

HAREKETE GEÇENLER 5 KAMPANYA KILAVUZLARI



1 GİRİŞ

- 1 Rotary'nin imajını tanıtır
- 2 Harekete Geçenler kampanyası nedir?
- 2 Kampanya materyallerine genel bakış

3 BAŞLARKEN

- 4 Kulübünüzün Harekete Geçenler hikayesini anlatın
- 5 Basılı ilan oluşturmanın üç adımı
- 8 Basılacak ilanın son kontrolü
- 9 Kulübünüzü kampanyada tanımlama

10 TOPLUMLA HAREKETE GEÇENLER İLANLARINI PAYLAŞIN

- 11 Dijital kanallar
- 12 Bastır ve yayınla

14 İLETİŞİM BİLGİSİ

Marka Merkezindeki yenilikler nelerdir?

Kampanya kaynak malzemeleri düzenli olarak ekleneceğinden, sık sık kontrol ettiğinizden emin olun.

1 GİRİŞ

ROTARY'NİN İMAJINI TANITIN

Rotary Nedir? Bu görünüşte kolay olan sorunun kime sorduğunuza bağlı olarak birçok farklı cevabı vardır. Yeni Rotary halk imajı kampanyası, tek bir fikir etrafında toplanan Rotaryenlere basit, tutarlı bir cevap sunmayı hedefliyor: dünyaya dostluk ve aksiyon grupları olduğumuzu söylemek ve göstermek.

İyi haber, insanların çoğunun Rotary'yi duymuş olmasıdır. Küresel marka güçlendirme girişimimize başladığımız 2011'den bu yana, Rotary genel farkındalık seviyesini yüzde 60'dan yüzde 75'e çıkardı. Bu güçlü bir temel, ancak hala yapılacak işlerimiz var.

Halkın çoğu adımızı bilmesine rağmen, son araştırmalarımız bize çok fazla sayıda potansiyel üye veya destekçinin Rotary'yi tam olarak anlamadığını söylüyor. Neyi temsil ettiğimizi ve yerel topluluklarda ne yaptığımızı bilmiyorlar. Ankete katılanların yaklaşık yüzde 60'ı, Rotary kulüplerinin kendi topluluklarında bulunduğunu bilmediklerini söyledi.

Şimdi hikayemizi anlatırken bir sonraki adımı atmanın zamanı geldi. Harekete Geçenler imaj kampanyası, bizi tanımayanlar için Rotary hikayesini hayata geçirmeyi hedefler. Bunu Rotaryenleri Harekete Geçenler olduğunu göstererek, toplum için çalışan, ilham veren, değiştiren, iletişime geçen ve mümkün olduğunda kutlayan liderler olarak yaparız. Birlikte öğrenen, gelişen, beraber çalışırken iyi vakit geçiren ve işleri yoluna koyan bireyleriz. Bu kampanya aynı zamanda mevcut ve potansiyel üyelerin yanı sıra bağışçıları, ortakları ve destekçileri motive eder, ilgilenir ve ilham verir.

Farkındalık ve anlayış arasındaki mesafeyi azaltmak zaman alacak. Bu kılavuzun yardımıyla, topluluğunuza ve dünyaya dostluk ve aksiyon grupları olduğumuzu bildirmenin yollarını bulacaksınız.

HAREKETE GEÇENLER KAMPANYASI NEDİR?

Harekete Geçenler en son Rotary imaj kampanyasıdır. Rotary'yi anlamak için aşağıdaki soruları cevaplarını içerecek şekilde tasarlanmıştır:

- **Rotary Nedir?**
- **Rotaryenler kimlerdir?**
- **Rotaryenlerin toplumda ve dünyadaki etkisi nedir?**
- **Rotary'nin diğer organizasyonlardan farkı nedir?**

Çeşitli yaratıcı materyallerle kampanya, Rotary kulübü üyelerini Harekete Geçenler olarak gösterir. Rotaryenlerin topluluklarını ve dünyayı geliştirmek için harekete geçme konusunda benzersiz bir bakış açısı ve tutkuyu paylaştığını biliyoruz. Başkalarının umutsuzluk gördüğü yerlerde, Rotaryenler umut görüyorlar. Başkalarının problem gördüğü yerlerde çözümler görüyoruz. Bazılarının zorlukları görebileceği yerlerde fırsatlar görüyoruz.

Bu, Rotary kulübü üyelerine kendi topluluklarında nelerin mümkün olduğunu gösterme ve bu fikirleri hayata geçirmek için bir araya geldiğimizde neler başarabileceğimizi vurgulama şansımızdır.

KAMPANYA MALZEMELERİ GENEL BAKIŞ

Harekete Geçenler kampanyası materyalleri, tüm resmi Rotary dillerde Rotary Marka Merkezi'nde (rotary.org/brandcenter) bulunmaktadır. Aşağıdakiler dahil olmak üzere, daha fazla kaynak düzenli olarak eklenecektir:

- Videolar
- Basılı ilanlar
- Dış Mekan İlanları
- Online ilanlar
- Radyo ilanları ve makaleler
- Sosyal medya görselleri
- Sital kılavuzu
- Bir bakışta sitil kılavuzu

Kendi Harekete Geçenler hikayelerinizi nasıl anlatacağınızı ve yerel kampanya materyallerini nasıl oluşturacağınızı öğrenmek için Başlangıç bölümüne gidin.

2

BAŞLARKEN

Toplumun ne yaptığımıza dair anlayışını geliştirmek için topluluklarımızda yarattığımız etkiyi vurgulamamız gerekiyor. Harekete Geçenler kampanyası bu hikayeleri anlatmamıza yardımcı oluyor.

Kampanya reklamları ve mesajlaşma paylaşımaya hazır haldedir. Kulübünüzü topluma tanıtmak için kullanabileceğiniz görüntüleri bulmak için Marka Merkezine gidin. İşte mevcut olan ilanlardan bazı örnekler:



KULÜBÜNÜZÜN HAREKETE GEÇENLER HİKAYESİNİ ANLATIN

Kendi Rotary kulübünüze ve hikayenize özgü bir reklam kullanmayı tercih ederseniz, bir tane oluşturabilirsiniz. Topluluğunuzla yankı yaratacak kendi kulüp hikayenizi geliştirmeye başlamak için bu alıştırmaı kullanın. Bu çalışma sayfasını tamamlamak, reklamınızı daha kolay ve daha etkili bir şekilde yazmanıza yardımcı olur. Başlamak için aşağıdaki soruları cevaplayın.:

- 1.Neyi başarmaya çalışıyoruz?**
Topluluğunuzdaki problemi veya mücadeleyi kulübünüzün çözmek için yardım ettiği şekilde tanımlayın. Bunun toplumunuzda bir sorun olduğunu nasıl bildiniz?
- 2.Kitleniz kim?**
Rotary üyelerinin ötesindeki kitleniz kimler? Bizim hakkımızda ne biliyorlar? Bizim hakkımızda ne düşünüyor ve hissediyorlar? Ne düşünmelerini ve hissetmelerini istiyoruz?
- 3. Nasıl harekete geçtik? Mücadele etmek için kulüp üyelerinizin veya topluluktaki diğer kişilerin uzmanlığını nasıl kullandığınızı açıklayın. Kulübünüz bu projede çalışırken hangi engellerle karşılaştı?**
- 4.Hangi eylem fiili en iyi yaptığımız eylemi temsil eder?**
Birlikte Bağlandık mı? Birlikte, Dönüştürüyoruz? İlham? Çocuk felcinin sonu mu?
- 5.Hangi fotoğraf hikayenizi en iyi şekilde gösterir? Hangi eylemi gösteriyor? Fotoğraftaki kim?**
- 6.Bizim etkimiz neydi? Hangi kanıtlar bunu destekliyor?**
- 7.Projemizin sonuçları neydi? Proje kaç kişiyi etkiledi? İlgili diğer istatistikler nelerdir? Projeden ne gibi değişiklikler çıktı?**
- 8. Topluluğumuzdaki insanların yaşamlarını nasıl etkiledik? Özel örnekler verin.**
- 9.İzleyicilerimizin ne yapmasını istiyoruz?**
Daha fazla bilgi edin? Sebebinı destekle? Yaklaşan bir etkinliğe katılmak ister misiniz?

BASILI İLAN OLUŞTURMANIN ÜÇ ADIMI

Önemli geçmiş sorularına cevap verdiniz ve anlatmak istediğiniz hikayeyi biliyorsunuz. Şimdi kulübünüzü ve Harekete Geçenler iletinizi en iyi şekilde temsil edecek bir reklam oluşturmanın ve hedef kitlenizin dikkatini çekmenin tam zamanı. İşte size kulübünüze ve topluluğunuza özgü bir Harekete Geçenler baskılı reklamı geliştirmek için üç adımlı bir işlem.



BİRİNCİ ADIM: BAŞLIĞINIZ İÇİN BİR AKSİYON KELİMESİ SEÇİN

"Birlikte, Biz..." bu kampanyanın başlığının bir parçasıdır ve tüm Harekete Geçenler reklamlarında kullanılmalıdır. Başlığı bitirmek için, mesajınızı en iyi temsil eden önceden belirlenmiş eylem fiillerinden birini seçin. Kulübünüzün neyi başarmaya çalıştığını veya ele almaya karar verdiğiniz yerel mücadeleye nasıl yaklaştığınızı düşünün. Hangi eylem fiili ne yaptığınızı en iyi tanımlar? Lütfen aşağıdaki listeden seçiniz:

- İletişime Geç
- Değişim
- İlham
- Çok Felcine Son

Önceden belirlenmiş eylem fiilleri yasal amaçlar için temizlendi. Yasal sorunlardan kaçınmak için, bu kılavuzda bulunmayan diğer eylem fiillerini oluşturup kullanmamanızı şiddetle tavsiye ederiz.



İKİNCİ ADIM: BİR GÖRÜNTÜ SEÇİN VEYA FOTOĞRAF ALIN

Tasvirler, dostluk ve aksiyon grupları olduğumuzu göstermek için çok önemlidir. Resimlerimiz sayesinde, toplumla ve projeden yararlananlarla yan yana çalışan Rotaryenlerin otantik anlarını sunmak istiyoruz. Belgesel tarzı fotoğrafçılık genellikle bu beklentiyi, Rotaryenleri eylemde göstermeyen portrelerden, el sıkışmalarından veya grup fotoğraflarından daha iyi anlatır. İnsanların aşamalı anlık görüntüleri, dostluk ve aksiyon gruplarını tasvir etmez.

Kampanyayı en iyi şekilde hayata geçirmek için, kulübünüzü halkın dikkatini çeken ve gerçek duyguları ateşleyen güçlü görüntülerle tasvir edin. Kampanyamızı başarılı kılacak şey budur. Fotoğrafların nasıl görünmesi ve hissedilmesi gerektiğine dair bir liste:

- Görüntü, iş yerinde Rotaryenlerin gerçek, doğal anlarını temsil ediyor.
- Başlığı temsil eden net bir görsel anlatım gösterir.
- Kişilerin yüzleri ve eylemleri olumlu, mutlu ve ilgi çekici olmalıdır.
- Sıcak ve doğal aydınlatma ile çalışın. Genellikle, sabahın erken saatlerinde ve öğleden sonraları doğal ışık en iyi sonuçları verir.
- Kulübünüzün çeşitliliğini yaş, etnik köken ve cinsiyet açısından temsil ettiğinizden emin olun. Fotoğraflarınızdaki bu nitelikleri vurgulayın. Topluluğunuzdaki insanların kendilerini fotoğrafta görmesini istersiniz - bu onların dikkatini çekmeye yardımcı olacaktır.
- Proje alanında faydalananlar varsa, proje çalışmasını temsil etmek için faydalananlar ile etkileşimde bulunan Rotaryenlerin bazı görüntülerini yakalayın.
- Kendinize, "Topluluğumdaki insanlar fotoğrafta gördükleriyle kendilerini özdeşleştirir mi?"

Bunu yapmak için profesyonel bir fotoğrafçı olmanıza gerek yok. Fotoğraf çekerken aşağıdakileri aklınızda bulundurun: İzleyicilerinizin dikkatini çeken, ilgi ve duygusal bir tepki veren ilham verici güçlü görüntüler kullanmak istersiniz.

Fotoğrafçılık ile ilgili daha fazla yardım için, Dostluk ve Aksiyon Grupları Kılavuzunu **Marka Merkezinden** indirin.

Unutmayın! Yazılı onay aldığınızdan veya fotoğraflarınızda görünen herhangi biri tarafından imzalanan formları bıraktığınızdan emin olun. Çocuklar fotoğraflardaysa, ebeveynlerinin veya velilerinin yazılı izinlerinin kopyalarını alın ve saklayın. Fotoğrafi çekmediyseniz, fotoğrafın sahibinden kullanım izni alın.



Rotary, Altın alandan ve dünyanın her yerinden uzmanları tek bir ortak hedefle birleştirir: daha iyisini yapmak. İhtiyacı olan 400'den fazla öğrenciye yönelik bir yemek programı düzenleyerek, okula sağlıklı ve öğrenmeye hazır hale gelmeleri gibi. Golden, Colorado'daki açlığın ortadan kaldırılmasına yardımcı olmak, eylem yapan insanların yaptığı şey.

Rotaryclubofgolden.org adresinde daha fazla bilgi alabilirsiniz.

ÜÇÜNCÜ ADIM: AÇIKLAYICI METNİ GELİŞTİRİN

Açıklayıcı metin veya reklamınızın ana kısmı, hikayenizi kısa, bilgilendirici ve ilham verici bir şekilde anlatır. Burası, mümkün olduğunca az kelimeyle, olacaktır:

- İddiada bulunun: Topluluğunuz için anlamlı olan ne yaptınız? Bu sayfadaki örnek reklamda, Little Rock Rotary Kulübü, Arkansas, ABD, sözlük bağışlayarak ve topluluktaki ilköğretim öğrencilerine okuma değerini her yıl teşvik ederek bölgedeki okuma yazma bilmeme oranlarının azaltılmasına yardımcı oluyor.
- İstatistikler ya da etkinizin diğer kanıtlarını sunun: Projenizi başarmaya nasıl başladınız? Kulübünüzün başkalarına yardım etmek için harekete geçtiğine dair kanıt sağlayın. Örnek: "Her yıl, Little Rock Rotary Kulübü sözlükler bağışlıyor ve yaklaşık 100 ilkokul sınıfında öğrencilerle okuma sevgisini paylaşıyor." Bu devam eden bir proje olsa da, kulüp bölgede okuryazarlık oranlarını artırmak için yaptığı çalışmanın kanıtını sunmuş olur.
- Bir harekete geçirme ifadesi yayınlayın: Hedef kitlenizin reklamınızı görünce ne yapmasını istersiniz? Örneğin, "littlerockrotary.com adresinde daha fazla bilgi edinin", izleyicilerden kulüp web sitesini ziyaret etmelerini ve proje hakkında daha fazla bilgi edinmelerini ya da Rotary'nin genel olarak ne olduğunu keşfetmelerini, Little Rock Rotary Kulübü hakkında daha fazla bilgi edinmeleri için yönlendirir.

Anlatım metninizdeki bu üç temel unsurun üstünü örtmeniz gerektiğini unutmayın. Aksi takdirde, reklamınız kafa karıştırıcı, eksik veya yanıltıcı olabilir.

Net ve ilham verici bir mesaj geliştirdiğinizden emin olmak için, aşağıdakilerden birini veya tümünü belirlemek için "Kulübünüzün Dostluk ve Aksiyon Gruplarını Anlatın" çalışma sayfasına geri dönün:

- Projenizin sonuçları nelerdi?
- Proje kaç kişiyi etkiledi?
- Diğer ilgili istatistikler nelerdir?
- Projeden ne gibi değişiklikler çıktı?
- Hangi spesifik örnekler, topluluğunuzdaki insanların yaşamlarını nasıl etkilediğinizi gösteriyor?

Harekete geçirme ifadenizi veya okuyuculara reklamınızı gördüklerinde ne yapmalarını istediğinizi söyleyen mesajı eklemeyi unutmayın. Daha fazlasını öğrenmelerini ister misin? Toplantıya katılmaya ne dersin? Amacını destekle? Kulübünüze katılmak?

Şimdi yazmaya başlamanın zamanı geldi. "Kulübünüzün Harekete Geçenler Hikayesini Anlatın" konusundaki temel soruları cevapladıktan sonra, reklamınızı oluşturmak için "Basılı Reklam Oluşturmanın Üç Adımı" na bakın. Ardından kopyanızı ve seçtiğiniz resmi profesyonel görünümlü bir reklamda birleştirmek için Marka Merkezindeki tasarım şablonunu kullanın. Nihai sonuç, solda gösterilen reklamla aynı görünmelidir.

BASILACAK İLANIN SON KONTROLÜ



görsel

aksiyon fiili

açıklayıcı metin

Üç aşamalı bir işlemlle çalışırsanız, güçlü bir Harekete Geçenler baskılı ilanı oluşturacaksınız. Dostluk ve Aksiyon Grupları reklamları her zaman bu yapıyı izlemelidir:

- ☐ Görseliniz
- ☐ Aksiyon Fiiliniz
- ☐ İddianız
- ☐ Kanıtınız
- ☐ Aksiyon Çağrınız

Şimdi ilanı teste alın. Aşağıdaki sorulara evet cevabı verebilir misiniz? Öyleyse, tasarım şablonunda son ilanı oluşturmaya hazırsınız.

- ☐ Hikayem kitleme uyarlandı mı? Onlar için önemli olan bir şeyi anlatıyor mu?
- ☐ Bir değişimi anlatıyor mu? Anlamlı bir şey mi?
- ☐ Etkimizin kanıtını sunuyor muyum?
- ☐ Kitlemin duygularına dokunacak ve dikkatlerini çekecek kişisel anekdotlar, gerçek hayattan örnekler veya hikayeler ekledim mi?
- ☐ Rotary jargonu ve kısaltmalarından kaçındım mı?
- ☐ Kitlenin dikkatini çekecek kadar kısa mı?

Harekete Geçenler kampanyası materyallerinizi en iyi şekilde nasıl kullanacağınızı ve tanıtacağınızı öğrenmek için, **Harekete Geçenler Reklamlarını Paylaşın Genel bölümüne** gidin.

Marka Merkezindeki şablonları kullanma, fotoğraf ve metin ekleme ve fotoğrafları yüklerken hatırlanması gereken önemli konular hakkında daha fazla bilgi için, Rotary Marka FAQ bölümünü **Marka Merkezinden** indirin.

KULÜBÜNÜZÜ KAMPANYADA TANIMLAMA



Kulüp reklam panosu

Kulüp
tanımlayıcısının yeri

Tutarlılık, Rotary marka mesajının ve bu kampanyanın kalbinde yer alır. Algıların yönetilmesine, güven aşılmasına ve Rotary'nin ortak başarıların üzerine kurulmasına yardımcı olur. Rotary hakkında konuşma şekliniz ve Rotary'nin görsel kimliğini tasvir etme şeklinizdeki tutarlılık, halkın kim olduğumuza dair kolektif anlayışını geliştirmemizi sağlayacaktır.

Harekete Geçenler kampanyası materyallerinde kulüp logosu kullanılmadığını fark edeceksiniz. Bununla birlikte, bu kampanya boyunca kulübünüzü tanımlamanın yollarını hala biliyorsunuz ve bu önemli. Topluluğunuza Rotaryenlerin Harekete Geçenler olduğunu göstermek, yerel hikayenizi hayata geçirmek, kampanyanın hayati bir parçası.

KULÜP TANIMLAMADA KULLANILACAK HAREKETE GEÇENLER MATERYALLERİ

Harekete Geçenler malzemeleri oluştururken kulübünüzü tanımlamanın yolları:

- **Basılı ilanlar:** Anlatım metnindeki kulübünüze bakın ve kulüp web sitenizin aksiyon çağrısı bölümünü reklamlarınıza ekleyin.
- **Dış alan ilanları:** Reklam panoları gibi bu daha büyük, açık hava ilanları için, kulüp adınızı ve web sitesi ilanının sağ tarafındaki Harekete Geçenler logosu kilidinin altına yerleştirmek için bir grafik tasarım uzmanı veya reklamcıyla birlikte çalışın.
- **Dijital ilanlar:** Kulübünüzün web sitesinde dijital ilanlar gönderiyorsanız, ilanlarınızı klübe yönlendirmeniz gerekmez; izleyiciler sitenizdedir. Dijital ilanları başka sitelere yayınlıyorsanız, Marka Merkezindeki hazır ilanları kullanın ve kulüp web sitenize bir bağlantı verin.
- **Sosyal medya kampanyaları:** Kulübünüzün sosyal medya sayfasına bir Harekete Geçenler görseli veya dijital ilan yayınlıyorsanız, kulübünüze yönlendirmeniz gerekmez - izleyiciler sayfanızdadır. Ancak, başkalarıyla yeniden paylaşım yapmak için gönderiyorsanız, görselinize uygun bir başlık seçip kulübünüzü tanımlayabilir ve kampanya logosu kilidini ilanın altına yerleştirebilirsiniz. Anlatım metnini ilanın içine harekete geçirme ifadesi eklemek yerine, bunları sosyal medya yayınının bir parçası olarak yazın. Çağrınızı eyleme bağladığınızdan ve farkındalığı arttırmak için #PeopleofAction etiketini kullanın.

Gerekirse tasarım ve planlama yardımı alın. Ek tasarım ve planlama yardımı için, yerel bir grafik tasarımcı veya ajansa başvurun. Ayrıca, Fotoğraf ve tasarım rehberliği için bir Bakışta Stil Kılavuzu ve Stil Kılavuzu da dahil olmak üzere, diğer Harekete Geçenler kampanyaları materyallerini **Marka Merkezinden** indirebilirsiniz. Planlama ile ilgili daha fazla yardım için Öğrenim Merkezindeki Kulüp Resmi İmaj Komitesi Temelleri kursuna bakın.

3

TOPLUMLA HAREKETE GEÇENLER İLANLARINI PAYLAŞIN

Kullanmak istediğiniz Harekete Geçenler kampanyası ilanını seçtiğinizde veya kendi sayfalarınızı oluşturmak için çalışma sayfalarını tamamladığınızda, ilanı toplumla paylaşmaya hazırsınızdır.

Başlamak için, malzemeleri topluluğunuza uyarlamak için pazarlama deneyimine sahip bir grup Rotaryeni organize edin ya da yerel bir grafik tasarımcı veya ajansla çalışın. Aynı derecede önemli: İlanlarınızı çevrimiçi ve gazeteler, dergiler ve ilan panoları gibi geleneksel medyaya yerleştirmek için bir plan geliştirin.

İlanlarınızı planlarken ve yerleştirirken Rotary bağlantılarınızı kullandığınızdan emin olun. Siz veya başka bir kulüp üyesi medya veya reklam endüstrisindeki birini tanıyorsa, o kişiden ilanların masrafsız yerleşimlerini almanıza yardımcı olmasını isteyin.

En iyi ilan yerleşimleri, her ülke ve o ülkedeki her topluluk için değişir. Yerleşim için aşağıdaki fikir ve ipuçlarını okuyun.

DİJİTAL KANALLAR



İÇ PAYLAŞIM

Harekete Geçenler materyallerinizi Rotary topluluğuna dağıtın.

- **Rotary kulübünün kampanya görüntülerini yerel web sitelerinde paylaşın.** Kulüp ve bölge web siteleri, yeni Harekete Geçenler kampanyasından görüntüler içermelidir. Bölge web siteleri, Marka Merkezindeki kampanya malzemelerine nasıl erişileceğini de açıklayabilir. Web sitenize bir kampanya resmi yayınlamak için, yalnızca Harekete Geçenler banner ilanlarından birini Marka Merkezinden indirin ve normal gönderme işleminizi takip edin.
- **Kampanya videolarını Rotary kulübü ve bölge web sitelerinde paylaşın.** Kulüp veya bölge web sitenize bir video eklemek için, canlı yayın bağlantısı almak için Vimeo.org adresine gidin ve web sitenizin gönderme işlem sırasını takip edin. Ayrıca, Rotary etkinliklerinde videoları sürekli bir döngüde de oynatabilirsiniz.
- **Görselleri Rotary bülteninize yerleştirin.** Bülten editörünüzden, paylaşmak istediğiniz Harekete Geçenler görselini eklemesini isteyin.

DIŞ PAYLAŞIM

Harekete Geçenler materyallerinizi topluma gösterin.

- **Sosyal medyada yayınlayın.** Sosyal medya sayfalarınız için Harekete Geçenler yayınları oluşturmak basittir. Hikayenizi önceki çalışma sayfasında nasıl anlattığınızı düşünün. Her sosyal medya yazısı için bu alanlardan birine odaklanın. Kopyanız kısa, özlü ve anlaşılması kolay olmalıdır. Görselleri göndermek için aşağıdaki adımları izleyin:
 1. Mevcut seçeneklerden kullanacağınız başlığı seçin.
 2. İlanınız için kullandığınız görseli seçin. Kendinizinkini ekleyebilir veya mevcut görsellerden birini seçebilirsiniz.
 3. Postanızı yazıp kopyanızı özlü ve odaklı tutun. Söylemek gibi bir harekete geçirme ifadesi eklediğinizden emin olun.
 4. Sosyal medya sayfalarınızdaki keşfi artırmak için #PeopleofAction etiketini kullanın.

Başkalarını kampanya malzemelerini kullanmaya teşvik edin. Tüm Harekete Geçenler ilanlarınızı yayınlayın, gönderin ve paylaşın. Diğer Rotaryenleri topluluklarında aynısını yapmak için motive edin. Rotary hakkında farkındalık arttıkça, topluluklarımız Rotary'yi ve yaptığımız iyi şeyleri daha fazla anlayacaktır. Reklam kampanyasının tüm materyalleri ve diğer kamuya açık resim kaynakları, **Marka Merkezinde** olacaktır.

BASTIR VE YAYINLA



Toplunun bilinçlendirilmesi, projeleriniz için daha fazla desteğe, diğer topluluk örgütleriyle daha güçlü bağlantılara ve potansiyel üyelerin ilgisinin artmasına neden olur. İşte Rotary'nin topluluğunuzda neler başardığına dair farkındalığı ve anlayışı arttırmanın etkili yolları:

- **Hem basılı hem de çevrimiçi olarak yerel gazetenizde ilanları yerleştirin.** Harekete Geçenler ilanlarının maliyetsiz yerleşimlerini garanti altına almak için yerel gazetenize başvurun veya medya bağlantılarınızı kullanın. Gazetenin ilanı gelecek bir baskıda yayınlayıp yayınlamayacağını sorun ve gazetenin web sitesinde belirli bir süre yayınlayın.
- **Dış alan ilanlarınızı kullanın veya yerel toplu taşıma acentelerine reklam verin.** Reklamları yerleştirmek için yerel dış alan reklamcınıza veya topluluğunuzun toplu taşıma acentesinin reklam departmanına başvurun. Düşük maliyetli bir ilan yerleşimi elde etmeyi denemek için medya bağlantılarınızı da kullanabilirsiniz. İlanı yayınlamak için ajans veya satıcı ile birlikte çalışın. Tüm Harekete Geçenler ilan panoları ve ev dışı ilanlar Marka Merkezinden indirilebilir.
- **Yerel mağazalara ilanlar verin.** Basılı ilanlar yayınlayabilir veya broşürleri yerel mağazalarda bırakıp bırakamayacağını sorun. Birçok işletme sahibi, Rotary'ye zaten aşina olmadıkça, iyi nedenlerin ve kar amacı gütmeyen kuruluşların tanıtımına yardımcı olmaya isteklidir. İşletmeleri olan kulüp üyelerinden reklamları görüntülemelerini de istemeyi unutmayın.
- **Yerel radyo istasyonunuzun bir ilan yayınlamasını sağlayın.** Kulübünüzü tanıtmak için Harekete Geçenler radyo reklamlarını nasıl özelleştireceğinizle ilgili bazı ipuçları:
 - Harekete Geçenler radyo ilanlarının ücretsiz yerleşimlerini güvence altına almak için yerel istasyonunuza başvurun veya medya bağlantılarınızı kullanın. Önceden hazırlanmış radyo ilanlarını ve metin içeriklerinin bir kopyasını sunun - bazı istasyonlar ilanları kendilerinin hazırlamasına istekli olabilir.
 - Radyo ilanı aynı zamanda bir ses ayırma özelliğine de sahiptir; bu, anlatım izinin arka plan müziği gibi diğer seslerden ayrıldığı anlamına gelir. Bu, dış sesle konuşma yapan bir sanatçının senaryoyu hangi dilde veya lehçede uygun olursa olsun yeniden kaydetmesini sağlar.
 - Senaryoyu okuyacak doğru kişiyi seçmek için radyo istasyonuyla çalışın. Kişinin kendine güvenen, ilham verici ve misafirperver görünmesini istersiniz.
 - Kulüp iletişim bilgilerinizi ekleyerek ilanı yerleştirin. Örneğin: evlrc.org'daki Evanston Deniz Feneri Rotary kulübü ile iletişime geçin.



- **Harekete Geçenler videosunu gösterin.** Kulübünüzü tanıtmak için Harekete Geçenler TV reklamlarını nasıl kişiselleştirebileceğiniz ile ilgili bazı ipuçları:
 - Birçok televizyon istasyonu kamu hizmeti programları, kısa duyurular ve mesajlar sunmaktadır - bazen Rotary gibi topluluk organizasyonları için ücretsiz olarak yayınlanmaktadır. Yerel istasyonlarla iletişime geçin ve kamu hizmeti direktörünü veya topluluk işleri direktörünü isteyin. Onlara videoyu gösterin ve ücretsiz yayınlayıp yayınlamayacaklarını sorun.
 - Her videoda iki versiyon mevcuttur: Kullanıma hazır olan 30 ve 90 saniyelik spotlar ile birlikte, yerel Rotary kulübünüz veya bölgeniz hakkında bilgi eklemeniz için sonunda 5 saniye bırakan 25 ve 85 saniyelik spotlar. 25 ve 85 saniyelik noktalar, TV istasyonu veya bir video düzenleme bölümünde lokal hale getirilebilir.
 - 30 ve 90 saniyelik videolar aynı zamanda sesli olarak da kullanılabilir. Bu videolar aynı zamanda, ayrı bir ses özelliğine de sahiptir; yani anlatım parçası, arka plan müziği gibi diğer seslerden ayrılır. Bu, dış sesle konuşma yapan bir sanatçının senaryoyu hangi dilde veya lehçede uygun olursa olsun yeniden kaydetmesini sağlar.
 - 25 veya 85 saniyelik sürümleri kullanıyorsanız, kulübünüzün adını ve web sitenizi içeren bir mesaj eklemek için ilave beş saniyelik boş alanı kullanmayı düşünün. Örneğin:

EVANSTON LIGHTHOUSE ROTARY KULÜBÜ
evlrc.org

- Televizyon istasyonuna, Rotary'in dijital ilanlarını çevrimiçi ve sosyal medya platformlarına dahil etmeleri hakkında sorun.
- **Düşük ya da ücretsiz ilan için ek fikirler:** Kulübünüzün parkmetrelere, taksi panolarına, balonlara, keşif balonlarına, bakkaliye alışveriş sepetlerine ve ayrıca topluluk bülten panolarına veya yerel sinema salonuna ilan verme imkanı olup olmadığını araştırın.

Paylaşmayı unutma; hikayelerini duymak istiyoruz! Yerel bir Harekete Geçenler kampanyası başlattıktan sonra, bize hikayenizi anlatın ve bize ilan malzemelerini nasıl kullandığınızı resimlerini gösterin. Çalışmanızı iç global tanıtımlarda öne çıkarabiliriz. Pr@rotary.org adresindeki pazarlama ekibimize yazın.

Harekete Geçenler ile ilgili sorularınızı nereye göndereceğinizi bulmak için **İletişim Bilgileri bölümüne** gidin.

İLETİŞİM BİLGİLERİ

Yardıma mı ihtiyacınız var? Tasarım yardımı için kampanya soruları veya graphicdesign@rotary.org ile pazarlama ekibimizle pr@rotary.org adresinden iletişime geçin.

Belgenin başına dönmek için **Giriş'e** gidin,veya kendi Harekete Geçenler materyallerinizi oluşturmaya başlamak için rotary.org/brandcenter adresine gidin.