

Komunikační kuchařka - Manuál pro kontaktní kampaň

Obsah: Kdo jste? - Informace o volbách - Proč a jak komunikovat osobně - Co lidem říkat a na co si dát pozor - Nejčastější námitky a otázky

Kdo jste a proč vás mají lidé volit? - hlavní sdělení

- Zde si doplníte tři základní sdělení o vás, vaší straně nebo koalici.
- Prosím zajistěte, že, všichni kdo dělají kontaktní kampaň, to sdělení znají a dokáží jej, třeba vlastními slovy, předat.
-

Všeobecně o volbách do Senátu Parlamentu ČR

Kdy budou volby

- 23 a 24. září (pátek od 14 do 22 a v sobotu od 8 do 14 hodin).

Kdo může volit aneb volební právo

- Právo volit má každý občan České republiky, který dosáhl věku 18 let a není zbaven svéprávnosti.

Voličský průkaz, aneb pokud volič nebude v místě svého trvalého bydliště

V komunálních volbách není možné volit jinde než osobně v místě bydliště a není možné získat volební průkaz. Kterou volební místnost má volič navštívit najde volič na webu města nebo na volebních lístcích, které mu dojdou domů před volbami.

Proč komunikovat s voliči a voličkami osobně

Osobní kampaň (na ulici, na akcích i jako door-to-door, tedy ode dveří ke dveřím) je osobnější a působí na lidi lépe než anonymní leták ve schránce nebo billboard.

Je prokázáno, že osobní kontakt má na rozhodování voličů násobně vyšší efekt než jiné kanály. Proto je potřeba co nejvíce voličů oslovit osobně. Podle studií německých Zelených přesvědčí přečtená reklama (plakát, billboard, leták ve schránce) jednoho z 189 oslovených voličů (0,5 %), osobní kontakt na ulici jednoho ze 38 oslovených voličů (2,6 %) a kontakt u dveří bytu jednoho ze 14 oslovených voličů (7 %).

Proto je pro úspěch v kampani osobní kontakt **zásadní** a vaší kampani tak nejvíce

pomůžete tak, že se zapojíte do kontaktní kampaně.

Kde, kdy a jak oslovovat veřejnost

ČAS

Vždy se přizpůsobte lidem, počítejte s tím, že oni na vás zvědaví moc nejsou, ale vy na ně ano. Nejlepší čas bývá typicky před a po pracovní době, kdy je na ulicích větší koncentrace lidí.

Pokud se jedná jen o noviny a letáky, ty je také možné rozdávat brzy ráno či odpoledne u nádraží i autobusů či jiných místech s vysokou koncentrací lidí.

Door-to-door kampaň je nejvhodnější dělat od 16 do 20 hodin ve všední den, případně v sobotu dopoledne či v neděli v podvečer.

MÍSTO A CHOVÁNÍ NA NĚM

Snažte se hledat místa s přirozenou koncentrací lidí. Dobrá jsou i místa blízko zastávek a dalších přestupních uzlů MHD, zejména s lavičkami - lidé se zde přirozeně střídají, máte na ně pár minut čas, ale oni mají jistotu, že jim autobus či tramvaj brzy pojede a "zbaví" se vás - a díky tomu jsou vstřícnější. Naopak nejsou vhodná místa, kudy lidé jen rychle prochází, temná zákoutí nebo jinak nepříjemně působící.

Pokud máte stánek, umístěte jej tak, aby byl vidět, a aby přijít k němu neznamenal pro lidi příliš kroků navíc. Zkuste namísto stánku zvážit některou z inovativních metod kampaňování z [našeho manuálu](#).

Zásadní je **nezdržovat se u stánku a nebavit se mezi sebou**. U stánku vždy jen jeden, maximálně dva lidé. Naopak se snažte aktivně zvát lidi ke stánku, vycházet co nejvíce mimo stánek, mít více lidí kolem stánku. Vhodná je také varianta jedné či dvou osob jako "naháněčů" ke stánku – zaberete tím více míst na ulici či náměstí a rozdáváte a zároveň zvete ke stánku. Mějte jasno, co u stánku/karavanu je, a případně, zda je tam kandidát(ka), abyste mohli zvát konkrétně.

Pamatujte, že merchandise (reklamní předměty) je až druhořadý dát lidem do rukou leták (případně noviny, pokud máte). U sebe (v tašce přes rameno, v kapse) můžete nosit drobnější dárky, ale primárně je mějte spíše na stánku, kam lidi zvete a dávejte těm, kteří projeví větší míru zájmu. Rozdávajte ideálně vždy jen jednu věc jednomu člověku, zdroje jsou omezené. Až ke konci kampaně se snažte rozdat všechno, zejména letáky a noviny už později nevyužijete. Zjistěte si, co rozdáváte a co v novinách/letáku je. Pozor, kampaň končí až dnem voleb!

CO DĚLAT

Cíl je vždy jednoduchý: **aktivně oslovit co nejvíce lidí**. Neztrácejte příliš času diskusí s jedním člověkem, zejména pokud má chuť se hádat, se servisní činností kolem stánku (nošení, chystání atd.) ani rozhovory s kolegy a kolegyněmi.

Primárně rozdávejte letáky a případně noviny, pokud jsou k dispozici. Osvědčila se i kombinace, že vložíte leták přímo do novin.

Najděte si takovou větu na oslovení, se kterou budete vnitřně spokojeni a která nebude končit otázkou, na kterou by vám oslovený mohl odpovědět **NE**. (tzn. nikdy nezačínat např. "Mohu vám nabídnout volební leták Strany zelených?"). Aktivita by vás měla bavit, najděte si takový postoj a takovou větu, které vám nebudou nepříjemné. Podrobnější tipy a návrhy na oslovení najdete níže v sekci "**Struktura komunikace - co říkat**" na straně 7.

Neberte si více úkolů naráz. Není dobré, abyste zároveň vytahovali noviny, pak leták, z kapsy přitom lovili zelený čaj a tužku na petici. Optimální obsluha jednoho stánku jsou 3 až 4 lidé – jeden na stánku a zbytek v ulicích. Pokud je vás více, najdete si jiné stanoviště v blízkých ulicích, na člověka nepůsobí dobře, když se na něj naráz sesype celá banda.

Dávejte si také pozor, abyste nestáli tak, že by dva různí dobrovolníci či dobrovolnice oslovovaly stejné lidi (pokud jste například na dvou koncích ulice) - to bývá obtěžující. Dohodněte se, kdo "obsluhuje" který směr.

PO AKCI

Zdokumentujte, kolik materiálů jste přibližně rozdali (letáky, noviny, merchandise). Pokud to vypadá, že něco dochází, informujte vedení kampaně, stejně tak pokud nastal jakýkoli jiný problém, například se stánkem, nebo někdo nepřišel atd.

Pokud máte fotky z daného dne, tak je umístěte na sociální sítě a web a dejte vědět fanouškům, kde vás mohou potkat příště. Pozor - když fotíte akce venku, je potřeba, aby na fotkách byl i někdo, kdo nevypadá jako dobrovolník. Fotkami prezentujete, že se o vás lidé zajímají, nesmí vypadat prázdně a osaměle. Ideální je poprosit, zda si můžete vyfotit nějakou osobu, která nás volí, třeba maminku s dítětem, jak se baví s kandidátkou nebo dobrovolníky u stánku.

Uklidte po sobě všechny odpadky do tříděného odpadu a nic na místě nenechávejte. Poděkujte všem dobrovolníkům a kolegům za účast a pomoc!

PRAKTICKÉ TIPY

- **Oblečení** - ideálně tričko / bunda s logem kampaně nebo jiné přiměřené oblečení. Netřeba být v saku a kravatě, na druhou stranu otrhané kalhoty a neupravený zevnějšek také nereprezentují příliš dobře.

- **Postoj a řeč těla** - uvolněně, nekřížit ruce, přiměřená gestikulace, být vidět. Nepostávat/neposedávat na stánku znuděně, to lidi odrazuje (a také nás to odlišuje od placených najatých sil jiných stran!).
- **Vzdálenost** - stůjíte před lidmi v dostatečné vzdálenosti - ani moc blízko, ani moc daleko. Oslovujte zepředu nebo z boku, nikdy ne zezadu - to někoho akorát vystrašíte.
- **Rychlost** - Vyhněte se lidem, kteří nápadně spěchají, mluví do telefonu či rovnou dají řeč těla najevo, že je nemáte oslovovat. Šance, že je zastavíte, je minimální a naopak si vytvoříte negativní pocit, pokud vás odbydou.
- **Chůze** - Pokud někdo jde pomaleji, je možné se k němu na pár metrů připojit a oslovit v chůzi, to většinou funguje.
- **Hlasitost** - se rovná sebevědomí! Nekřičte, ale nebojte se mluvit dostatečně nahlas - nestydíte se za to, co říkáte. Zejména u starších lidí si na srozumitelnosti oslovení dávejte záležet.
- **Oční kontakt** - vzbuzuje důvěru. Usmívejte se, nebo alespoň mějte vstřícnou tvář. S člověkem, kterého chcete oslovit, se snažte navázat oční kontakt již z dálky.
- **Jednoduše a srozumitelně** - lidé nevěří cizím slovům a dlouhým větám. Mluvte jejich jazykem.
- **Interakce** - nejde o monolog, ale o **dialog**. Vtáhněte pomocí otázek člověka do rozhovoru pomocí otázek - chcete přece znát jeho názor!
- **Individuální přístup** - zvolte pro každého člověka takový styl hovoru a takové téma, které mu bude vyhovovat.
- **Aktivní naslouchání** - poslouchejte i osloveného člověka, ne jen sami sebe.
- **Děšť** - Pokud krutě prší, nevybalujte stánek, obcházejte lidi individuálně s letáky. Pokud existuje v blízkosti nějaký krytý průchod, přesuňte se alespoň jeden člověk tam. Pokud prší málo, stan vybalte.
- **Příliš dlouhé diskuze** - snažte se asertivně rozloučit s lidmi, kteří u stánku příliš dlouho zůstávají, opakovaně si chodí pro suvenýry nebo hlasitě či jinak odrazují kolemjdoucí. Není dobré po nich křičet, ani je nechat bez povšimnutí.
- **Alkohol a kouření** - prosíme nekouřit a nepít alkohol na stánku. Nesmí také být vidět žádné plastové kelímky ani lahve. Pokud si potřebujete zakouřit, zajděte si na chvíli za roh. V žádném případě neoslovujte nikoho s cigaretou v ruce.

Neberte si k srdci negativní reakce lidí - mohou být nevyspalí, nemocní, právě se pohádali s rodinou apod., nebo mají jiný názor a nechtějí se s vámi bavit.

NIKDY SE NEHÁDEJTE! Za 3 minuty nepřesvědčíte člověka o jiném názoru, proto je lepší nenechávat negativní dojem.

Bud'te pozitivní, nezapomínejte na úsměv, poděkování a přání příjemného dne.

Struktura komunikace - co říkat a na co si dát pozor

PROČ VOLIT STRANU ZELENÝCH

Hlavní message:

- Zde si napiště opět vaše tri klíčová volební sdělení, proč kandidujete a proč vás mají lidé volit, případně co chcete dosáhnout. Zjistěte si také něco o lídrovi vaší kandidátky, abyste mohli, pokud je to potřeba, přidat pár slov o jeho příběhu a proč zrovna on/ona by měli město vést.

STRUKTURA OSLOVENÍ

Pokud nemáte zkušenosti, můžete si vypomoci některou z následujících úvodních vět. Vždy platí, že si ji můžete lehce přizpůsobit, aby vám "seděla" a abyste se cítili pohodlně. Není vhodné začínat otázkou, na kterou jde odpovědět "NE".

1. Varianty prvního kontaktu:

"Dobrý den, nabídnu vám noviny Strany zelených."

"Dobrý den, tady máte leták Strany zelených ke komunálním volbám."

"Dobrý den, za týden jsou komunální volby, tady máte informace/noviny o Straně zelených."

"Dobrý den, přečtěte si, co chtějí prosadit Zelení na radnici." (*podáváte noviny/leták*).

"Dobrý den, podívejte se, jaké osobnosti zastupují Zelené a co prosazujeme." (*podáváte leták*).

"Dobrý den, tady máte leták a zelený čaj od Zelených jako dárek." (*Dárkové předměty rozdáváme s radostí, ale řídíme se stavem zásob.*)

"Dobrý den, za týden jsou komunální volby, už víte koho budete volit?"

2. V případě, že si člověk chce vzít/vezme materiál, pokračujte:

"Půjdete k komunálním volbám volbám? Přemýšlel jste o volbě Zelených?"

- 1) **Už ji volím** -> poděkujte, zeptejte se, zda by dotyčný mohl přesvědčit o volbě rodinu, známé. Příp. předejte letáky, suvenýry, poproste o šíření
- 2) **Nevím/zvažuji, ale...** -> podle toho, jaká je námitka, využít protiargumentaci - viz seznam možných protiotázek níže.
- 3) **Nevím/zvažuji, možná, proč bych měl/a...** -> podle odpovědi použít některý z argumentů: péče, spravedlnost, příroda
 - “Které z těchto témat Vám připadá nejdůležitější?”
 - následně využít argumentaci pro dané téma, případně jej rozvést
- 4) **Volím jinou stranu/kandidáta** -> (odpověď volte s ohledem na specifika vašeho regionu / cílovou skupinu se kterou mluvíte).
 - “Zkuste si to porovnat, určitě budete příjemně překvapeni.”
 - Co osobně Vás nejvíc trápí?
 - Můžete své hlasy rozdělit více stranám/kandidátům
- 5) **Nevolím, politika je svinstvo** -> Zelení v životě pomohli už tolika věcem, nedělají to pro peníze, zkuste si o nich něco víc přečíst, co prosazuje, třeba změňte názor.
- 6) **Nevolím, jsem ještě mladý/mladá** -> Budete moci třeba už za rok, určitě vás to zaujme.

3. V případě, že člověk nechce materiál:

- Znáte paní kandidátku na starostku? Ráda vám zodpoví jakoukoliv otázku osobně.
- Mrkněte se na náš web.
- V novinách je křížovka/osmisměrka/omalovánky. *(u novin často funguje jako argument,*

4. Ukončení:

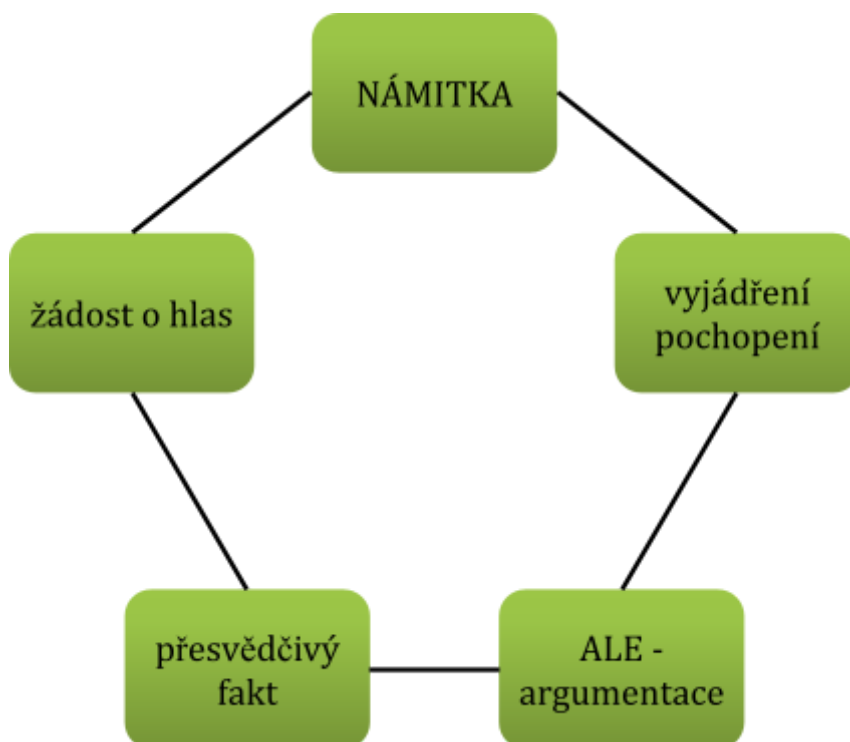
- Poděkujte (i v případě negativní reakce!)
- Nezapomeňte přijít 23. nebo 24. září k volbám (lidé často neví, kdy volby jsou, připomínejte jim to)
- Popřejte pěkný den

ČEHO SE VYVAROVAT A DALŠÍ KOMUNIKAČNÍ TIPY

- používat **jednoduchá a konkrétní slova**, žádné odborné termíny a politické floskule
- používat **krátké věty**, nezamotávat se do souvětí
- vyhněte se pasivním konstrukcím, **používejte aktivní slovosled** (*ne “minimální mzda by měla být zvýšena”, ano “zvýšíme minimální mzdu”*)
- nemluvte v minulém čase, lepší je **čas přítomný a budoucí**

- používat pozitivní slova: mluvit o tom, **pro co jsme**, nikoli proti čemu jsme.
- namísto “**regulace**” či “**omezení**” používat slovo “**(férová) pravidla**”
- namísto “**dotace**” používat slovo “**podpora**” nebo “**investice**”
- namísto “**životní prostředí**” říkat “**příroda**”
- namísto “**globální oteplování**” říkat “**změny klimatu**”, přičemž mluvit spíše o “dopadech změn klimatu jako jsou sucha a povodně”
- namísto “**emise CO2**” říkat spíše “**znečištění vzduchu**” nebo “**smog**”
- namísto “**uprchlická krize**” říkat “**situace s migrací**”
- namísto “**kvóty**” říkat “**společné řešení situace s migrací**”
- namísto “**migranti/uprchlíci**” říkat “**lidé kteří utíkají před válkou, bídou a hladem**”
- namísto “**kvalitní vzdělání**” mluvit o “**dobrých/lepších školách a dobře zaplacených učitelích a učitelkách**”
- Namísto “**kvalitního zdravotnictví**” mluvit o “**dobře zaplacených zdravotních sestřích, pečovatelkách a lékařích**”
- Nepoužívat slovo “**Brusel**”, mluvit o “**Evropské unii**” nebo “společné Evropě, to jsme ale i my”
- Při obhajobě EU mluvit o tom, že velké problémy dneška musíme řešit společně
- **Nehádat se s lidmi**, naslouchat, ale ne příliš dlouho - opustit konverzaci například milým: *Máte jiný názor, respektuji, vidím, že jste již rozhodnut, pěkný den...*
- **Nenechat se vyprovokovat**. Při tématu migrace/Romové slušně odmítnout rasistické a podobné poznámky.
- Stále mít na paměti, že to co říkám já už podvacáté, slyší příchozí zřejmě **poprvé** - tedy nesklouzávat do stereotypního jazyka, pokusit se najít společnou zelenou notu
- **Nezačínat větu NE** (*nechcete, nemáte čas, naopak X máte chvílku, zajímá vás, chcete se dozvědět něco o programu, chcete náš hezký náramek*)
- Nereagujte na vulgarismy, ani ironicky.
- Nenaléhejte, ale nenechte se snadno odradit (nemám čas, spěchám, nemám zájem) buďte asertivní

Námitkový kruh - jak si pomoci, pokud někdo na ulici namítá



Námitka

- berte ji jako výzvu
- člověk, který namítá ukazuje svůj zájem o dané téma ---> **námitka je pozitivní věc !**
- musíme ji dobře pochopit
- pokud ne, zeptáme se co přesně tím tazatel(ka) myslí

Vyjádření pochopení

- musí následovat po námitce
- "Jasně, já Vás chápu."
- nikdy nedělejte z člověka blbce větami typu "Ježííííš, jak si to vůbec můžete myslet?"

ALE - argumentace

- pomocí přesvědčivých argumentů vyvrátíte námitku

Přesvědčivý fakt

- nějaká zajímavost, která už nemusí být relevantní k tématu, ale ukazuje Zelené v dobrém světle.

Žádost o hlas

- znovu se zeptáte na přízeň osloveného Straně zelených / podpis pod petici / hlas u voleb
- podle toho, na co byla námitka vznesena