÓK

HASZNÁLJON ÚJSZERŰ ÖTLETEKET A FIGYELEM
FELKELTÉSÉHEZ!



TOVÁBBI TEVÉKENYSÉGEK – ÖTLETEK

- Készítsen **rövid videóinterjút** (mobiltelefonjával) az egyik támogatóval, önkéntessel vagy a projekt kedvezményezettjeivel.
- **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.



LEGYEN ETIKUS A TESCO MUNKATÁRSAIVAL SZEMBEN!

- **Kérjük, vegye figyelembe áruházi kollégáink prioritásait!** Munkatársaink a Tesco küldetésének megfelelően napról napra többet tesznek a vásárlókért, a közösségekért és a bolygónkért. Ennek megfelelően fontosak számukra a helyi szervezetek és ügyek, melyeknek igyekeznek minél több időt szentelni és lehetőségeikhez mérten támogatni őket. Legfőbb feladatuk azonban a vásárlók kiszolgálása.



Start a jövőért



SOK SIKERT KÍVÁNUNK!