



ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΩΝ: ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΣΗΜΕΙΑ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΩΝ ΣΕΜΙΝΑΡΙΩΝ

Στο παρόν έγγραφο περιλαμβάνονται οι βασικές συστάσεις σχετικά με τη διοργάνωση εκστρατειών που διατυπώθηκαν κατά τη διάρκεια των διαδικτυακών σεμιναρίων του φόρουμ της Ευρωπαϊκής Πρωτοβουλίας Πολιτών. Οι συστάσεις έχουν ομαδοποιηθεί ανά θέμα και προέρχονται από τα ακόλουθα τέσσερα διαδικτυακά σεμινάρια:

- [Διαδικτυακό σεμινάριο «How to run a successful campaign» \(Πώς να διοργανώσετε μια επιτυχημένη εκστρατεία\), 2018](#)
- [Διαδικτυακό σεμινάριο «How to campaign and fundraise for a European Citizens' Initiative» \(Πώς να διοργανώσετε μια εκστρατεία και να συγκεντρώσετε πόρους για μια Ευρωπαϊκή Πρωτοβουλία Πολιτών\), 2019](#)
- [Διαδικτυακό σεμινάριο «Tools to run a successful European Citizens' Initiative campaign» \(Μέσα διοργάνωσης μιας επιτυχημένης Ευρωπαϊκής Πρωτοβουλίας Πολιτών\), 2019](#)
- [Διαδικτυακό σεμινάριο «Campaigning online for your European Citizens' Initiative» \(Διοργάνωση διαδικτυακής εκστρατείας για Ευρωπαϊκή Πρωτοβουλία Πολιτών\), 2020](#)

Βασικά μηνύματα

1. Καίρια σημασία έχει η στόχευση του κατάλληλου κοινού και η προσέγγισή του με αποτελεσματικό τρόπο.
2. Η δημιουργία ενός μεγάλου συνασπισμού διαφόρων οργανώσεων είναι χρήσιμη. Ωστόσο, όσο περισσότεροι είναι οι εταίροι, τόσο μεγαλύτερη είναι και η ανάγκη για συντονισμό. Οι διοργανωτές πρέπει να μεριμνούν για την επίτευξη της σωστής ισορροπίας και να γνωρίζουν καλά το δίκτυό τους ώστε να έχουν σαφή εικόνα των ικανοτήτων του όσον αφορά την εκτέλεση διαφορετικών εργασιών.
3. Η ακριβής σύνθεση της ομάδας διοργανωτών (π.χ. με τη συμμετοχή δημόσιων προσώπων ή σημαντικών συμμάχων) είναι σημαντική για την εκστρατεία.
4. Σημαντική επίσης είναι η προσαρμογή της εκστρατείας στον τόπο στον οποίο διεξάγεται. Οι τοπικοί εταίροι δεν θα πρέπει να έχουν την εντύπωση ότι απλώς συμμετέχουν σε μια ευρωπαϊκή εκστρατεία για την πρωτοβουλία, αλλά και ότι η εθνική εκστρατεία αποτελεί δική τους ευθύνη.
5. Οι διοργανωτές θα πρέπει να θέσουν στόχους όσον αφορά τον αριθμό των υπογραφών που επιθυμούν να συγκεντρώσουν, μέσα σε ποιο χρονικό διάστημα και σε ποιες χώρες.
6. Για να αναρτούν διαφημίσεις ως υπεύθυνοι πολιτικής εκστρατείας στο Facebook και στο Twitter, οι διοργανωτές πρέπει να είναι πιστοποιημένοι διαφημιστές.
7. Η συνέπεια του οπτικού υλικού βοηθά στη διοργάνωση μιας επιτυχημένης εκστρατείας. Η ύπαρξη βασικών, μεταφρασμένων υποδειγμάτων (π.χ. για μπάνερ, ιστότοπους ή περιεχόμενο στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης) βοηθά τους διοργανωτές να απευθύνονται στον κόσμο στη γλώσσα του στις διάφορες χώρες τις οποίες επιθυμούν να προσεγγίσουν.
8. Κατά την κατασκευή του ιστότοπου, οι διοργανωτές θα πρέπει να βλέπουν τον ιστότοπο σαν ένα ταξίδι του χρήστη και όχι ως αυτοτελές στοιχείο.
9. Για να εξασφαλίσουν τη συμμετοχή των υπευθύνων χάραξης πολιτικής ή των μέσων ενημέρωσης, οι διοργανωτές πρέπει πάντα να προσδιορίζουν τα οφέλη που οι παράγοντες αυτοί θα αποκομίσουν από τη συμμετοχή τους στην εκστρατεία.

Περαιτέρω σχετικά ζητήματα



Εξασφάλιση της συμμετοχής εταιρών

- Η δημιουργία δικτύων έχει ουσιώδη σημασία για τους διοργανωτές. Η καλύτερη περίπτωση είναι όταν οι εταίροι του δικτύου ασχολούνται ήδη με τα αντίστοιχα θέματα επί σειρά ετών.
- Συνιστάται στους διοργανωτές να ξεκινούν τον σχεδιασμό 1-2 έτη πριν από την καταχώριση της πρωτοβουλίας τους. Οι διοργανωτές πρέπει να έχουν υπόψη ότι ο χρόνος προετοιμασίας είναι απαραίτητος.
- Δεν αρκεί μια ισχυρή ευρωπαϊκή, κεντρική εκστρατεία, πρέπει να προβάλλονται και οι εθνικές εκστρατείες.
- Οι εταίροι δεν συμβάλλουν μόνο στην προσέλκυση του ενδιαφέροντος αλλά και στη συγκέντρωση υπογραφών. Οι διοργανωτές μπορούν να ρωτήσουν εκ των προτέρων τους εταίρους πόσες υπογραφές θεωρούν ότι θα είναι σε θέση να συλλέξουν. Ωστόσο, οι διοργανωτές θα πρέπει να έχουν υπόψη τους ότι οι εταίροι τείνουν συνήθως να υπερεκτιμούν την ικανότητά τους να συγκεντρώνουν υπογραφές.
- Η συμμετοχή εθελοντών στην εκστρατεία είναι εξαιρετικά χρήσιμη. Το επαγγελματικό υπόβαθρο των εθελοντών μπορεί να είναι πολύ σημαντικό για την εκστρατεία.
- Θετική μπορεί να είναι η εξασφάλιση της συμμετοχής συνδικαλιστικών οργανώσεων, καθώς οι οργανώσεις αυτές αριθμούν πολλά μέλη. Ωστόσο, ενδέχεται να δυσκολευτούν να πείσουν τη βάση τους για τη σημασία εκστρατειών σε επίπεδο ΕΕ.
- Οι διοργανωτές δεν θα πρέπει να υποτιμούν τη σημασία των ενημερωτικών δελτίων μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και των εικονικών κλήσεων. Είναι καίριας σημασίας για την ενημέρωση των εταιρών και των εθελοντών.
- Οι εκδηλώσεις εκτός διαδικτύου μπορούν να είναι χρήσιμες για την κινητοποίηση εταιρών και εθελοντών.

Εξασφάλιση της συμμετοχής διασημοτήτων

- Οι διοργανωτές θα πρέπει να χρησιμοποιούν ολόκληρο το δίκτυό τους. Συνιστάται στους συμμετέχοντες να αναπτύξουν σχέσεις για να έρθουν σε επαφή με επηρεαστές, έτσι ώστε οι διοργανωτές να μπορέσουν να αυξήσουν την απήχησή τους.
- Πολιτικά κόμματα μπορούν να γίνουν εταίροι σε εκστρατείες της Ευρωπαϊκής Πρωτοβουλίας Πολιτών. Η ακρόαση στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο μπορεί να χρησιμοποιηθεί με στρατηγικό τρόπο εάν οι διοργανωτές είναι καλά προετοιμασμένοι, ενώ μπορούν επίσης να συντονιστούν εκ των προτέρων με βουλευτές του ΕΚ.
- Η συμμετοχή κάποιου εξέχοντος προσώπου ή πολιτικού στην ομάδα των διοργανωτών μπορεί να συμβάλει στην προσέλκυση του ενδιαφέροντος του κοινού. Οι διοργανωτές θα πρέπει να ενεργούν βάσει στρατηγικής και να μην ορίσουν τα 7 μέλη της ομάδας διοργανωτών πολύ νωρίς, ώστε να μπορέσουν να συμπεριλάβουν δυνητικούς σημαντικούς εταίρους στην ομάδα σε μεταγενέστερο στάδιο.

Χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης

- Η στρατηγική για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι σημαντική και πρέπει να καταρτίζεται πολύ νωρίς.
- Ένας διοργανωτής Ευρωπαϊκής Πρωτοβουλίας Πολιτών ανέφερε ότι τα 2/3 των υπογραφών που συγκέντρωσε η πρωτοβουλία προήλθαν από δραστηριότητες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.



- Η διαφήμιση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης βοηθά στη στόχευση συγκεκριμένων ακροατηρίων. Ωστόσο, η προβολή πολιτικών διαφημίσεων στο Facebook παρουσιάζει δυσκολίες. Μόνο εγκεκριμένοι διαφημιστές επιτρέπεται να διοργανώνουν πολιτικές εκστρατείες.
- Διαφημίσεις επιτρέπεται να προβάλλονται στο Facebook μόνο στη χώρα διαμονής. Κατά συνέπεια, οι διοργανωτές θα πρέπει να διαμορφώσουν μια διακρατική ομάδα, εάν επιθυμούν να προβάλλουν διαφημίσεις στο Facebook σε ολόκληρη την ΕΕ.
- Το Twitter διαχωρίζει μεταξύ πολιτικού περιεχομένου και διαφήμισης για την επίτευξη κοινωνικού σκοπού. Η διαφήμιση που αφορά κόμματα ή εκλογές θεωρείται «πολιτική» και δεν επιτρέπεται στο Twitter. Οι διαφημίσεις που αφορούν την επίτευξη κοινωνικού σκοπού δεν απαγορεύονται, αλλά απαιτείται λογαριασμός πιστοποιημένου διαφημιστή για την προβολή τους.
- Τα μηνύματα των διοργανωτών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θα πρέπει να είναι συνεπή, και να μπορεί κανείς να τα αναγνωρίσει εύκολα και να ταυτιστεί με αυτά.
- Είναι δυνατή η πραγματοποίηση ψηφιακών παρουσιάσεων (π.χ. μέσω Twitter). Οι διοργανωτές μπορούν να προγραμματίσουν μία ημέρα με πολυάριθμες δράσεις στο διαδίκτυο (αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τακτικές υπενθυμίσεις σχετικά με τον τρόπο συμμετοχής, για παράδειγμα).
- Είναι ζωτικής σημασίας το περιεχόμενο που παράγεται να είναι μοναδικό, και η προετοιμασία του πριν από την έναρξη της εκστρατείας έχει καθοριστική σημασία. Στο πλαίσιο αυτό, οι προσωπικές ιστορίες μπορούν να συμβάλλουν σημαντικά στην προσέλκυση του ενδιαφέροντος.
- Είναι πολύ σημαντικό οι ακόλουθοι να συμμετέχουν και να νιώθουν συνδεδεμένοι και αυτό δεν επιτυγχάνεται μόνο με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά μπορεί επίσης να εξασφαλιστεί με ενημερωτικά δελτία.
- Οι διοργανωτές θα πρέπει να χρησιμοποιούν απλή διατύπωση και μηνύματα στη γλώσσα τους.

Χρήση των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης

- Η συμμετοχή των παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης είναι εξίσου σημαντική με αυτή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης όσον αφορά την προσέλκυση του ενδιαφέροντος του κοινού.
- Οι προσωπικές σχέσεις με δημοσιογράφους σε όλα τα επίπεδα βοηθούν τους διοργανωτές να εξασφαλίσουν κάλυψη από τα μέσα ενημέρωσης.
- Οι εκστρατείες σε επίπεδο ΕΕ πρέπει να συντονίζονται με τις εθνικές/τοπικές οργανώσεις-εταίρους.
- Η εναρκτήρια εκδήλωση είναι σημαντική για την προσέλκυση του ενδιαφέροντος του κοινού και πρέπει να είναι καλά οργανωμένη.
- Οι καλλιτεχνικές εκδηλώσεις μπορεί να φαίνονται ελκυστικές, αλλά η επιτυχημένη διεξαγωγή τους μπορεί να αποδειχθεί εξαιρετικά δύσκολη.
- Το έντυπο υλικό είναι σημαντικό για τη διεξαγωγή της εκστρατείας εκτός διαδικτύου και θα πρέπει να μεταφράζεται στις γλώσσες των χωρών στις οποίες οι διοργανωτές προτίθενται να συγκεντρώσουν υπογραφές.
- Οι εκδηλώσεις μπορούν να συμβάλλουν στην προώθηση της πρωτοβουλίας. Είναι χρήσιμη η διοργάνωση κεντρικών, ευρωπαϊκών εκδηλώσεων, αλλά οι τοπικοί εταίροι πρέπει να είναι ελεύθεροι να διοργανώνουν τις δικές τους εκδηλώσεις σε εθνικό επίπεδο.



- Εξαιρετικά ωφέλιμη μπορεί να είναι συμμετοχή ενός διοργανωτή ως ομιλητή σε εξωτερική εκδήλωση για την προσέλκυση νέων υποστηρικτών.

Ιστότοπος

- Οι διοργανωτές θα πρέπει να ελέγξουν αν το όνομα τομέα του συνθήματός τους είναι διαθέσιμο προτού επιλέξουν το όνομα της πρωτοβουλίας.
- Οι διοργανωτές δεν θα πρέπει να υποτιμήσουν την πιθανή απήχησή τους. Εάν διοργανώσουν μια καλή εκστρατεία, θα έχουν πολλούς επισκέπτες και η υποδομή του ιστότοπου θα πρέπει να μπορεί να ανταποκριθεί επαρκώς.
- Η βελτιστοποίηση ιστότοπου της Google αποτελεί ένα αποτελεσματικό και χρήσιμο εργαλείο. Η βελτιστοποίηση για μέσα κοινωνικής δικτύωσης (SMO) διευκολύνει την κοινοποίηση και τη σωστή παρουσίαση των αναρτήσεων κατά τη διαδικασία αντιγραφής και επικόλλησης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Για την κατασκευή ιστότοπου, οι διοργανωτές μπορούν (για παράδειγμα) να χρησιμοποιήσουν τις πλατφόρμες Wordpress, Drupal, Wix ή στατικές σελίδες html.
- Οι διοργανωτές μπορούν να δημιουργήσουν έναν προδιαμορφωμένο ιστότοπο για τους εταίρους τους, ώστε να τους βοηθήσουν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Τα βασικά υποδείγματα θα πρέπει να μεταφραστούν σε διάφορες γλώσσες ώστε να απευθύνονται στους ανθρώπους στη γλώσσα τους.
- Η συνέπεια του οπτικού υλικού είναι σημαντική. Οι διοργανωτές πρέπει να έχουν υπόψη τους ότι το οπτικό υλικό αποτελεί το βασικό στοιχείο του ιστότοπου που προσελκύει την προσοχή.
- Εφόσον υπάρχει ιστότοπος, το πρώτο βήμα πρέπει να είναι η μετάβαση από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, το Google ή άλλους ιστότοπους στην αρχική σελίδα της εκστρατείας.
- Η μετάβαση στον ιστότοπο πρέπει να αποτελεί τη συνέχεια της εμπειρίας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (όσον αφορά το περιεχόμενο και το οπτικό υλικό). Η σελίδα υποδοχής θα πρέπει να περιλαμβάνει: 1) ένα σύντομο σύνθημα, 2) ένα εισαγωγικό κείμενο, 3) μια εικόνα που να έχει νόημα, 4) μια έκκληση για ανάληψη δράσης και 5) γενικές πληροφορίες.
- Οι διοργανωτές θα πρέπει να προβάλλουν το δίκτυό τους (π.χ. τις οργανώσεις-εταίρους) στον ιστότοπο.
- Η πλατφόρμα υποστήριξης πρέπει να συμμορφώνεται με τον ΓΚΠΔ και θα πρέπει να παρέχει δυνατότητα κοινοποίησης.
- Οι διοργανωτές πρέπει να διασφαλίσουν ότι ο ιστότοπός τους είναι επίσης κατάλληλος για φορητές συσκευές.
- Σκόπιμη είναι επίσης η χρήση φωτογραφιών, σύντομων μηνυμάτων και κουμπιών παρότρυνσης για ανάληψη δράσης, καθώς και η αποφυγή μεγάλων κειμένων.
- Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο εξακολουθεί να αποτελεί σημαντικό εργαλείο για τη διάδοση του μηνύματος της εκστρατείας.