

رسالة الحملة - الجزء الأول

تعريف الرسالة

شرح تفصيلي للمدربين

الشريحة 1:

أهلاً بكم في العرض التقديمي الأول والذي يتناول كيفية صياغة رسالة الحملة، سيتم شرح موضوع "رسالة الحملة" على هذا الموقع من خلال سلسلة تتضمن خمسة عروض تغطي كيفية صياغة الرسالة واختبارها، بالإضافة إلى كتابة رسالتك وإيصالها، وسيركز العرض الأول على تعريف الرسالة، كما سيقدم فكرة عامة عما تتضمنه الرسالة وما لا يجب تضمينه.

في حين أن جميع الخطوات الأخرى في حملتك تنطوي على الكثير من #

الشريحة 2:

الحسابات #

الشريحة 3:

التخطيط الاستراتيجي و#

الشريحة 4:

الجهد البدني فصيغة رسالة مقنعة للحملة ستطلب #

الشريحة 5:

إبداعك.

تم تقديم المعنى المتعارف عليه للرسالة منذ عقدين عن طريق السياسي الاستراتيجي البارز باول تولي. وطبقاً لتعريفه #

الشريحة 6:

فالرسالة هي

جزء محدود من المعلومات الموثوقة والصحيحة التي تنقلها المؤسسة بشكل مستمر من أجل تقديم سبب مقنع للجمهور ليختار ويتصرف بناءً على ذلك الاختيار #

الشريحة 7:

تُقدم رسالتك الأسباب التي تجعل الأشخاص يصوتوا لك دون الآخرين، أسباب تنفرد أنت بها دون لخصمك، وهي المنطق الرئيسي والمحوري لحملةك السياسية وجميع عمليات التواصل التي ستقوم بها من خلال حملتك #

الشريحة 8:

وبالرغم من ذلك يجب أن تكون رسالة حملتك #

الشريحة 9:

قصيرة لا إسهاب فيها فلا تزيد #

الشريحة 10:

عن دقيقة واحدة #

الشريحة 11:

أو، إذا لزم الأمر تنحصر في 30 كلمة، ولا يجب أن يزيد الوقت عن دقيقة لإيصال رسالتك لأن الناس مشغولون بأشياء أخرى. #

الشريحة 12:

يجب أن تكون قادراً على جذب انتباههم بجمل قليلة وفي وقت قصير. #

الشريحة 13:

يجب أن تكون الرسالة #

الشريحة 14:

مكررة الى ما لا نهاية كما يجب أن #

الشريحة 15:

تضمنها في كل ما تقوله، سواء كان مكتوباً أو مسموعاً عندما تتواصل مع ناخبك، كما يجب تكررها مرارا وتكرارا في #

الشريحة 16:

المواد المطبوعة #

الشريحة 17:

أو من خلال المتطوعين #

الشريحة 18:

أو في بياناتك التي تلقيها علي جمهور بشكل عام #

الشريحة 19:

أو في لقاءاتك المباشرة مع الجمهور #

الشريحة 20:

أو عبر أثير التلفاز #

الشريحة 21:

وفي برامج الراديو ... إلي اخر الصور المختلفة #

الشريحة 22:

لا تتغير الرسائل باستمرار وإلا لن يتذكرها جمهورك المستهدف نهائياً، فبمجرد تحديد وصياغة رسالتك لا يجب القيام بأي تغييرات إلا في حالة حدوث ظروف طارئة أثناء الحملة تستدعي التحدث عنها. فعلى سبيل المثال، إذا كنت تتحدث عن خلق فرص عمل جديدة وحدث أن ضربت دولتك كارثة طبيعية مثل زلزال مدمر، فستكون في حاجة الى إعادة صياغة رسالتك لتتماشي مع حالة الطوارئ. #

الشريحة 23:

ومع ذلك فمن الضروري أن تتذكر أنه على الرغم من أنها تستخدم لتوصيل موقفك أو موقف منظمك حول قضية ما، فالرسالة قائمة #

الشريحة 24:

على قيم محددة وليس قضية بغيتها، فهي مشتقة من القيم والمعتقدات الراسخة الأساسية التي تربط بينك أنت ومنظمتك وبين المجتمع، بالإضافة الى جمهورك المستهدف الذي تحاول إقناعه وإشراكه في التصويت لصالحك، وهذا لان الرسالة الفعالة تخاطب مشاعر الناس بشكل مباشر وإهتماماتهم. #

الشريحة 25:

سيكون على رسالتك أن تنافس الرسائل الأخرى التي ستقدمها الأحزاب المنافسة والمرشحون المنافسون، فبينما تحاول إقناع الناخبين من خلال رسالتك بمشاركتك قيمهم، سيقوم جميع المرشحين الآخرين بنفس الشيء عن طريق تضمين قيمهم في رسائلهم وترويجها.

والأن، من الممكن أن تعتقد أن قيمك هي الأهم على الإطلاق وأنت لا تحتاج لترويج رسالتك لدي ناخبك بما أن القيمة تروج نفسها، ولكن الحقيقة المرة أن حتى أفضل المنتجات لا تروح دائما. #

الشريحة 26:

فكر لو هلة: أي المنتجات أفضل وأصح بالنسبة لك – عصير برتقال طازج أم مشروب الكولا الغازي؟ أغلبية من سي طرح عليهم هذا السؤال سيقولون عصير البرتقال بالطبع، ومع ذلك فإذا قمت بإلقاء نظرة في ثلاجاتهم لحظة طرح السؤال ستجد أن أغلبيتهم لديهم الكولا وليس عصير البرتقال، فأينما تذهب تجد الناس يشربون المشروبات الغازية وهذا ليس صدفة. فقط أنظر الى يافطات الإعلانات في مدينتك أو إعلانات التلفاز، فمع إنها ليست أفيد المشروبات من الناحية الصحية، إلا أن منتجي الكولا يحققون نجاحا كبيرا في بيع منتجهم وذلك عن طريق التسويق وصياغتهم لرسالة مقنعة. #

الشريحة 27:

ولهذا السبب ستحتاج الى تصميم رسالة قوية لحملتك، كما يجب أن تتطابق رسالتك مع ما تؤمن به، ولكن يجب في نفس الوقت أن تصممها بشكل جذاب وأن تكون محل إعجاب مجموعتك المستهدفة من الناخبين، ضع في حسيانك دائما أن رسالتك ليست للجميع ولكنها فقط للمجموعة المستهدفة التي حددتها في الخطوة السابقة من التخطيط للحملة، والتي تقوم على البحث الذي قمت به. وأخيرا وبمجرد صياغتك للرسالة يجب أن تكرر ها بصفة دائمة. #

الشريحة 28:

لقد تحدثنا عن كيف ينبغي أن تكون الرسالة، والأن فالننظر إلي ما لا يجب تضمينه في الرسالة #

الشريحة 29:

والمسألة الأكثر أهمية أن لا تكون رسالة الحملة برنامجا مفصلا أو #

الشريحة 30:

برنامج انتخابي لحزبك أو #

الشريحة 31:

قائمة القضايا التي يحاول حزبك السياسي معالجتها. تذكر أن رسالة الحملة تتكون من عدد محدود من المعلومات التي يجب أن تقنع الناخبين بدعمك. ويجب ألا تزيد رسالتك عن دقيقة، بما أن هذه هي مدة الوقت التي سيمنحها معظم الناخبين لك إذا قرعت أبوابهم أو أوقفهم في الشارع، وهي أيضا مدة معظم إعلانات التلفاز أو الراديو. #

الشريحة 32:

ثانيا، لا تعرض الرسالة أنشطة الحملة المختلفة، بالطبع ستعمل أنشطة الحملة كوسيلة لتوصيل رسالتك، ولكن لا يجب الخلط بينها وبين الرسالة نفسها. وبذلك ستذهب حملتك للناس في بيوتهم من خلال حملات الطرق علي الأبواب، وتنظم فعاليات والمشاركة في مناظرات وتنفذ جميع الأنشطة الأخرى من أجل توصيل الرسالة، ولكنك لن تتحدث مع الناخبين عما حدث أثناء الحملة أو داخلها. #

الشريحة 33:

كما أن الرسالة لا تتعلق بالمرشح، فالحملات السياسية والانتخابية تدور حول دعم الناخبين ليؤيدوا ويدعموا مرشحهم وإقناعهم بذلك، ولكن المرشحين ليسوا محور ما تحمله الرسالة. #

الشريحة 34:

وأخيرا، لا يجب الخلط بين الرسالة وعبارة خاطفة أو شعار. ففي معظم الحالات من الممكن أن تستمد الشعارات من المعنى الأساسي لرسالة الحملة، ولكن الهدف الرئيسي هو ألا يُنسى المرشح ولتقديم السبب المنطقي والدافع لدعمه.

الشريحة 35:

ولنعطيكم مثال فشعار مثل: "من أجل غدٍ أفضل" يمكن إستخدامه من قبل أي حزب في أي مكان في العالم وبالمناسبة لن يواجهه أي شخص بإستخدام شعار يقول "من أجل غدٍ أسوأ"، ومع ذلك سيبدأ الناخبين في تمييز ودعم تلك الأحزاب التي تضيف علي تلك الكلمات الثلاث، وبذلك يخلقون رسالة توضح معنى "من أجل غدٍ أفضل". #

الشريحة 36:

والآن فلنختصر ما لا يمكن وصفه علي أنه رسالة أو ما لا يجب أن تحتوي الرسالة عليه، فهي كما إتفقنا ليست برنامجاً مفصلاً أو برنامج انتخابي أو قائمة بالقضايا أو ما يتعلّق بأنشطة حملتك أو ما يتعلّق بالمرشحين، ولا حتى شعاراً. كل هذه الأشياء من الممكن أن تكون جزء من رسالة مطولة، فإذا كانت هذه المكونات ستساعد في إقناع مجموعات معينة من الناخبين ليدعموك، فلا يجب أن تكون جزء من جوهر رسالتك. #

الشريحة 37:

والآن بما أصبح لديكم فكرة واضحة عما هي الرسالة وما تضمنه وما لا يجب أن تتضمنه، تفضل بالانضمام إلينا في العرض التالي لمعرفة نصائح عن كيفية عمل رساله حملته مقنعة لنفسك! #