

BRANDI PERSONAL NË POLITIKË

PËRGATITUR NGA: EDLIRA ÇEPANI – EKSPERTE GJINDRE

A political party platform or program is a formal set of principal goals which are supported by a political party or individual candidate, in order to appeal to the general public, for the ultimate purpose of garnering the general public's support and votes about complicated topics or issues.



Strategji të Thjeshta

- Kush je? Hulumto mbi personalitetin tënd, mbi atë që ti sheh tek vetja dhe mbi atë që të tjerët shohin tek ti.
- Cilat janë pikat e tua të forta? Po ato të dobëta?
- Çfarë të motivon?
- Çfarë ke të vecantë?
- Cila është arsyeja për të cilën publiku mund të të mbajë mend?
- Pse duhet të të zgjedhin ty?
- Çfarë ofron? Çfarë vlerash krijon?



Imazhi & Logo

- **Fjalët – Emri dhe slogani**
- **Ikona – piktura, simbole ose imazhe**
- **Ngjyra – Ngjyra kryesore dhe dytësore**





MESAZHI

AUDIOVIZUAL

Hapat Kryesore

1. Mesazh i qartë (slogan-i yt)
2. Krijë emocion (muzikë, imazh, mesazh, fakte)
3. Listo arsyet pse duhet të të zgjedhin ty
4. Mbylle me thirrjen për veprim. Çfarë po kërkon nga ata që e shohin videon? Të të votojnë, të shpërndajnë videon? Thuaja qartaz kërkesën që ke për ta.
5. Kohëzgjatja 1 minutë



6. Zhvilloni mesazhin.

Mesazhet e advokacisë zhvillohen dhe përshtaten sipas audiencave target specifike për të formuar çështjen dhe për të bindur marrësin e mesazhit të mbështes pozicionin e rrjetit.

Janë tri pyetje të rëndësishme për t'iu përgjigjur kur përgatisim mesazhet e advokacisë:

1. *Tek kush po mundoheni të arrini me këtë mesazh?*
2. *Çfarë dëshironi të arrini me këtë mesazh?*
3. *Çfarë doni që të bëj marrësi i mesazhit si rezultat i mesazhit?*



KRIJIMI I MESAZH EVE







- ✿ Ju duhet të krijoni mesazhe të qarta, konsistente dhe efektive.
- ✿ Për këtë ju duhet të mendoni atë që doni të thoni, dhe si duhet ta thoni atë.
- ✿ Komunikimi i advokacisë duhet të përpiqet të informojë, bindë dhe drejtojë njerëzit drejt veprimit.
- ✿ mesazhet e advokacisë nuk duhet të bindin vetëm përmes të dhënave valide dhe të tingëllojnë logjike, por edhe të përshkruajnë veprimin që audienca po inkurajohet të ndërmarrë.
- ✿ Audienca duhet të dijë qartë se çfarë kërkoni ju të bëjë audienca.



ELEMEN TËT E MESAZHI T



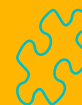
PËRMBAJTJA

-  Hartimi i pozicionit
-  Mund të jetë një ide e mirë të filloni duke krijuar një hartim pozicioni prej 1-2 faqesh.
-  Dokumenti duhet të përmbajë bekgraundin, një deklaratë të qartë të problemit, të dokumentojë evidencën tuaj (me shembuj), dhe të parashtrojë zgjidhjet pozitive që ju po propozoni.
-  Ju mund ta qarkulloni këtë hartim pozicioni midis partnerëve dhe kolegëve për input përpara se ta finalizoni atë.

Mesazhi bazë

Mesazhi bazë do të përfshijë:

- Analizën e problemit tuaj.
- Evidencën mbi të cilën bazohet analiza juaj.
- Shkakun e problemit.
- Atë që bëni përgjegjës për zgjidhjen e tij.
- Arsyen pse ndryshimi është i rëndësishëm.
- Zgjidhjen e propozuar nga ju
- Veprimet që i kërkon të tjerëve (marrësve të mesazhit) të marrin për të sjellë këtë ndryshim.



PËRSHT ATJA E MESAZH EVE



Kur adaptoni mesazhin tuaj bazë për një audiencë specifike, do t'ju duhet të merrni parasysh:

- Çfarë do të jetë më bindëse për atë audiencë?
- Çfarë informacioni ka nevojë të dëgjojë kjo audiencë?
- Çfarë veprimi doni ju të ndërmarrë kjo audiencë (duke marrë parasysh që audiencat kanë kapacitete të ndryshme për të sjellë ndryshime)?
- Cilat janë interesat e tyre politike? Cilat janë interesat e tyre vetjake në lidhje me çështjen? Cilin grup njerëzish përfaqësojnë ata?
- Çfarë dinë ata ndërkohë? Çfarë informacioni të ri po ofroni ju?
- A kanë ata ndërkohë ndonjë opinion? Cili është ai, sa fortë përkrahet? A kanë ata ndonjë pozicion publik?
- Çfarë kundërshtimesh mund të kenë ata? Çfarë mund të humbasin? Me çfarë konceptesh të gabuara ose argumente mund të përballen ata?
- Çfarë interesash personale kanë? Çfarë hobi ose pasione?
- A tregojnë e kaluarat e tyre (personale, arsimore, profesionale) ndonjë njëanshmëri? A mund ta lidhni çështjen tuaj me diçka që ju dini që ata e përkrahin?



MESAZHI NJË- MINUTËSH



-Ju duhet të arrini t'i përmbliidhni dhe paraqisni mesazhet e advokacisë suaj në 3-4 fjali të mprehta, për situata ku koha është e limituar për të paraqitur rastin tuaj gjatë takimeve rastësore me fat (si për shembull mund ta gjeni veten tuaj përkrah një vendimmarrësi(e)je në ashensor), intervistat televizive, etj.

Mesazhi një-minutësh përbëhet prej:

Deklarata + evidenca + shembulli + veprimi i dëshiruar

- ✿ **Deklarata** është idea qendrore e mesazhit.
- ✿ **Evidenca** mbështet deklaratën (e kuptuar lehtësisht) me fakte dhe shifra.
- ✿ **Një shembull** do të shtonte një figurë njeriu tek mesazhi.
- ✿ **Veprimi i dëshiruar** është ajo që doni të bëjë targeti juaj.



UDHËZIME TË PËRGJITHS HME MBI KRIJIMIN E MESAZHEVE



- ✘ Bëni mesazhe të qarta, detyruese dhe përfshirëse.
- ✘ Shmangni zhargonin.
- ✘ Vendosni “kornizën” tuaj përreth çështjes – theksoni perspektivën tuaj.
- ✘ Përdorni fakte të qarta dhe numra në mënyrë kreative.
- ✘ Nëse është e mundur përfshini informacion që është lokal në mënyrë që të jetë relevant për njerëzit.
- ✘ Lejojeni audiencën tuaj të nxjerrë konkluzione e veta.
- ✘ Paraqisni një zgjidhje nëse është e mundur.

Mbani mend: mesazhet koncize dhe konsistente janë vendimtare për advokacinë.



Aspekte Teknike

1. Kohëzgjatja 1 minutë
2. Ndriçimi & drita
3. Prova
4. Audio
5. Video me Smart Phone (aspekte teknike)





FALEMINDERIT PER VEMENDJEN!

edliracepani@yahoo.com