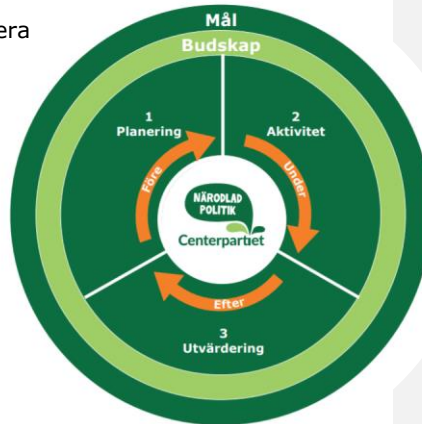


CHECKLISTA: FÖRE-UNDER-EFTER KAMPANJ

- Organisationen är tillgången – det är vi som är kompetensen i mitten som driver kampanjen framåt
- Tänk paketering – förstärk budskapet i flera led
- Före, under och efter – planera smart med checklistor på evenemang, mässora, kampanjer online och på gator och torg
- Tydligt och gemensamt budskap – gå inte en ensam väg. Alla verktyg finns på Connect. Om du saknar något, kontakta kampanjstod@centerpartiet.se.
- Målet är valvinst – Nytt ledarskap för Sverige



Faktaruta

Målet med kvalitativa och uppsökande samtal är för att ge väljaren en positiv upplevelse oss som centerpartister. Du grundar alltid dina möten i varför just du valt Centerpartiet.

Vi vill att väljarmålgrupperna talar om oss i positiv bemärkelse och är nyfikna på oss och det vi gör.

Sättet du uppträder på när du kampanjar, är lika viktigt som de ord du säger.

Kampanjtips:

- Var närvarande, nyfiken och entusiastisk
- Säg tack och ställ frågor
- Tala positivt om Centerpartiets politik på ett personligt sätt; "för mig är det viktigt att Centerpartiet jobbar för..."
- Tala aldrig negativt om våra motståndare

Om du inte kan svaret på frågan du får, svara ärligt.

-Jag kan inte svaret på den frågan, men jag ska ta reda på det. Kan jag återkomma via mail, telefon, sociala medier eller ett nytt besök?

Använd #ckampanj när du lägger upp foton på sociala medier.

Formaterat: Indrag: Vänster: 1,27 cm, Ingen

Formaterat: Ingen numrering

Formaterat: Tabbstopp: 9,47 cm, Till vänster + Inte vid 8 cm + 16 cm

FÖRE

- **SYFTE OCH MÅL MED KAMPANJEN**

Vad ska uppnås?

Hur mäter vi?

Syfte?

Förslag:

1. Testa något nytt
2. Öka medvetenheten om Centerpartiet/media
3. Stärka relationen med väljarna/medlemmarna
4. Nå nya medlemmar



- **MÅLGRUPP**

Vilken målgrupp ska vi nå? Har vi kampanjarbetare/kandidater som tillhör samma målgrupp?

Var kan ni nå dem? Mötesplatser? Tidningar?

Sociala medier? Titta på Connect för tips och [ideéridéer](#).

- **VAR SKA KAMPANJEN ÄGA RUM?**

Fältet? Torget? Dörrknackning? Sociala medier? Någon annanstans?

- **HUR SKA KAMPANJEN GENOMFÖRAS?**

Det är viktigt att alla som deltar i kampanjen har sin uppgift och är informerade om vad som förväntas av dem.

Ge individuella och konkreta mål. Utlys gärna en tävling som får dem att nå det lilla extra. **TIPS! Använd profilmaterial som vinster!**

Checklista före genomförandet där du lotsar dem igenom vad och hur ni kommer att marknadsföra och vad som händer på plats.

Var tydligt med det gemensamma målet!

Tänk på att inkludera alla!

- **MATERIAL**

Ta fram printat och digitalt material. Kläder?

Förbered det ni ska bjuda i samband med kampanjandet.

- **PLANERING AV MARKNADSFÖRING**

Stärka image.

Vilket/vilka budskap?

Annonsering? (digitala och print, samt pressrelease till media)

Uppdatera hemsida

Informationsmaterial (print och digitalt)

Profilmreklam/giveaways

NÄRODLAD
POLITIK

Centerpartiet

Formaterat: Tabbstopp: 9,47 cm, Till vänster + Inte vid 8 cm + 16 cm

Digitala presentationer (för demo på storbild och/eller dator/Ipad)

- **SKAPA MER SYNLIGHET**

Pressmeddelande/uttalande
Debattartikel
Film/foto
Livesändning på Facebook
Upprop i en lokal fråga

- **VILKEN TYP AV AKTIVITETER**

Vem ansvarar för aktiviteten?
Vilka dag- och kvällsevenemang ska ni synas
Kan man skapa en lokal debatt?
Ska det marknadsföras?
Ska det bjudas in till?

- **MÄT**

Målsätt och följ upp – SMART!

Specifikt, tydligt och konkret, exempel: knacka dörr
Mätbart, tid, kvantitet och kvalitet, exempel: hur många dörrar
Accepterat, Vi vill göra det – vi vet att det är bäst!
Realistiskt, det är möjligt att göra detta för oss
Tidsatt, realistisk tidsram, exempel: vi ska uppnå vårt kortsiktiga mål inom 2 timmar

- **SYNLIGHET INFÖR KAMPANJ**

Inbjudan internt

Gå ut internt digitalt med en "save_the_date"-inbjudan.
Lägg ut information inklusive er inbjudan i kretsens infoflöden
Försök att mobilisera så många ~~som kampanja~~ som möjligt i kampanjarbetet.

Inbjudan externt

Skapa ett evenemang på er krets facebookside. Bjud in vänner och bekanta.
Uppdatera digitala kanaler med korrekt budskap och profil.
Printa inbjudan att dela ut som flygblad

Formaterat: Normal (webb), Indrag: Vänster: 1,27 cm, Avstånd Före: 6 pt, Efter: 6 pt, Mönster: Inget (Vit)

NÄROMLAD
POLITIK

Centerpartiet

Formaterat: Tabbstopp: 9,47 cm, Till vänster + Inte vid 8 cm + 16 cm

UNDER

- **UNDER AKTIVITETEN**

Alla som kampanjar ska känna till tydligt syfte och mål med kampanjen.
Medlemspepp inför, se separat guide.
Schema på plats.
Hur paketera för att nå ännu bättre effekt?

EFTER

- **EFTER AKTIVITET**

Följ upp aktiviteten

Vad var bra, vad var dåligt, svårt, nådde vi våra mål?

Följ upp de mål ni satte i kampanjen. Var utfallet i linje med era förväntningar?

Utvärdera dina egna insatser – be kretsen om feedback.

Vad tar vi med oss framåt?

- **RAPPORTERA**

Rapportera i kartverket var ni varit/antal samtal

Rapportera in hur det gått i dörrknackning:

<https://www.centerpartiet.se/connect/start/sidor/valet2018/samtalsdrivenkampanj/dorrknackning/aterrapporteringdorrknackning.4.411a984116172fef32f2b15.html>

[Har du frågor? Maila kampanjstod@centerpartiet.se](mailto:kampanjstod@centerpartiet.se)

Formaterat: Liststycke

NÄRODLAD
POLITIK

Centerpartiet

Formaterat: Tabbstopp: 9,47 cm, Till vänster + Inte vid
8 cm + 16 cm