

Kommunikationsplan för lokala aktörer

Här bjuder vi på några tips för er lokala kommunikation. Först några viktiga datum att ta sikte på.

Sedan ett gäng med teman och rubriker för de olika tillfällena.

En del rubriker och teman passar bättre att kommunicera externt och till media. Andra teman kan ni använda i er kommunikation med givare och andra i er närhet, eller internt i organisationen.

I samban med denna kommunikationsplan finns också ett dokument med viktiga basfakta kring #GivingTuesday, samt några användbara citat och förslag på pressrelease att utgå från i era mediekontakter.

Viktiga datum

- 3 november
- 22 november
- 29 november
- 3 december

Budskap för respektive datum

3 november

- 1 månad kvar till #GivingTuesday
- Vad är #GivingTuesday? (PM1)

Andra förslag på vad som kan kommuniceras runt detta datum:

- Varför uppmärksammas generositet, medmänsklighet och givande?
- Hur kan vi gå samman. Hur kan civilsamhället och näringslivet hjälpa varandra?
- #GivingTuesday Kids
- Hur kan man själv delta i #GivingTuesday? Egna insamlingar, events och liknande
Tipsa om vd man kan göra för att supporta och engagera sig.
- Kolla igenom vilka personer, influencers, givare eller andra supporters man har in sin omgivning och som man kan uppmuntra att engagera sig

22 november

En vecka kvar till Black Friday

- Vad betyder det att vi strävar efter en generösare värld och mer rättvis värld?
- Sprid ditt engagemang!
- #MyGivingStory



29 november (Black Friday och Cyber Monday)

- Vad är #GivingTuesday? (PM1, om man inte fått publicerat/kommunicerat detta tidigare.)
- Varför använder vi Black Friday till något annat? Utförligare, länka till något bra exempel.
- Giving Week
- #MyGivingStory, länka till andra länder. Länka till vårt eget material, länka till PDF:erna

#GivingTuesday 3 december

- En modern folkrörelse
- Civilsamhällets betydelse
- Organisationernas egna budskap och engagemang
- #GivingTuesday Kids
- Giving Week

