

# Αναλυτικός οδηγός για δημιουργία καμπάνιας

Ένα βιβλίο εργασίας για να  
να σας βοηθήσει βήμα προς βήμα να δημιουργήσετε  
μια μεγάλη  
#GivingTuesday καμπάνια

**ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΗΜΕΡΑ ΓΕΝΝΑΙΟΔΩΡΙΑΣ**  
**#GivingTuesday**  
**2 Δεκεμβρίου 2025**



## Έτοιμοι να εμπνεύσετε γενναιοδωρία σε όλη την κοινότητά σας; Είμαστε εδώ για να σας βοηθήσουμε

Καθημερινά η Κοινωνία των Πολιτών βρίσκεται στην πρώτη γραμμή, συμβάλλοντας στη δημιουργία ισχυρότερων, υγιέστερων και πιο δίκαιων κοινωνιών.

Η #GivingTuesday είναι μία μέρα για να δοκιμάσουμε, να μάθουμε, να εμπλακούμε, να συμμετάσχουμε, να προσφέρουμε.

Η #GT είναι ένα παγκόσμιο κίνημα προσφοράς με τοπικό αντίκτυπο. Ιδρύθηκε από την ομάδα του «Belfer Center for Innovation & Social Impact» στην 92η Street και έχει εξελιχθεί σε ένα παγκόσμιο κίνημα προσφοράς που γιορτάζεται σε περισσότερες από 80 χώρες σε όλο τον κόσμο. Η #GT αξιοποιεί την συλλογική δύναμη ενός μοναδικού συνδυασμού συνεργατών για να μεταμορφώσει τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι σκέφτονται, μιλούν και συμμετέχουν στην περίοδο της προσφοράς. Εμπνέει τους ανθρώπους να αναλάβουν συλλογική δράση για να βελτιώσουν τις κοινότητές τους, να προσφέρουν με καλύτερους και αποδοτικότερους τρόπους στις κοινωφελείς οργανώσεις και σκοπούς στους οποίους πιστεύουν και να συμβάλουν στη δημιουργία ενός καλύτερου κόσμου. Η #GT καταδεικνύει ότι κάθε πράξη γενναιοδωρίας μετράει, και ότι έχει σημασία ακόμη περισσότερο όταν ενωμένοι προσφέρουμε.

### **Ετοιμαστείτε!**

Σε αυτό το βιβλίο εργασίας, θα αξιοποιήσετε τη συλλογική εμπειρία των ηγετών της #GT για να μάθετε πώς:

- Να σχεδιάζετε την εκστρατεία/καμπάνια σας και να σχηματίζετε μια ομάδα
- Να πείτε την ιστορία σας έτσι ώστε να εμπνεύσει και να προσελκύσει υποστηρικτές
- Να δημιουργήσετε χρονοδιαγράμματα για να οργανώσετε το σχέδιό σας



## Περιεχόμενα

- Εισαγωγή
- Προσεγγίστε το σαν γιορτή!
- Χρήση αυτού του βιβλίου εργασίας
- Ορίστε τον στόχο της εκστρατείας/καμπάνιας σας
- Δημιουργήστε ένα πλάνο εργασίας
- Δημιουργήστε ένα εμπορικό σήμα εκστρατείας/καμπάνιας
- Αναπτύξτε την αφήγηση της εκστρατείας/καμπάνιας
- Συγκεντρώστε εμπνευσμένο οπτικό υλικό
- Δημιουργήστε ένα εμπνευσμένο αίτημα
- Οργανώστε την ομάδα της εκστρατείας/καμπάνιας σας
- Προσδιορίστε τους πρεσβευτές της εκστρατείας/καμπάνιας
- Τεχνικός έλεγχος - Ευχαριστήστε τους δωρητές σας
- Σχεδιασμός της στρατηγικής επικοινωνίας
- Είμαστε εδώ για να σας βοηθήσουμε



## Προσεγγίστε το σαν μία γιορτή!

Πώς μπορείτε να αλλάξετε τον τόνο της καμπάνιας σας για την #GivingTuesday από υποχρέωση σε ευκαιρία; Κάντε το διασκεδαστικό. Δοκιμάστε νέα πράγματα. Προσκαλέστε νέους ανθρώπους. Ξεσηκωθείτε. Γιορτάστε το.

Η #GivingTuesday δεν μοιάζει με άλλη μια καμπάνια συγκέντρωσης χρημάτων. Την ονομάζουμε #GivingTuesday και όχι 'Τρίτη συγκέντρωσης χρημάτων' γιατί είναι μια ημέρα που εμπνέει τη γενναιοδωρία σε όλες τις μορφές, μια ημέρα για τους ανθρώπους να μοιραστούν γενναιόδωρα ό,τι μπορούν και επιθυμούν, είτε πρόκειται για το χρόνο τους, τις δεξιότητές τους ή τα χρήματά τους.

Και αν το σκέφτεστε περισσότερο σαν μία γιορτή γενναιοδωρίας, οι υπάρχοντες και δυνητικοί υποστηρικτές σας θα το νιώσουν επίσης.

Να μην υπερβάλλουμε στην αναλογία, αλλά όπως σε μία όμορφη γιορτή, αυτοί είναι μερικοί παραλληλισμοί που πρέπει να λάβετε υπόψη σας:

- Οι άνθρωποι θέλουν να προσκληθούν σε μία μεγάλη γιορτή
- Ένα ενοποιητικό θέμα δημιουργεί ενθουσιασμό και δέσμευση, και ένα πλαίσιο για αποφάσεις
- Είναι πιο διασκεδαστικό με παλιούς και νέους φίλους
- Τα παιχνίδια και οι δραστηριότητες μπορούν να κάνουν μεγάλη διαφορά
- Η ανταλλαγή αναμνήσεων, ιστοριών, φωτογραφιών, μετά τη γιορτή διατηρεί το καλό συναίσθημα και δημιουργεί ενθουσιασμό για την επόμενη χρονιά.

Βάλτε λοιπόν το γιορτινό καπέλο σας και ας αρχίσουμε να σχεδιάζουμε!



## Χρησιμοποιώντας αυτό το βιβλίο εργασίας

Καταγράψτε τις σημειώσεις σας σε αυτό το βιβλίο εργασίας και μοιραστείτε τα διδάγματα και τις ιδέες σας με την ομάδα σας για την #GivingTuesday.

Συμπληρώστε το τετράδιο εργασίας καθώς προχωράμε και αποφασίστε μερικές δράσεις που μπορείτε να αναλάβετε μέσα στις επόμενες τρεις ημέρες. Η άμεση ανάληψη δράσης θα σας δώσει ώθηση και θα σας βοηθήσει να δείτε αμέσως τον αντίκτυπο των προσπαθειών σας.

- Δράση 1
  
- Δράση 2
  
- Δράση 3

Προγραμματίστε τη δράση σας για τις επόμενες τρεις ημέρες.



## Ορίστε τον στόχο της καμπάνιας σας.

- Ο στόχος της καμπάνιας σας χρησιμεύει ως το πλαίσιο της καμπάνιας.
- Ο στόχος σας θα πρέπει να αντικατοπτρίζει τις προτεραιότητες της ομάδας σας.
- Είναι μια εξαιρετική στιγμή για να πειραματιστείτε με νέες στρατηγικές.
- Ορίστε έναν αρκετά φιλόδοξο στόχο για την ημέρα της #GT ώστε η ομάδα σας να έχει κίνητρο να τον επιτύχει.
- Οι στόχοι μπορεί να αφορούν πολύ περισσότερα από τα χρήματα. Εδώ είναι μερικές δυνατότητες.

### Πιθανοί στόχοι καμπάνιας

Συνεργασίες	Υπάρχοντες Δωρητές	Ακόλουθοι στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης
Νέοι Δωρητές	Χρήματα	Συμμετέχοντες σε εκδηλώσεις
Εθελοντές	Συμμετοχή σε δραστηριότητες	Ευχαριστίες

## Ορίστε ένα χρονοδιάγραμμα δραστηριότητας και συναντήσεων

**Γράψτε εδώ μερικές ιδέες για τους στόχους της καμπάνιας.**

Ποιος ο στόχος;

Πόσοι;

Ποια εκδήλωση/δράση;



Ο προγραμματισμός θα κρατήσει την ομάδα σας ευθυγραμμισμένη, την καμπάνια σας οργανωμένη και τη δυναμική σε υψηλά επίπεδα.

Περιγραφή δραστηριότητας / εργασίας	Μέχρι πότε;	Έγινε;
Καθορισμός των μελών της ομάδας		
Ορισμός ημερομηνίας εναρκτήριας συνάντησης		
Συμφωνήστε για το στόχο		
Χωρίστε την ομάδα σε ομάδες εργασίας		
Δημιουργήστε το εμπορικό σήμα της καμπάνιας		
Δημιουργία χρονοδιαγράμματος επικοινωνίας		
Δημιουργία ομάδας πρεσβευτών		
Συνεργασία με επιχειρήσεις		
Απευθυνθείτε σε μακροχρόνιους δωρητές για matching donations		
Συγκεντρώστε ιστορίες εκστρατείας και δημιουργήστε προβολή		
Εξετάστε το ενδεχόμενο οργάνωσης κάποιες εκδήλωσης ή δραστηριότητας για τους υποστηρικτές		
Προετοιμαστείτε για περιπτώσεις που κάτι δεν λειτουργήσει σωστά-Σχεδιάστε το πλάνο αντιμετώπισης μίας τέτοιας περίπτωσης		
Σχεδιάστε τις ευχαριστίες σας προς όλους τους υποστηρικτές σας		



## Οργανώστε την ομάδα της καμπάνιας σας

Μια υπέροχη καμπάνια θα εμπνεύσει πολλούς ανθρώπους να συμμετάσχουν. Οργανώστε την ομάδα σας έτσι ώστε όλοι οι εμπλεκόμενοι να γνωρίζουν τι αναμένεται και να αισθάνονται υπέροχα όταν συμμετέχουν. Κάντε μια λίστα με τα άτομα που ελπίζετε να συμπεριλάβετε στην καμπάνια σας. Όταν δέχονται, βάλτε τους στην ομάδα.

### Εργαζόμενοι/Διοικητικό Συμβούλιο

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

### Χορηγοί/Εθελοντές

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

### Πρεσβευτές

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

### Συνεργάτες σε τοπικό επίπεδο (Επιχειρήσεις, Δημόσιοι Φορείς, Άλλοι)

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_





## Δημιουργήστε ένα εμπορικό σήμα καμπάνιας για την #GivingTuesday

Κάντε την #GivingTuesday δική σας! Σχεδιάστε ένα εμπορικό σήμα - όνομα, λογότυπο, σλόγκαν - που θα ενοποιήσει την καμπάνια σας και θα απογειώσει την προώθησή της.

Όνομα

Γράψτε μερικές ιδέες για το όνομα της καμπάνιας.

---

---

---

Οπτικά

Γράψτε ιδέες για τα οπτικά στοιχεία της καμπάνιας

---

---

---

Σλόγκαν

Γράψτε ιδέες για ένα σλόγκαν καμπάνιας

---

---

---



## Ανάπτυξη αφήγησης καμπάνιας

### Λίστα ελέγχου αφηγήσεων

- Συγκεκριμένο πρόγραμμα, έργο ή είδος δωρεάς
- Εικονική ιστορία υποστηρικτή, εργαζομένου, εθελοντή
- Υποστηρικτικά στοιχεία
- Ενσωμάτωση matching δωρεάς
- Σύνδεση με προτροπή για συνεργασία μέχρι τέλος του έτους

Ιδέα ιστορίας 1

Ιδέα ιστορίας 2

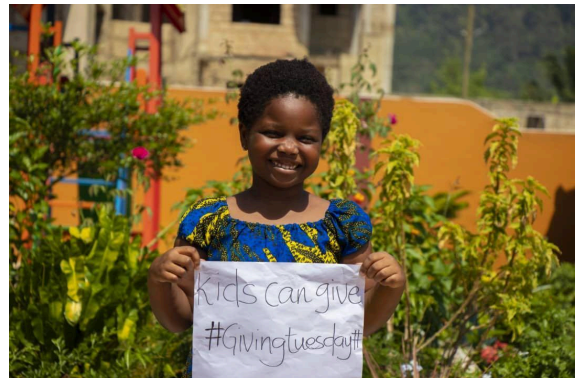
Ιδέα ιστορίας 3



## Συγκεντρώστε εμπνευσμένα, αυθεντικά οπτικά στοιχεία

Τα οπτικά στοιχεία αποτελούν την καρδιά των σπουδαίων επικοινωνιών.

Το λογότυπο, η χρωματική παλέτα, οι φωτογραφίες και τα βίντεο θα δημιουργήσουν την οπτική ταυτότητα της καμπάνιας και την αυθεντική σύνδεση με το έργο σας. Δεν χρειάζεται να είναι τέλεια!



## Δημιουργήστε ένα εμπνευσμένο αίτημα

Χρησιμοποιήστε τη δήλωση:  
«Πιστεύουμε»  
«Εσείς»  
«Ευκαιρίας/Δυνατότητας» για να  
προσελκύσετε μια συναρπαστική  
πρόσκληση για δράση.

Παράδειγμα: Σχολείο που συγκεντρώνει χρήματα για να κατασκευάσει μια αποθήκη τροφίμων για τους μαθητές. Η καμπάνια θα ξεκινήσει με την ιστορία ενός μαθητή που πεινούσε. Στη συνέχεια...

**Δήλωση «Πιστεύουμε»:** Πιστεύουμε ότι κανένας μαθητής δεν θα πρέπει να επιλέξει ανάμεσα στο φαγητό και τη μάθηση.

**Η δήλωσή σας «Εσείς»:** Μπορείτε να μας βοηθήσετε να γεμίσουμε το ντουλάπι, ώστε κανένας μαθητής του Χ σχολείου να μην χρειαστεί να κάνει αυτή την επιλογή/να μην πεινάσει.

**Δήλωση «Ευκαιρίας/Δυνατότητας»:** Είστε μαζί μας;

Ιδέες δήλωσης «Πιστεύουμε»  
Σημειώστε εδώ

Ιδέες δήλωσης «Εσείς»  
Σημειώστε εδώ

Ιδέες δήλωσης «Ευκαιρίας/Δυνατότητας»  
Σημειώστε εδώ



## Οργανώστε την ομάδα της καμπάνιας σας

Μια καλή καμπάνια θα εμπνεύσει πολλούς ανθρώπους να συμμετάσχουν.

Οργανώστε την ομάδα σας έτσι ώστε όλοι οι εμπλεκόμενοι να γνωρίζουν τι αναμένεται και να αισθάνονται υπέροχα για τη συμμετοχή τους.

Φτιάξτε έναν κατάλογο με τους ανθρώπους που ελπίζετε να συμπεριλάβετε στην καμπάνια σας.

Όταν δέχονται, σημειώστε την συμμετοχή τους στην ομάδα.

### Εργαζόμενοι/Διοικητικό Συμβούλιο

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

### Χορηγοί/Εθελοντές

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

### Πρεσβευτές

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

### Συνεργάτες σε τοπικό επίπεδο (Επιχειρήσεις, Δημόσιοι Φορείς, Άλλοι)

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_



## Προσδιορισμός πρεσβευτών της εκστρατείας

Οι πρεσβευτές της καμπάνιας πιστεύουν σε εσάς και είναι μεγάλες, αξιόπιστες φωνές που μπορούν να ενισχύσουν την εμβέλεια της καμπάνιας σας.

Υπάρχουν τρία βασικά βήματα για ένα επιτυχημένο πρόγραμμα πρεσβευτών:

1. Προσδιορίστε πρεσβευτές που εκπροσωπούν διαφορετικές κοινότητες υποστηρικτών
2. Προσελκύστε τους πρεσβευτές, ορίζοντας μια ημέρα για να τους προσεγγίσετε και στη συνέχεια φιλοξενώντας μια εναρκτήρια συνάντηση
3. Προμηθεύστε τους πρεσβευτές με ελκυστικό, εύκολο στην κοινοποίηση περιεχόμενο σε σταθερό πρόγραμμα.

### Εργαζόμενοι και Διοικητικό Συμβούλιο

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

### Δωρητές/εθελοντές

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

### Πολιτικοί ηγέτες

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

### Διασημότητες/αθλητές

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

Ποιος θα είναι υπεύθυνος για τη δημιουργία περιεχομένου και την επικοινωνία με πρεσβευτές;

# Κάντε έναν τεχνικό έλεγχο!

Βεβαιωθείτε ότι η χρήση των τεχνολογικών μέσων σας ικανοποιεί τους δωρητές σας.

**Pro-tip:** Ελέγξτε την εμπειρία των δωρητών σας στον υπολογιστή, το tablet και το τηλέφωνο. Ξεκινήστε με το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο/μέσα κοινωνικής δικτύωσης, κάντε κλικ στον ιστότοπο, κάντε μια ηλεκτρονική δωρεά και επανεξετάστε τις ευχαριστίες. Θα ήταν ευχαριστημένοι οι δωρητές σας από την εμπειρία;

Σημειώστε τυχόν διορθώσεις που πρέπει να κάνετε στα παρακάτω πλαίσια.

Ο ιστότοπος, η επεξεργασία δωρεών και η προβολή/προώθηση θα πρέπει να επανεξεταστούν και να βελτιστοποιηθούν για την #GivingTuesday. Όλα θα πρέπει να είναι απλά, να ελκύουν την προσοχή, και να δημιουργούν σύνδεση.

Ιστοσελίδα

- 
- 
- 

Ηλεκτρονική δωρεά

- 
- 
- 

Προβολή/Προώθηση, Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

- 
- 
- 



## Ενθαρρύνετε τη συμμετοχή με «προκλήσεις» και matching δωρεές

Οι διαγωνισμοί, οι «προκλήσεις», οι αντισταθμιστικές δωρεές και άλλα "εργαλεία" είναι διασκεδαστικά, ελκυστικά και κάνουν μεγάλη διαφορά στην #GivingTuesday

Matching Δωρεές: Εντοπίστε γενναιόδωρους δωρητές που μπορούν να προσφέρουν χρηματοδότηση για να ενθαρρύνουν τη γενναιοδωρία και την πρόοδο προς τους στόχους της καμπάνιας σας.

Καταχωρήστε εδώ:

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

Οι «προκλήσεις» και οι διαγωνισμοί δημιουργούν ενέργεια και ενθουσιασμό. Αναφέρετε ιδέες για προκλήσεις και διαγωνισμούς εδώ:

- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_





## Σχεδιάστε ένα δυνατό πλάνο επικοινωνίας

Αναπτύξτε ένα πλάνο για να δημιουργήσετε ενθουσιασμό για την καμπάνια σας.

Λάβετε υπόψη το ταχυδρομείο, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και τις εκδηλώσεις.

Δημιουργήστε συναρπαστικό, πρωτότυπο περιεχόμενο και επικοινωνήστε με συνέπεια μέσω όλων των καναλιών προβολής σας και στους πρεσβευτές της καμπάνιας σας.

Το πλάνο θα πρέπει να σχεδιαστεί γύρω από τους στόχους και το εμπορικό σήμα σας, ώστε όλα τα στοιχεία της προβολής σας να αλληλοενισχύονται.

Η επικοινωνία σας μπορεί να ξεκινήσει μήνες πριν από την #GivingTuesday.

## Είμαστε στη διάθεσή σας

Συνδεθείτε μαζί μας!  
[www.givingtuesday.gr](http://www.givingtuesday.gr)

FB: [givingtuesday](https://www.facebook.com/givingtuesday)

