



НАЦІОНАЛЬНА
МЕРЕЖА
Жіночий консорціум України

UNDEF



The United Nations
Democracy Fund



ЗУСТРІЧІ КАНДИДАТКИ ІЗ ВИБОРЦЯМИ

Що і як готувати до зустрічі з виборцями



ШКОЛА ЖІНОЧОГО ПОЛІТИЧНОГО ЛОБІ

Зустрічі з виборцями

Зустріч з виборцями - вид агітаційної роботи, заснований на особистому спілкуванні кандидата з виборцями.

Існує кілька видів зустрічей з виборцями:

- ▲ Зустрічі з групами виборців: зустрічі в трудових колективах, на батьківських зборах, заходах, присвячених визначним подіям чи на днях міста, зустрічі «у дворах» і т.п)
- ▲ Індивідуальні зустрічі (напр., кампанія «від дверей до дверей»)



Готуємося до зустрічі ретельно!

Успіх зустрічі із виборцями залежить від того, як ви налаштовані і наскільки підготовлені, то ж:

- ▶ проаналізуйте аудиторію та її очікування;
- ▶ визначте мету зустрічі
- ▶ розпишіть її сценарій;
- ▶ складіть промову;
- ▶ залучіть команду волонтерів і партійців на свою підтримку;
- ▶ продумайте можливі питання та заперечення і варіанти відповідей на них;
- ▶ продумайте інформаційний супровід, підготуйте роздаткові, агітаційні матеріали/плакати.

АУДИТОРІЯ ТА ЇЇ ОЧІКУВАННЯ

- ▶ Скільки осіб будуть присутні на зустрічах?
- ▶ До якої вікової групи/груп належать?
- ▶ Який їхній соціальний статус?
- ▶ Який рівень життя?
- ▶ Які цілі? Чого вони хочуть?
- ▶ Причини присутності на зустрічах.
- ▶ Рівень знання предмету розмови.
- ▶ Якою освітою володіють?
- ▶ Які їхні очікування?
- ▶ Чи цінують вони гумор?
- ▶ Які у них (можуть бути) проблеми, побоювання?
- ▶ Чи добре вони знають вас?

Збираємо інформацію про цільову аудиторію

Для отримання необхідної інформації:

- ▶ поцікавтеся думкою тих, хто знає аудиторію;
- ▶ особисто поговоріть з групою або групами людей, які входять до вашої цільової аудиторії;
- ▶ вивчіть всю доступну інформацію про майбутню аудиторію.

Навіть, якщо ви збираєтесь спілкуватися з добре знайомою аудиторією, спробуйте скласти її узагальнений портрет з фокусом на цінностях аудиторії.

Мета вашої зустрічі з виборцями

Мета вашої зустрічі – це спонукання аудиторії до дій, які є важливими для вас в поточній виборчій кампанії. Наприклад:

- ▶ Аудиторія стане вашою прихильницею у виборчій кампанії.
- ▶ Хтось з учасників/учасниць стане волонтерами вашої кампанії.
- ▶ Учасники/учасниці зустрічі зможуть спільними зусиллями розв'язати якусь проблему, наприклад, зібрати кошти.
- ▶ Учасники/учасниці зустрічі допоможуть з'ясувати проблему та сформулювати кроки з її розв'язання.
- ▶ Інше....

Визначення дії, якої ви очікуєте від аудиторії, допоможе вам чіткіше уявити, про що саме йтиметься під час вашої зустрічі. Зміна ставлення – одна з найважливіших дій.

Сценарій зустрічі з виборцями

- ▲ Продумайте тривалість заходу (коротко, цікаво, орієнтовано на досягнення цілі через демонстрацію розв'язання проблем(и))
- ▲ Складіть по хвилинний сценарій (вступ, зав'язка, кульмінація, розв'язка).
- ▲ Врахуйте можливості відхилень від нього (неявка когось із запрошених, відсутність матеріалів, погодні умови і т. п.)
- ▲ Продумайте варіанти «підлаштування» під ці ситуації.



Ваша промова

- ▲ **Встановіть послідовність: кожен елемент презентації має послідовно підкріплювати основну тезу.**
- ▲ **Основний текст має бути лаконічним і добре аргументованим**
- ▲ **Готуйте додаткову інформацію, яка стане в пригоді при задаванні запитань**
- ▲ **Адаптуйте текст до кожної конкретної аудиторії, з якою ви будете зустрічатися**
- ▲ **Пам'ятайте про своє ключове повідомлення**

Ваша промова

- ▲ спирайтеся на потреби виборців та округу;
- ▲ проаналізуйте ситуацію з різних ракурсів;
- ▲ пропагуйте ваше бачення її розв'язання;
- ▲ поясніть аудиторії, які вигоди дає пропоноване вами рішення;
- ▲ апелюйте і до логіки і почуттів виборців.

«Правильні» питання для комунікації з виборцями

Є кілька шляхів у пошуку важливих питань для кампанії:

- ▶ Звертайте увагу на проблеми, які здаються очевидними, наприклад, на ті, які щоденно впливають на життя виборців.
- ▶ Зверніть увагу на питання, які відіграли важливу роль в останній кампанії.
- ▶ Читайте газети, слухайте радіо і дивіться програми телебачення.
- ▶ Пам'ятайте: не кожна новина є проблемою, розв'язання якої можна пропонувати в кампанії.
- ▶ Ознайомтеся з листами до редакцій газет.

«Правильні» питання для комунікації з виборцями

- ▶ Зберіть інформацію шляхом опитування громадської думки.
- ▶ Контактуйте з офісом місцевого самоврядування для отримання будь-якої корисної інформації з питань, що турбують мешканців у вашому регіоні.
- ▶ Використовуйте фокус-групи, щоб допомогти розкрити важливі для кампанії питання. Учасники (учасниці) фокус-груп мають бути представниками(цями) виборців у вашому регіоні, а модератор (модераторка) має бути неупередженим(ою).
- ▶ Зберіть інформацію про «розмови на ринку».



Заперечення виборців

Заперечення – це заява про незгоду з кимось або чим-небудь, аргумент проти чогось, спростування чого-небудь

Заперечення - це інша думка особи про щось, що можна змінити якимись прийомами переконання.

Продумуйте можливі питання та заперечення і варіанти відповідей на них

Правила роботи із запереченнями



При роботі із незручними питаннями чи запереченнями потрібно:

- ▶ дати висловити заперечення
- ▶ уважно вислухати;
- ▶ зробити, якщо доречно, комплімент запереченню;
- ▶ прийняти можливість заперечення позитивно;
- ▶ змінити контекст заперечення з негативного на позитивний.

Правила роботи із запереченнями

Чого не варто робити:

- ▶ прямо заперечувати заперечення;
- ▶ брати під сумнів обґрунтованість заперечення;
- ▶ ігнорувати заперечення;
- ▶ не дати висловити заперечення;
- ▶ сперечатися.



Суперечка – найнепродуктивніша тактика спілкування з виборцями. Не сперечайтеся навіть у тому випадку, коли їхні слова не відповідають дійсності.

Правила роботи із запереченнями



Не варто говорити:

«Ваша заява цілковито необґрунтована»,

«Ви мене неправильно зрозуміли»,

«Ні, все зовсім навпаки»,

«Я дотримуюся щодо цього питання зовсім іншої точки зору»...



Використовуйте техніки трансформації заперечень!

Вживайте дружні висловлювання



Не вживайте фрази:

Я повинна (вас повідомити)...

Ви повинні (зрозуміти)...

Зараз я вам доведу...

Ви не зрозуміли.

Я спробую.

Нічого подібного я не говорила.

Я не це мала на увазі.

Це неможливо.

Я за це не відповідаю.

Це від мене не залежить.



Натомість вживайте:

Я із задоволенням розповім...

Думаю, ви розумієте...

Сподіваюся, ви згодні...

Зараз ви зможете переконатися...

Я хотіла сказати...

Я зроблю...

Дозвольте, я зупинюся на цьому ще раз.

Я мала на увазі...

Я з'ясую, чим зможу вам допомогти.

Я докладу всіх зусиль, щоб розібратися в цій ситуації, і повідомлю вам результат.



Техніки трансформації заперечень

1. **Комплімент запереченню**
2. **Перетворення заперечення на запитання**
3. **Перетворення заперечення на доказ**
4. **Перетворюємо заперечення на запит на отримання додаткової інформації**
5. **Пом'якшення заперечення**

Техніки трансформації заперечень

1. Комплімент запереченню

«Добре, що ви на це звернули увагу!», або «Яке цікаве запитання!» чи «Дякую за таке цікаве/ глибоке запитання»

Там, де це доцільно, робимо прямий чи непрямий комплімент запереченню.

Варіанти:

«Добре ж ви в цьому розбираєтесь!»

«Для мене задоволення виступати перед аудиторією, з якою можна говорити серйозно».

Техніки трансформації заперечень

2. Перетворення заперечення на запитання

Це відомий прийом, який полягає в тому, щоб переформулювати висловлене заперечення у вигляді запитання.

Наприклад, фраза *«Та це ж неправда!»* може перетворитися на: *«Ви запитуйте, наскільки правдивою є інформація, яку я озвучила?»*, а слова *«Всі так кажуть»* можна переформулювати у вигляді питання: *«Вас цікавить, чим моя програма відрізняється від програм інших кандидатів?»*.

Завдяки цьому ми уникаємо прямої конфронтації з опонентом і не зачіпаємо його гордості. Навпаки, ми тим самим визнаємо його право на висловлення особистої думки.

Техніки трансформації заперечень

3. Перетворення заперечення на доказ

«Ви говорите, що не бачите результатів реформ? Це справді виглядає так, оскільки процес реформування тривалий і на перший погляд непомітний. Разом з тим...» – і додаєте аргументи на підтримку вашої точки зору.

Техніки трансформації заперечень

4. Перетворюємо заперечення на запит на отримання додаткової інформації, використовуючи зворот «Чи правильно я розумію, що...».

Варіанти:

«Чи правильно я розумію, що для ухвалення цього рішення не вистачає інформації про...?»

«Чи правильно я розумію, що ви хотіли, щоб я докладніше розповіла про...?»

Техніки трансформації заперечень

5. Пом'якшення заперечення

Цей прийом полягає у тому, щоб погодитися з опонентом щодо другорядних пунктів чи визнати його правоту стосовно деяких з них, але не поступатися в головному.

Наприклад:

«Так, деякі виборці справді так вважають, разом з тим насправді переважна більшість каже, що...» – і т. д.

Використовуйте перехідні фрази:

«Я розумію, чому ви так думаєте...»

«Багато хто спочатку сумнівається...»

«Я поділяю ваше занепокоєння...»

Декілька порад

- ▲ Відкладіть відповідь, якщо не можете відповісти.
- ▲ Складне питання. Як тільки я з'ясую обставини цієї справи, негайно повідомлю вас про результат.
- ▲ Не будьте емоційною і не захищайтеся, якщо отримаєте негативну реакцію.
- ▲ Встановіть контакт з аудиторією, демонструючи спільну стурбованість/зацікавленість.
- ▲ **Не говоріть погано про конкурентів.**
- ▲ Коли ваш виборець говорить про ваших конкурентів, не варто нападати на них. Краще покажіть ті переваги, які вигідно відрізняють вас від конкурентів.

Декілька порад

Готуйте аргументи заздалегідь.

Уявіть, яких заперечень можна чекати. Підготуйте кілька варіантів відповідей.

Самі наводьте заперечення.

Якщо ви впевнені, що опонент чи виборець обов'язково висловить якесь заперечення, випередіть його і наведіть контраргумент самі. Висловлюючи заперечення з власної ініціативи, дайте на нього відповідь і продовжуйте говорити на користь своєї пропозиції.

Залучення волонтерів і партійців на свою підтримку

Дві важливі групи людей навколо кандидатки:

1. Внутрішнє коло, на якому лежить:

- ▲ основна відповідальність за планування і розроблення стратегій для кампанії;
- ▲ збирання важливої інформації;
- ▲ залучення коштів.

2. Команда волонтерів, які працюють над:

- ▲ агітацією виборців;
- ▲ розвішуванням плакатів;
- ▲ залученням коштів;
- ▲ виконанням всіх інших видів діяльності, які підтримують кандидата/кандидатку в його/її обранні на посаду.

Інформаційний супровід презентації

Перед презентацією:

- ▲ анонсування;
- ▲ запрошення.

Під час презентації:

- ▲ плакати;
- ▲ буклети;
- ▲ листівки.

Після презентації:

- ▲ анкети;
- ▲ робота зі ЗМІ.

- ▲ Призначте людину, яка відповідатиме за супровід.

- ▲ Зв'яжіться з журналістами, щоб забезпечити висвітлення вашого заходу/виступу під час кампанії.

- ▲ Подружіться із соціальними мережами

Фізична підготовка

Фізична підготовка до зустрічі – це:

- ▲ **ваш зовнішній вигляд:** демонструйте відмінність від інших, виділяйтеся командою із загального кола: одягом чи його елементами – хустинкою, шарфом, значком тощо.
- ▲ **команда підтримки:** об'єднайте, за потреби, зусилля з іншими (якщо є можливість, залучайте до співучасті неурядові організації (НУО), авторитетних людей). Це надає вагомості акції та збільшує її розмах.
- ▲ **оформлення приміщення, плакати, банери:** підготуйте також запрошення на презентацію та подумайте, де його можна розмістити (оголошення-анонс, плакат, радіо, газета, ТБ, листівки; мейли, ФБ, особисті запрошення, інше)
- ▲ **наявність роздаткових** листків, флаєрів, календариків, інших матеріалів для виборців.
- ▲ **подумайте про організаційно-технічні питання** (транспорт, апаратура, освітлення, подіум, стільці, таблички).

Психологічна підготовка

Психологічна підготовка – це:

- ▶ впевненість у собі;
- ▶ переконаність, що прихід вашої партії до влади може змінити чи продовжить змінювати ситуацію на краще;
- ▶ розуміння потреб і проблем ваших виборців і шляхів, якими ви будете їх розв'язувати.

Психологічна підготовка

▲ впевненість у собі;

Впевненість у собі допомагає нам справляти враження ділової професійної людини, яка варта того, щоб мати з нею справу: якщо я не впевнена в собі, не вважаю, що я варта успіху, то чому хтось має думати інакше?

▲ переконаність, що прихід вашої партії до влади може змінити чи продовжить змінювати ситуацію на краще;

Якщо я не вважаю свою партію гідною бути представленою в українському політикумі, не вірю в її партійну політику, то ця невіра «зчитується» виборцем на рівні підсвідомості, і він/вона також не повірить у наші «добрі наміри».

▲ переконаність, що прихід вашої партії до влади може змінити чи продовжить змінювати ситуацію на краще;

Якщо я не вважаю свою партію гідною бути представленою в українському політикумі, не вірю в її партійну політику, то ця невіра «зчитується» виборцем на рівні підсвідомості, і він/вона також не повірить у наші «добрі наміри».



Успіх зустрічі із виборцями залежить від того,
як ви налаштовані і наскільки підготовлені,
ТО Ж
успішних і продуктивних зустрічей
і реалізації власних задумів та програм!

Долучайтесь до нашої платформи!

<http://www.wcu.org.ua>

<http://www.womeninpolitics.org.ua>

www.facebook.com/WCUnetwork

twitter.com/WCU_Network