

1. PRIPREMA PRE OBJAVE

Istraži:

- Pogledaj postojeće kampanje (ako ih ima) – kako su formulisane, koje slike koriste, koliki im je cilj.
- Definiši tačno šta ti treba (oprema, usluge, pomoć, sredstva).
- Izračunaj realnu ciljnu sumu – uzimajući u obzir i moguće provizije/platformske troškove.

2. POPUNJAVANJE FORME NA PLATFORMI

Naziv kampanje:

- Kratak, jasan, emotivan.
- Primer: „**Pomozimo Ivani da ponovo hoda**“ ili „**Svetlost za seosku školu**“

Opis kampanje (glavni tekst):

- **Prvo rečenica koja budi emocije.**
- Onda objašnjenje: šta je problem, zašto je hitno, kome se pomaže.
- Zatim: kako će se utrošiti novac (konkretno!).
- Završetak: poziv na akciju – Primer: "Doniraj sada i pomoz da zajedno učinimo čudo."

Trajanje kampanje:

- Preporučeno: 30 do 60 dana.
- Kratke kampanje deluju urgentno, duže daju više vremena za promociju.

Ciljna suma:

- U EURIMA
- Uključi 5–10% više zbog mogućih troškova.

3. VIZUELNI ELEMENTI

- Obavezno priloži fotografije visoke rezolucije – lica, mesta, akcije.
- Ako možeš, napravi kratak video (do 60 sekundi) gde se osoba ili predstavnik organizacije direktno obraća publici.
- Naslovna slika treba da bude emocionalna, čista, fokusirana.

4. PROMOCIJA

Gde i kako promovisati:

- **Facebook i Instagram** – lični profili, grupe, stranice (lokalne zajednice!)
- **WhatsApp/Viber** – lični kontakti, alumni grupe, roditelji, komšije
- **Mejl lista** – ako postoji, pošalji redovan bilten
- Kontaktiraj **lokalne medije, škole, NVO**

Saveti:

- Pošalji poruku koja nije samo „daj pare“, nego i „podeli“, „budi deo“, „pomogni da se raširi vest“.
- Redovno objavljuj napredak – koliko je skupljeno, šta je kupljeno, slike sa terena.

5. ZAVRŠETAK I IZVEŠTAJ

- Objavi javno hvala svim donatorima (ime + iznos ako su dozvolili).
- Prikaži tačno kako su sredstva potrošena – fotografije računa, kupljenih stvari, korisnika.
- Objavi šta je sledeće – nastavak inicijative, nova faza ili završetak.

BONUS SAVETI:

- Priče pokreću ljude više nego brojevi.
- Ne traži savršen tekst – iskrenost i transparentnost su najvažniji.
- Jedna dobra fotografija i jedan iskren video mogu uraditi više nego stotine reči.