



Jak włączyć pracowników Waszej organizacji organizacji/institucji/firmy w kampanię

1. Pracownicy zapraszają partnerów do kampanii

Zainspirujcie pracowników, by:

- wystali **personalizowane zaproszenia** do zaprzyjaźnionych firm, instytucji, klientów czy partnerów biznesowych.
- przekazali dalej przesłanie kampanii i zachęcili inne podmioty do włączenia się w działania (np. udział w akcji 19 listopada, publikacja posta, udział w wydarzeniu lokalnym).

Narzędzia do przekazania pracownikom: gotowe maile na podstawie wzorów zaproszeń, grafiki kampanii, prezentacja ppt, [link do Manifestu kampanii](#).

2. Wolontariat pracowniczy na rzecz kampanii

Zaproponuj pracownikom udział w wolontariacie na rzecz kampanii. Przykładowe zadania:

- budowanie bazy lokalnych firm/organizacji do zaproszenia do kampanii (np. wpisywanie danych, przygotowanie listy kontaktów),
- wysyłanie zaproszeń i materiałów kampanijnych do konkretnych podmiotów,
- pomoc przy organizacji wydarzeń lokalnych (np. przygotowanie materiałów graficznych, kontakt z mediami, wsparcie techniczne),
- pomoc w prowadzeniu social mediów kampanii (np. tworzenie treści, moderacja).

Uwaga: Ustal wewnętrznie zasady rozliczania czasu takiego działania.

3. Akcje solidarności z kampanią w dniu 19 listopada

W kulminacyjnym dniu kampanii:

- zorganizuj akcję, podczas której **wszyscy pracownicy ubierają się na czerwono** lub dodają czerwony element (np. szalik, t-shirt),
- zachęć do zrobienia **wspólnego zdjęcia zespołu** – w biurze, w terenie lub na spotkaniu online – i udostępnienia go w mediach społecznościowych z hashtagem kampanii i krótkim opisem celu akcji.
- jeśli to możliwe, spotkanie w terenie zorganizujcie o 17.00 przy podświetlonym obiektem Waszej siedziby lub przy innym znaczącym, podświetlonym budynkiem w Waszym mieście (ratusz, zamek, teatr, itp.). Pracownicy FDDS spotkają się w Warszawie pod Pałacem Kultury i Nauki 😊



4. Podpisanie Manifestu przez pracowników

- Zachęć pracowników do indywidualnego podpisania **Manifestu kampanii** – możesz udostępnić go na wewnętrznej platformie lub przesłać w newsletterze.
- Połącz to z krótką wiadomością wyjaśniającą sens kampanii i to, dlaczego organizacja się w nią włącza.

5. Kampania wewnętrzna: mówmy o przemocy

W tygodniu poprzedzającym 19 listopada:

- wyślij do pracowników **krótką serię maili lub postów wewnętrznych** o tym, jak reagować na przemoc wobec dzieci, jak ją rozpoznawać, gdzie szukać pomocy,
- przygotuj wewnętrzny plakat lub infografikę do ekspozycji w kuchni, na korytarzu, w komunikatorze organizacji.

