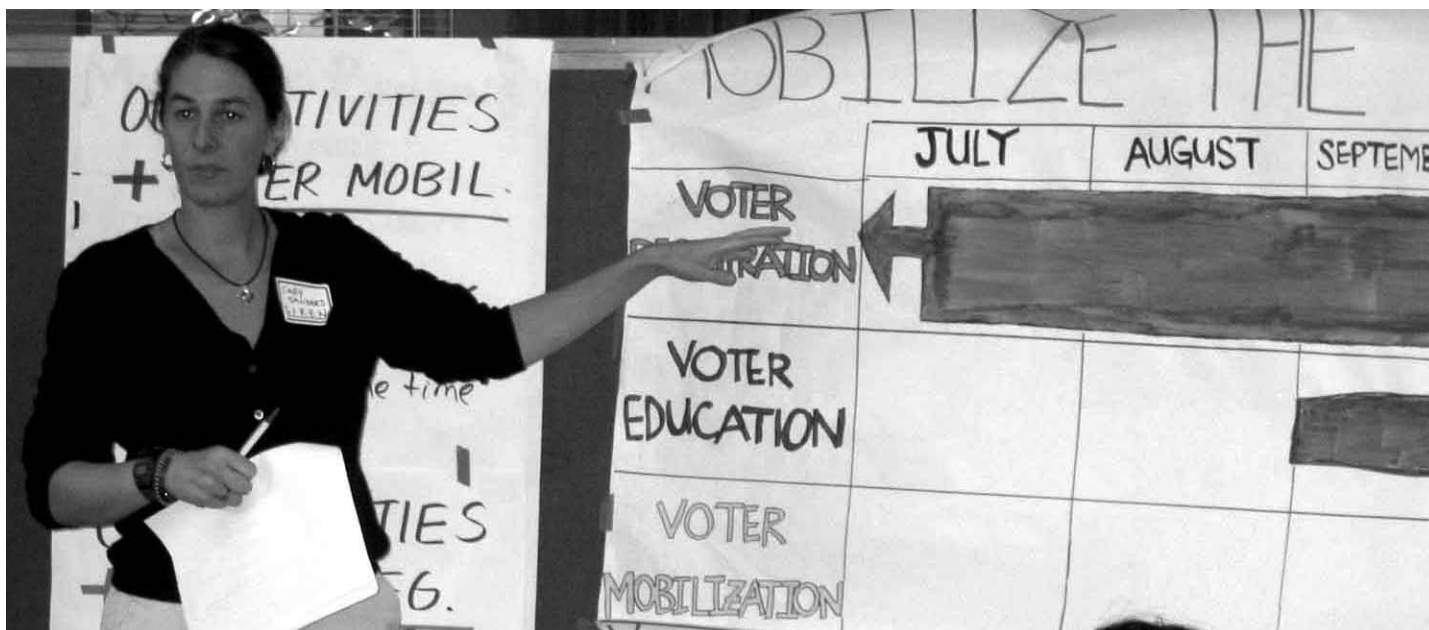




# 1

PLANNING





A fundamental goal of movement-building electoral organizing is that it is part of a long-term strategy for strengthening your organization and your community. There is no one-size-fits-all approach to doing such work. Therefore, to engage in electoral work in a way that is truly strategic for your organization, developing a plan particular to the capacity and needs of your organization is critical. The plan doesn't need to be elaborate (though, for some organizations, that may be appropriate), but it does need to be thoughtful and grounded in some reflection about your own organization's mission and long-term goals. By initially investing the time to craft an intentional plan for your organization's electoral organizing activities, you may both save your organization from over-extending itself during election season, as well as maximize the long-term benefit of the work you choose to do.

This section provides a variety of tools to support your organization's overall planning process. Because we have found that concrete examples often help make abstract concepts more understandable and relevant, you will find that we have provided throughout this section sample plans that provide an outline of specific activities that an organization might choose to do. Please remember that what is outlined is often a range of activities that could go into a full campaign plan. Not all organizations will have the capacity to take on such a full range of activities. We encourage your organizations to selectively choose and create activities that will increase voter participation in your community, but more importantly, that will support your long-term goals.

For example, if your organization is seeking to expand its membership, focusing on voter registration and get-out-the-vote activities may provide the perfect opportunities for direct, personal contact with a large number of community members. Through such outreach, you can raise your organization's visibility, generally, and begin building the trust you need to follow-up on the concrete contacts you have collected. However, if you already have a large membership, but are seeking to build and develop their leadership, then you may want to minimize broad outreach type activities, and focus more on using election season as an opportunity for in-depth voter and political education.

One final note about developing your plan. Besides the tools in this particular section, throughout the Toolkit are additional tools that can support your planning of particular components of your campaign. These more specific planning guides are placed in their appropriate individual sections.

# PLANNING

---

## SECTION OUTLINE

TOOLS IN THIS SECTION INCLUDE:

### **Approaches to Electoral Campaigns: A Comparison**

ENGLISH PAGE 4, SPANISH PAGE 33, CHINESE PAGE 61

This chart clarifies the long-term goals of the movement-building approach to elections by comparing specific elements to a more traditional approach to elections.

### **Guidelines for Non-Profits Engaging in Electoral Work**

ENGLISH PAGE 5, SPANISH PAGE 34, CHINESE PAGE 62

This is a set of guidelines to help 501(c)3 organizations begin to clarify some of the legal and other limitations on electoral organizing that you will need to consider as you are developing your plan.

### **Overview of Movement-Building Strategies**

ENGLISH PAGE 6, SPANISH PAGE 35, CHINESE PAGE 63

This overview outlines and generally describes various movement-building electoral strategies. In addition, this overview provides some suggestions as to when during election season is best to plan on doing such activities.

### **How Movement Building Electoral Strategies Get Out the Vote AND Benefit Your Organization**

ENGLISH PAGE 7, SPANISH PAGE 37, CHINESE PAGE 65

Even though movement-building electoral organizing prioritizes long-term goals that strengthen and build your organizations and communities, that doesn't mean the activities don't also increase electoral participation in the short-term! In fact, all the strategies we describe in the overview can do both. This chart illustrates how.

### **Campaign Planning Worksheet**

ENGLISH PAGE 9, SPANISH PAGE 39, CHINESE PAGE 67

PILA developed this worksheet for participants in the MIV 2004 California Campaign. We recommend that organizations that have few resources to dedicate to a more developed electoral campaign use this worksheet as a guide to both brainstorm and develop your plan for election season. This one worksheet contains key general questions to consider while you are planning, as well as specific examples of activities and measurable outcomes.

### **Setting Goals for Your Organization's Campaign Work**

ENGLISH PAGE 11, SPANISH PAGE 41, CHINESE PAGE 69

For participants in PILA's more intensive, long-term MIV capacity building programs, we created a series of tools to assist participants in developing a more elaborate electoral workplan. This worksheet can be used to guide your staff and core leaders through a key first step of developing a full campaign: collectively brainstorming the various electoral, leadership development and organizational goals your organization would like to realistically reach during your electoral campaign.

### **Sample Detailed Workplan**

ENGLISH PAGE 13, SPANISH PAGE 43, CHINESE PAGE 71

This provides an example of what a detailed, more extensive electoral workplan might look like.

### **Workplan Worksheet**

ENGLISH PAGE 17, SPANISH PAGE 47, CHINESE PAGE 75

Modeled on the above sample plan, this provides a worksheet staff and community leaders of your electoral campaign can use to develop a detailed plan for your organization. Note that it is less important that the goals, activities, outcomes, etc. are articulated in a uniform or standard way...and more important that the plan provides a common language and set of expectations that all key leaders with the responsibility of implementing the plan can understand and are invested in.

## **Volunteer Planning Worksheet**

ENGLISH PAGE 21, SPANISH PAGE 51, CHINESE PAGE 79

No matter what the scope of your electoral activities, they will all almost certainly depend on having volunteers to implement them. This worksheet is a guide to help you plan for your volunteer needs.

## **Volunteer Recruitment & Retention Tips**

ENGLISH PAGE 23, SPANISH PAGE 53, CHINESE PAGE 81

Again, volunteers will be a key component of almost ANY set of electoral activities your organization chooses to take on. This tool provides a ton of advice on recruiting, training and supporting them.

## **Leadership Development Audit Worksheet**

ENGLISH PAGE 25, SPANISH PAGE 55, CHINESE PAGE 83

If your organization is planning to focus on leadership development during election season, this worksheet “audit” can help you identify the strengths of your current leaders, how to support their ongoing development, and the organizational challenges that need to be addressed or at least taken into consideration in order to further your leadership development goals.

## **Tips for Documenting Your Campaign**

ENGLISH PAGE 27, SPANISH PAGE 57, CHINESE PAGE 85

Part of planning what and how you will do the basic elements of your electoral organizing will be considering how you will document all that you do. Documentation should not be a chore you do for its own sake. Like the planning process, the documentation process should itself be used to further your short-term and long-term goals. This tool is intended to guide you through understanding the potential role of documentation in your electoral work plan.

## **Multiple Contact Log for Registered Voters**

ENGLISH PAGE 28, SPANISH PAGE 58, CHINESE PAGE 86

Follow-up with your contacts throughout the campaign is key to ensuring voters turn out at the polls on Election Day. PILA developed this sheet as ONE example of how an organization might consider centralizing contact information and tracking multiple contacts they have with individual voters. Maintaining good records of the voters you contact is also crucial if you plan to “match” the list of the voters you contacted with the county’s voter rolls after the election to measure the turnout rate.

## **Activity Summary Tracking Sheet**

ENGLISH PAGE 29, SPANISH PAGE 59, CHINESE PAGE 87

This is an example of one way to track the kinds and numbers of activities you do, and the impact of each of them.

## **Reflecting on and Evaluating Your Campaign**

ENGLISH PAGE 30, SPANISH PAGE 60, CHINESE PAGE 88

This tool provides a series of questions to guide your organization in reflecting on and evaluating your electoral work and its impact.

## **Planning Tips & Lessons**

ENGLISH PAGE 31

Compiled from direct experience of PILA’s CBO partners, this one pager will summarize lessons you can carry forward when planning your own electoral activities.

# APPROACHES TO ELECTORAL CAMPAIGNS: A COMPARISON

ADAPTED FROM LESSONS SHARED BY WESTERN STATES CENTER AND CALIFORNIANS FOR JUSTICE

Comparing traditional and movement-building approaches to electoral campaigns illustrates how elections can be used by your organizations to not only increase the involvement of immigrant communities in one election, but also build and strengthen community power to impact long-term change.

TRADITIONAL APPROACH	MOVEMENT-BUILDING APPROACH
After election day, the campaign is over	Elections are viewed as one part of a long-term strategy for making change in our communities
Campaign planning often revolves around one top-down “field” strategy to register and mobilize voters	Various strategies are customized by and used in specific communities
Focus is on likely voters	Campaigns target unlikely, under-represented voters and make a place for everyone, including those who are not eligible to vote.
Focus is on the number of contacts made, not the depth or quality of those contacts.	Focus is on strengthening organizations and communities by: <ul style="list-style-type: none"><li>• Forging new alliances and collaborations</li><li>• Expanding skills and experience</li><li>• Building a stronger base of community leaders and volunteers.</li><li>• Increasing visibility</li></ul>
WIN or LOSE, depending on election outcomes	Builds relationships and energizes communities regardless of election outcomes

# GUIDELINES FOR NON-PROFITS ENGAGING IN ELECTORAL WORK

There is a lot of confusion about what 501(c)(3) nonprofit organizations are legally allowed to do during an election. Most organizations find that they are allowed to do much more than they knew. However, to protect your tax-exempt status, it is very important to understand the restrictions, and communicate those restrictions clearly to all staff and volunteers involved in elections activities.

The following are general guidelines about what federal law allows and forbids for non profit organizations. These are guidelines, only, and are not to be considered legal advice. Additional guidelines from the Alliance for Justice are available in the Additional Resources section. And, further information can be found at their website: [www.afj.org/nonprofit](http://www.afj.org/nonprofit)

## *Take note:*

- 1) Some of the following activities are identified as “lobbying,” which non-profits CAN do, but within federal and state lobbying limitations. For more information on lobbying restrictions, contact the Alliance for Justice (web address is above).
- 2) The institutions from which you receive funding may have their own set of guidelines restricting electoral activities. Make sure to review your grant guidelines and check-in with your funders if you have questions.

## **STOP!**

Non-profit organizations CANNOT do the following:

- Endorse or oppose candidates or political parties.
- Donate money to candidates.
- Use organization’s resources (phones, staff time) to support or work for candidates.
- Provide mailing lists to candidates for free or below market rate.
- Ask a candidate while they are campaigning to commit to a specific action if they are elected. This could be considered an endorsement for that candidate.

## **SLOW DOWN!**

Proceed with CAUTION while engaging in these particular activities.

- Your organization may educate the public on issues as long as it doesn’t appear as if you are endorsing or supporting a particular candidate.
- Your organization may provide information about candidates, but the information must include all candidates and cannot appear to favor one candidate over another.
- If your organization decides to provide a link to one candidate, it must provide a link to all candidates running in that particular race.
- Your organization may create scorecards, but it cannot indicate whether a candidate is “good” or “bad”, nor provide comments that suggest favoring a particular candidate. The more your card sticks to just the facts of how candidates voted on specific issues, the better.
- Your organization can host a candidate forum, but you must be sure to invite all candidates and be sure that more than one actually shows up. Also, you need to ensure the rules are fair to all and that the audience is not “stacked”- meaning that you know that the audience does not favor one candidate over another.

## **GO! GO! GO!**

Non-profit organizations may do the following, as long as you do NOT endorse or link your organization to any political party or candidates while you do them:

- Take positions (recommend a YES or NO vote) on ballot initiatives. However, this is considered lobbying, so see the note above.
- Register voters.
- Educate voters about the voting process and election issues.
- Get Out The Vote (GOTV) activities, to increase voter participation.
- Use the media to educate the public about your issues, including writing letters to the editor, writing opinion editorials (op-ed) in newspapers, etc. Some of these activities may be considered lobbying, so see the note above.
- Direct education about your issues, such as door knocking or phonebanking.

# OVERVIEW OF MOVEMENT-BUILDING ELECTORAL STRATEGIES

Core electoral strategies for organizations can be remembered by **REM**:

R

## REGISTRATION

Outreach to members of your community to ensure those who are eligible to vote get registered, so that they will be able to actually vote on election day.

**When to do it?** Anytime! But during election season, people must be registered before a certain deadline if they want to vote in that election. In California, that deadline is 15 days before the election.

E

## EDUCATION

Can mean a lot of different things, including:

- Explaining the voting process and people's voting rights;
- Engaging in discussion and analysis of the history of voting rights and the roles of elections in social change in order to understand the meaning of elections and their connections to the issues that impact a community every day;
- Providing the information, tools and space to analyze specific issues at stake in and upcoming election so that registered voters can make informed choices.

**When to do it?** The two months leading up to an election is a great time for such education, but the political education around the history of voting rights and the role of elections can happen anytime.

M

## MOBILIZATION

Remind registered voters in your community to go to the polls on election day through phone calls, door knocking, or other one-on-one contact. Also known as "GOTV – Get Out The Vote"

**When to do it?** The last 4 days before an election.

To ensure that the core electoral activities above are also strengthening organizations and communities for ongoing work beyond the election, organizations should consider integrating the following strategies THROUGHOUT your REM activities.

Involve members of your community in helping your organization implement specific electoral activities.

Train and support volunteers to lead electoral and other organizational efforts in a more ongoing and consistent way.

Broadly share your voter registration, education and mobilization messages in order to increase awareness about your organization's ongoing work, and your availability as a critical community resource.

Intentionally forge alliances with other organizations to tap each other's strengths, combine skills and resources, and expand reach.



# HOW MOVEMENT-BUILDING ELECTORAL STRATEGIES GET OUT THE VOTE AND BENEFIT YOUR ORGANIZATION

ADAPTED FROM THE WESTERN STATES CENTER

ACTIVITY	WHAT IT DOES TO GET VOTERS	WHAT IT DOES TO BUILD YOUR ORGANIZATION
<b>Registration</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Voter registration increases the pool of potential voters.</li> <li>• The new voters you register can be added to a list for follow up closer to the election. The more times you follow up with voters, the more likely they are to vote!</li> <li>• New voters may be more likely to register when assisted by a trusted source.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registration activities may bring new people to your organization—provides them with a first conversation about issues your organization works on &amp; an action step they can take.</li> <li>• Registration activities can help you recruit volunteers, spread the word about your work, and build a list of people in your community you can follow up with on a variety of issues.</li> </ul>
<b>Education</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Voters need information. For first time voters, demystifying the voting process is a crucial step.</li> <li>• Providing easy to understand information about the issues on the ballot in the language spoken in your community also helps break down barriers to participation in the electoral process.</li> <li>• As a trusted source, your organization can help link election issues to people’s everyday lives. People are more likely to vote if they can see how it will affect them!</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visibility &amp; relationship building: Providing quality educational opportunities and materials helps build a relationship between your organization and your community.</li> <li>• You may identify voters who can work with you on other issue campaigns or other activities that are ongoing year-round.</li> <li>• Voter education activities are a good opportunity for volunteers to increase their leadership by helping to organize events &amp; presenting information.</li> </ul>
<b>Mobilization</b> – Get Out The Vote (GOTV)!	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Voters need reminders! GOTV activities really work to increase voter turnout.</li> <li>• Voters are most likely to respond to a message from a source they know &amp; trust.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Building the capacity to get out the vote demonstrates the power of your organization for both that electoral cycle &amp; beyond.</li> <li>• Every time you contact a voter as a part of your electoral work, you can give additional information about your organization &amp; your issues – you build relationships with contact!</li> </ul>


  
 continue next page

# HOW MOVEMENT-BUILDING ELECTORAL STRATEGIES GET OUT THE VOTE AND BENEFIT YOUR ORGANIZATION

ACTIVITY	WHAT IT DOES TO GET VOTERS	WHAT IT DOES TO BUILD YOUR ORGANIZATION
<b>Volunteer Recruitment</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Volunteers can be voters.</li> <li>• Volunteer have circles of friends &amp; family that may also be voters.</li> <li>• Volunteers help reach more voters by participating in registration &amp; mobilization activities.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Volunteers who participate in electoral activities can stay involved in your organization after the election.</li> <li>• With trained and dedicated volunteers, your organization may be able to do more in your programs and make more efficient use of organizational resources.</li> </ul>
<b>Leadership Development</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trained volunteers that take leadership on specific voter mobilization tasks help increase your capacity to reach more voters by taking some of the burden from staff.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proven leaders can stay involved in your organization, taking on additional responsibilities to support your community work.</li> </ul>
<b>Visibility: Actions &amp; Media</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visibility through public actions or media coverage can help spread the message about a specific issue or the importance of voting to a broader audience.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Public actions and media coverage get your organization's name and mission out to a bigger audience.</li> <li>• Might even help with fundraising!</li> </ul>
<b>Collaboration &amp; Alliance Building</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Collaborating with other organizations increases the pool of voters you can reach. Other organizations also might have specific skills or resources you need.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relationships with allied organizations increases our overall capacity to create change in our communities. We can't do it alone!</li> </ul>

continued from previous page

This worksheet will help you develop a plan that includes specific ideas on:

- 1) What your organization can do to register, educate and mobilize immigrant voters, and
- 2) How you can strengthen your organization in the process.

Use this to brainstorm your activities, clarify the outcomes/results you are working for, and to get specific about when you will engage in various activities and who is responsible.

<b>KEY CAMPAIGN ACTIVITIES</b>	<b>WHAT, WHERE &amp; WHEN?</b>	<b>WHO'S RESPONSIBLE?</b>	<b>MEASURABLE RESULTS</b>
--------------------------------	--------------------------------	---------------------------	---------------------------

**REGISTRATION**

*(As early as possible → 15 days before the election)*

How can you register new voters in your community?

*For example: Staff and volunteers register new voters at all previously scheduled community outreach & education events*

- 100 new voters registered and added to our organization's contact list

**EDUCATION**

*(Sept → Election Day)*

How can you educate your community about the importance of the vote, the voting process, and the candidates & issues on the ballot?

*For example: Distribute MIV campaign palm cards & immigrant voter guides to community members, and organize voter education forum on October 28th*

- 500 palm cards distributed
- 500 immigrant voter guides distributed
- 100 community members educated about the voting process and issues on the Nov. ballot

**MOBILIZATION**

*(The week before Election Day, especially the last 4 days.)*

Get out the Vote (GOTV)! How can you remind your community to vote close to Election Day?

*For example: Staff and volunteers make reminder calls to list of members, clients, and newly registered voters one day before the election, and on Election Day*

- 150 voters contacted & reminded to vote

• continue next page →

# CAMPAIGN PLANNING WORKSHEET

↑ continued from previous page

KEY CAMPAIGN ACTIVITIES	WHAT, WHERE & WHEN?	WHO'S RESPONSIBLE?	MEASURABLE RESULTS
<p><b>VOLUNTEER RECRUITMENT &amp; LEADERSHIP DEVELOPMENT</b></p> <p>How can you use your elections work to recruit &amp; train new volunteers, members, or community leaders to get involved with your organization?</p>	<p><i>For example: Recruit and train volunteers to help with voter registration, voter education forum on Oct. 28, and GOTV phone calls.</i></p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5 new volunteers recruited</li> <li>• 10 existing volunteers trained on electoral work</li> </ul>
<p><b>VISIBILITY FOR YOUR ORGANIZATION</b></p> <p>How can you raise visibility for your organization through your elections work this year?</p>	<p><i>For example: Contact local and ethnic media to promote Oct 28th voter education forum and the importance of the immigrant vote.</i></p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• news article in local paper</li> </ul>
<p><b>COLLABORATION &amp; ALLIANCE BUILDING</b></p> <p>How can you build or strengthen relationships with other organizations in your community?</p>	<p><i>For example: Partner with 2 other community organizations to organize voter education forum on Oct. 28th</i></p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• stronger relationship with two organizations in our community</li> </ul>

- 5 new volunteers recruited
- 10 existing volunteers trained on electoral work

*For example: Recruit and train volunteers to help with voter registration, voter education forum on Oct. 28, and GOTV phone calls.*

**VISIBILITY FOR YOUR ORGANIZATION**

How can you raise visibility for your organization through your elections work this year?

*For example: Contact local and ethnic media to promote Oct 28th voter education forum and the importance of the immigrant vote.*

- news article in local paper

**COLLABORATION & ALLIANCE BUILDING**

How can you build or strengthen relationships with other organizations in your community?

*For example: Partner with 2 other community organizations to organize voter education forum on Oct. 28th*

- stronger relationship with two organizations in our community

**EVALUATE & CELEBRATE!**

Don't forget to track the numbers of people you reach as you go, and celebrate your work and your volunteers after the election!

A detailed workplan can be an incredibly useful tool to focus and guide your organization's electoral activities. However, no one-size-fits-all plan will work for every organization. For a work plan to be effective, it must be developed based on your organization's actual capacity and your community context. In addition, your plan must be grounded in your overall organizational goals and forging forward on the issues that are core to your organization's mission.

This brainstorming worksheet can be a good first step in clarifying specific goals for your organization's electoral campaign. As many of the people within your organization who will be involved in your campaign should be involved in the brainstorming. These worksheet questions and examples can spark discussions amongst them.

## 1. What are some electoral goals for your organization's campaign work this year?

For example:

- Register (#\_\_\_) new voters
- Educate and mobilize (#\_\_\_) immigrant voters in the (x) neighborhood to participate in the November 2004 general election
- Advocate for the passage or defeat of specific local or statewide ballot initiatives impacting low-income immigrants

**YOUR GOALS:**

→ continue next page

# SETTING GOALS FOR YOUR ORGANIZATION'S CAMPAIGN WORK

## 2. What are some leadership development, organizing, and/or movement building goals for your campaign work this year?

For example:

- Recruit and train (#\_\_\_) new volunteers or members to participate actively in campaign work
- Strengthen skills and capacity of existing members to take on leadership roles in campaign work
- Deepen political analysis of staff and members and increase understanding of connections between organization's work and broader immigrant rights movement

**YOUR GOALS:**

## 3. What are some organizational development goals for your campaign work?

For example:

- Raise visibility for organization's work through media and other publicity for MIV campaign
- Establish / strengthen relationships with organizations working in diverse ethnic and geographic communities
- Strengthen internal capacity to integrate leadership development / organizing / civic participation work into ongoing work of organization

**YOUR GOALS:**

continued  
from  
previous  
page

## GOALS

*What are the measurable goals for your campaign?*

## KEY ACTIVITIES

*How will you achieve your goals? List specific activities.*

## OUTCOMES

*What concrete results do you expect? How will you measure whether you've achieved your goals?*

## TIMELINE

*Start & end dates*

## WHO'S RESPONSIBLE

GOALS	KEY ACTIVITIES	OUTCOMES	TIMELINE	WHO'S RESPONSIBLE
<p><b>Electoral Goals:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>To show the power of the immigrant vote by increasing voter turnout in immigrant precincts.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identify 5 key neighborhood-based precincts.</li> <li>Schedule activities to register voters through the summer and beyond (find a calendar of park festivals, street fairs, rallies) and set up tables to register voters.</li> <li>Coordinate one neighborhood-based voter education forum for at least 100 immigrant voters with coalition partners.</li> <li>Organize mobilizations for precinct walking (door-to-door), phone banks and visibility activities.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Election turnout is 15% higher in selected precincts compared to the last election and/or other comparable precincts.</li> <li>Targeted issue is approved/defeated in the identified precincts.</li> <li>1000 voters contacted in select precincts through phonebanking &amp; precinct walking activities.</li> <li>200 new voters registered that organization will contact again throughout campaign.</li> <li>Written evaluations of voter education forum indicate participants more prepared and motivated to vote on Election Day</li> </ul>	<p>June – October: Register new voters</p> <p>Late August: ID precincts</p> <p>August –October: organize community based voter ed forums</p> <p>Labor Day week-end through Election Day: Mobilizations</p> <p>Last weekend of October: final push! — Election Day GOTV</p>	Organizer

• continue next page

# SAMPLE DETAILED WORKPLAN

## ORGANIZING, LEADERSHIP DEVELOPMENT, AND MOVEMENT-BUILDING GOALS

continued from previous page

### GOALS

What are the measurable goals for your campaign?

### KEY ACTIVITIES

How will you achieve your goals? List specific activities.

### OUTCOMES

What concrete results do you expect? How will you measure whether you've achieved your goals?

### TIMELINE

Start & end dates

### WHO'S RESPONSIBLE

#### Organizing, Leadership Development, and Movement-building Goals:

- To deepen staff and members' political analysis and skills
- To increase organization's base of active leaders, members, and volunteers.

Recruit 5 members to work closely with organizer on the following campaign-related activities:

- Organize a leadership development training focused on political analysis of election issues for members, with community leaders involved in planning & facilitating. Final product: talking points for the campaign.

- Train 10 members to be precinct captains.

- Train members/volunteers for phonebanks.

- Assign 2 key members to be responsible for setting up schedule & recruiting volunteers, for outreach and voter registration efforts.

- Identify one key member to represent organization at coalition meetings, report back and help with weekend mobilizations.

- Identify members who will help coordinate and facilitate bi-weekly meetings.

- 30 new volunteers are entered into database as a result of campaign activities (educational forum, mobilizations, precinct walking).

- 5 members decide to take on greater responsibilities within the organization as a result of their positive experience working on the campaign.

- As a result of the leadership development training, talking points are produced for the campaign that link current elections issues to ongoing work of the organization and the immigrant rights movement.

May – September: Organize & conduct trainings for members.

August – Election Day: Train and work with precinct captains

August - October: Organize educational forum

Ongoing: Participate in coalition meetings

Volunteer Coordinator  
Community Leaders

Organizer



<b>GOALS</b> <i>What are the measurable goals for your campaign?</i>	<b>KEY ACTIVITIES</b> <i>How will you achieve your goals? List specific activities.</i>	<b>OUTCOMES</b> <i>What concrete results do you expect? How will you measure whether you've achieved your goals?</i>	<b>TIMELINE</b> <i>Start &amp; end dates</i>	<b>WHO'S RESPONSIBLE</b>
<p><b>Organizational Development Goals:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>To build stronger alliances with other organizations in the city.</li> <li>To build staff and overall organization's capacity to integrate campaign &amp; elections work into ongoing work of organization.</li> <li>To raise visibility for the organization &amp; its work.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participate in campaign meetings and joint phone banks &amp; precinct walks with other coalition organizations.</li> <li>Document activity &amp; lessons through bi-weekly meetings with members.</li> <li>Create intake &amp; tracking forms to be used during phonebanks and precinct walking.</li> <li>Develop a database that includes members, newly registered voters, contacts made through mobilizations &amp; voters in targeted in precincts, including absentee voters.</li> <li>Participate in campaign media advocacy activities with other coalition organizations</li> <li>Host post-election evaluation with members and allies.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organization will have established relationships and collaborated with at least 5 other organizations in the city</li> <li>Organization will have election tools that can be used again, or improved upon for next election or ongoing recruiting efforts. Lessons are submitted as a report to board, staff and community members.</li> <li>Organization will have a database of voters in the neighborhood who were contacted by the organization, including newly registered voters. This database will be used for future activities, i.e., community meetings, rallies, action alerts, etc.</li> <li>3 print articles written about power of immigrant vote, citing organization's participation in campaign: 1 mainstream, 2 ethnic press</li> <li>Post election evaluation with staff, members, allies indicate overall success: increase in organizing skills, support for continuation of campaign &amp; leadership development work, stronger relationships with allies, etc</li> </ul>	<p>Ongoing: Participate in coalition meetings</p> <p>June – August: create intake &amp; tracking forms and database for contacts</p> <p>September – Election Day: media advocacy activities</p> <p>After Election Day: post election evaluation</p>	<p>Organizer</p> <p>Volunteer Coordinator</p> <p>Community Leaders</p> <p>Organizer</p>

# NOTES • NOTAS • 筆記

<b>GOALS</b> <i>What are the measurable goals for your campaign?</i>	<b>KEY ACTIVITIES</b> <i>How will you achieve your goals? List specific activities.</i>	<b>OUTCOMES</b> <i>What concrete results do you expect? How will you measure whether you've achieved your goals?</i>	<b>TIMELINE</b> <i>Start &amp; end dates</i>	<b>WHO'S RESPONSIBLE</b>
---	--	---	---	--------------------------

**Electoral Goals:**

# WORKPLAN WORKSHEET

## ORGANIZING, LEADERSHIP DEVELOPMENT, AND MOVEMENT-BUILDING GOALS

← continued from previous page

### GOALS

*What are the measurable goals for your campaign?*

### KEY ACTIVITIES

*How will you achieve your goals? List specific activities.*

### OUTCOMES

*What concrete results do you expect? How will you measure whether you've achieved your goals?*

### TIMELINE

*Start & end dates*

### WHO'S RESPONSIBLE

*Responsible*

**Organizing, Leadership Development, and Movement-building Goals:**

• continue next page →

↑ continued from previous page

**GOALS**

*What are the measurable goals for your campaign?*

**KEY ACTIVITIES**

*How will you achieve your goals? List specific activities.*

**OUTCOMES**

*What concrete results do you expect?  
How will you measure whether you've achieved your goals?*

**TIMELINE**

*Start & end dates*

**WHO'S**

**RESPONSIBLE**

**Organizational  
Development Goals:**

# NOTES • NOTAS • 筆記

# VOLUNTEER PLANNING WORKSHEET

This worksheet is designed to:

- 1) Help you assess your volunteer needs for campaign/electoral-related activities, and
- 2) Delegate tasks to campaign team members.

CAMPAIGN ACTIVITY	SPECIFIC TASK(S) FOR VOLUNTEERS	# OF VOLUNTEERS NEEDED	WHERE / HOW TO RECRUIT VOLUNTEERS	DEADLINE (S)	OTHER RESOURCES NEEDED FOR THE VOLUNTEERS
<p>Example: Organize a phone-bank for GOTV Sunday</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Help to recruit 10-15 volunteers for phonebanking (only have ten phone lines)</li> <li>• Help set up phonebank, including training other volunteers</li> <li>• Make phone calls during phone bank</li> </ul>	<p>Total: 11 1 – to help with setting up the phonebank and to help with the training 10 – make calls</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Upcoming community meeting re: housing initiative</li> <li>• Coalition meeting on Wednesday</li> <li>• Call members who have expressed interest in initiative</li> <li>• Phonebank past volunteers</li> </ul>	<p>First week of October</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Child care</li> <li>• Food</li> <li>• Script</li> <li>• Tally sheet</li> <li>• Campaign materials</li> <li>• Training materials</li> </ul>

• continue next page

# VOLUNTEER PLANNING WORKSHEET

↑ continued from previous page

CAMPAIGN ACTIVITY	SPECIFIC TASK(S) FOR VOLUNTEERS	# OF VOLUNTEERS NEEDED	WHERE / HOW TO RECRUIT VOLUNTEERS	DEADLINE (S)	OTHER RESOURCES NEEDED FOR THE VOLUNTEERS



# VOLUNTEER RECRUITMENT & RETENTION TIPS

Adapted from Californians for Justice and Western States Center

## Know your audience

- Who are you trying to recruit? What will motivate them?
- Consider having conversations with current volunteers to help determine what the best recruitment messages are to reach new volunteers.

## Personal contact works best!

- When recruiting volunteers, engage in conversation. Talk with, rather than AT people.
- Ask questions and LISTEN! Try to discover their self-interest – what gets them excited about your project?
- Question your assumptions – don't assume you know what people think – give them space to talk
- Consider sharing why you are involved as a way to open dialogue

## Convey urgency

- Sell the activity—asking is not enough. Give reasons why people should volunteer. What can they help with? Why is the activity important? What might happen if they don't volunteer?
- Develop and PRACTICE a strong pitch to communicate the importance of your work!

## Make a strong, clear ask

- Be confident, honest about what you're asking people to do
- Be specific, share your goals

## Know your needs

- Plan ahead – be clear about how many people you need, when, and for what.
- Prioritize requests—limit what you are asking of volunteers. Pick the one or two most important activities to get them started. Don't overburden volunteers—especially when they are just getting started!



## Details, details, details!

- Record the name, phone number, and email address of everyone who agrees to volunteer
- Sign them up for a specific shift
- Match skills with appropriate task
- Leave reminder slip with the details on what they've committed to, and a way to contact you

## Follow-up & Reminders

- Thank you call from person that recruited them – you are building a strong relationship with each one-on-one contact
- Call to remind them about the activity they committed to at least twice, including the day before they are scheduled to volunteer

## Rule of Halves

- The Flake Rate = the number of no-shows at an event or activity.
- 50% of the people you confirm will not show up!
- To break the flake rate, you must confirm double the number of people you actually want to show up
- Without confirmation calls—MORE THAN 50% will flake
- Follow up with no shows and seek to reschedule them and check in as to why they didn't come. Remove people from your list after 3 no shows.

continue next page →

# VOLUNTEER RECRUITMENT & RETENTION TIPS

←..... continued from previous page

## Welcome, Train & Motivate!

- Greet volunteers the moment they arrive at the event, office or location.
- Give volunteers frequent updates about the campaign and reiterate the importance of the task and their role. Remind them that they are a part of something larger!
- Provide training on the specific activity they will be involved in. Make sure they have an opportunity to practice and ask questions before getting started.
- Monitor what the volunteer is doing and provide them with input and support.
- Always be positive and take the time to ask and answer questions.

## Make it Fun!

- Reward your volunteers with food, a shirt, a button, or other acknowledgement of their work.
- Create a relaxed atmosphere for your volunteers. Give them a chance to get to know each other. Relationships strengthen people's commitment to come back!
- Let them be volunteers – remember, they aren't staff!

## Participate

- Never ask a volunteer to do something that you are unwilling to do yourself—If it's not good enough for you, then it's not good enough for them either!
- Don't disappear after the welcoming and training, be available. Let them see you engaged in the activity.
- They are working with you, not for you. Without them, you cannot succeed!

## Develop Leaders!

- Your new volunteers are potential members, donors, and leaders for ongoing work in your organization!
- To discover their passion and to keep them coming back, don't forget the power of the one-on-one conversation!
- LISTENING is the “magic” approach to help tap the leadership power and potential of your team.
- Build a relationship with volunteers you want to keep. Make sure you ask what they are interested in, why, and really LISTEN. Based on what you hear, offer new opportunities to get involved.



# LEADERSHIP DEVELOPMENT AUDIT WORKSHEET

If your organization plans to use your electoral campaign as an opportunity to support more active leadership among your volunteers/members, use this worksheet to:

- 1) Reflect on the strengths of your core members and volunteer leaders, and your organization's current capacity to support their leadership development, and
- 2) Identify what your organization needs in order to keep building community leadership.

## ASSETS

Thinking of your core group of members and volunteers, what skills, strengths and/or experiences do they have that will be key to meeting your organization's electoral goals?

Name.....Skills/Experience/Strengths.....

Think about your organization – what resources and experience already exist within your organization to support these leaders in their development? Please list.  
 EXAMPLE: experience in developing "train the trainers" workshops, political education curriculum, etc.

## CHALLENGES & NEEDS

Brainstorm a list of challenges and needs you anticipate in meeting your leadership development goals.

EXAMPLE: This is a really long campaign, how will I be able to keep individuals motivated?

# LEADERSHIP DEVELOPMENT AUDIT WORKSHEET

continued from previous page

## ASSETS

Thinking of your core group of members and volunteers, what skills, strengths and/or experiences do they have that will be key to meeting your organization's electoral goals?

name..... Skills/Experience/Strengths.....

Think about your organization – what resources and experience already exist within your organization to support these leaders in their development? Please list.

## CHALLENGES & NEEDS

Brainstorm a list of challenges and needs you anticipate in meeting your leadership development goals.

# TIPS FOR DOCUMENTING AND TRACKING YOUR CAMPAIGN

Documentation is not an end in-and-of-itself! Conscientiously documenting your campaign as you go along is an *actual step* towards meeting your campaign *and* long-term organizational goals.

Specifically, tracking your electoral activities can:

- Improve your chances of mobilizing people to actually vote on election day;
- Open doors to expanding your general membership or volunteer base for your ongoing work after the election;
- Increase the visibility of your work because you are able to articulate what you did, and its impact;
- Create opportunities to share resources and build alliances with other organizations.

On the following pages are 2 sample tracking tools that can be useful in your efforts to increase voter turnout, expand your membership base and document your impact. This table outlines why and when to use these tools:

TOOL	PURPOSE	WHEN TO USE?
Contact Log for Registered Voters	Provides a central place to: <ul style="list-style-type: none"> <li>• List voters you want to CONTACT for future campaign activities as well as your organization's ongoing work, beyond the elections.</li> <li>• Track multiple contacts you have with the same voter over the course of the campaign.</li> <li>• Gather the information you need if you want to find out, post-election, who actually voted.</li> </ul>	Throughout your campaign: WHILE you are doing targeted outreach activities
Activity Summary Tracking Sheet	To track the: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Total number and types of events/activities conducted.</li> <li>• The numerical outcomes of each activity.</li> <li>• Number of volunteer hours involved in the campaign. All of these figures can be used to evaluate your campaign and increase the visibility of your organization's work.</li> </ul>	Throughout your campaign: IMMEDIATELY AFTER a campaign activity or event.

## Other campaign material you may want to collect and save:

- Copies of **completed voter registration forms** – so you know who you registered and can follow-up with them for later voter education or mobilization efforts; or, to find out if the people you registered actually voted on election day.
- If you use them, **sign-in sheets from your events and activities** – your campaign events may be the first time people come into contact with your organization. Sign up sheets with their contact information allow you to reach out to them for your organization's ongoing work.
- The **contact information of all the media reporters** who attend or cover your events or activities – so, when you want to reach the media in the future, you can start with people who have already had some kind of contact with your work.
- **Any materials you use in your campaign** – such as phone scripts, educational or outreach flyers, press-releases, training guides, etc. They're a good reminder of everything you did. Also, if you want to do later campaigns or help another organization with a campaign they are planning, you've got concrete materials to work from, adapt and share. No need to recreate the wheel every time!
- **Copies of all newspaper or other print articles** featuring your organization and its campaign to mobilize immigrant voters. If you are featured on the radio or on television, try to tape the program. These materials can be useful in your fundraising or other communication efforts.

# MULTIPLE CONTACT LOG FOR REGISTERED VOTERS

NAME	FULL ADDRESS (Street, City, Zip)	PHONE	REGISTRATION	EDUCATION	MOBILIZATION	NOTES

# ACTIVITY SUMMARY TRACKING SHEET

DATE	SPECIFIC DESCRIPTION OF ACTIVITY / EVENT <i>For example, tabling at the grocery store, phone banking, community forum, press conference</i>	ACTIVITY TYPE ✓ <i>all that apply</i>	NUMBER AND KIND OF CONTACTS <i>Fill in only those blanks that are related to your activity or event</i>	VOLUNTEER HOURS	NOTES
			<b>Phone-Banking:</b> # of calls # of contacts <b>Door-knocking:</b> # of doors # of contacts <b>Literature:</b> # handed out # mailed <b>Action/Event:</b> # of people participating <b>Registrations:</b> # of people registered to vote <b>Other</b>	# of volunteers X # activity hours Total Volunteer Hours	
			<b>Phone-Banking:</b> # of calls # of contacts <b>Door-knocking:</b> # of doors # of contacts <b>Literature:</b> # handed out # mailed <b>Action/Event:</b> # of people participating <b>Registrations:</b> # of people registered to vote <b>Other</b>	# of volunteers X # activity hours Total Volunteer Hours	
			<b>Phone-Banking:</b> # of calls # of contacts <b>Door-knocking:</b> # of doors # of contacts <b>Literature:</b> # handed out # mailed <b>Action/Event:</b> # of people participating <b>Registrations:</b> # of people registered to vote <b>Other</b>	# of volunteers X # activity hours Total Volunteer Hours	

# BUILDING ON YOUR CAMPAIGN EXPERIENCE: REFLECTION & EVALUATION QUESTIONS

---

An important quality of a movement-building electoral campaign is that the lessons and work do not disappear after election day. Below are a series of guiding questions staff, leaders, members and volunteers within your organization can consider and use as a basis for collective discussion to evaluate and learn from your electoral campaign, so that the lessons may be able to inform and strengthen your ongoing organizational work.

1. How many people (total) did we reach through our campaign?
2. In our electoral activities (registration, education, mobilization), what were our most significant successes? Biggest challenges?
3. In our work towards our leadership development / organizing goals, what were significant successes? Biggest challenges?
4. In our work towards our organizational development goals, what were our most significant successes? Biggest challenges?

1. What does this political moment mean for immigrant communities?
2. Do the election results say anything to our long-term work? What?
3. How effective was it for our organization to do electoral organizing? Do we feel we had an impact?

1. Based on our experiences, what are some lessons we will carry forward in our ongoing work?
2. What are some skills, tools or practices we gained or strengthened during our electoral efforts that we can continue to use to support our organization's ongoing work?
3. What are the alliances and or contacts we developed through this campaign that we want to continue to strengthen or nurture in our organization's ongoing work?
4. Will we participate in elections work again? Why or why not?
5. If we do participate in elections work again, what practices from this campaign would we keep, and what would we change?



- **Start early.** Give yourselves time to strategically plan your work and recruit volunteers. By starting early, you have more time to spread out activities, be flexible and to try something again in a new way if it doesn't work the first time you try it.
- **Involve everyone.** All key staff and members of your organization who will have core responsibilities for implementing your electoral strategies should be involved in creating your electoral organizing plan.
- **Start with your long-term goals.** Build and craft your goals for the electoral season around your long-term goals for your organization. Focus on electoral activities that directly support these long-term goals.
- **Be realistic about your capacity.** Craft your plan according to what is reasonably possible for your specific organization to do. Don't try to do too much and end up burnt-out and depleted after the election.
- **Divide labor.** Split up tasks and roles and make sure everyone is clear about their specific responsibilities.
- **Build internal training and education time into your plan.** Give yourselves time to learn and understand voting basics and to create and practice your messages so that you are communicating clearly and accurately with your communities.
- **Seize and create opportunities for leadership development.** Consider how the electoral activities you pursue can be turned into opportunities to do leadership development amongst your members. Support leaders to recruit and train more volunteers. Train members to facilitate voter education activities. You shouldn't wait until you are sure about how to do everything before sharing responsibility with volunteers and community leaders. You just have to start and learn together.
- **Work in teams.** Plan to pair more experienced staff and members with less experienced staff and members...it is easier to learn-by-doing when you're working with others.
- **Consider coalitions.** Electoral work provides a great opportunity to build relationships with other organizations. You can maximize your strengths and broaden your scope if you plan on sharing resources and co-coordinating events.
- **Document and evaluate as you go.** Even in the rush, pay attention to documentation. Good tracking of contacts is essential for effective follow-up with voters throughout your campaign. Beyond impact in the specific election, so much of the long-term value of the work will be in the relationships you build and the lessons you learn. Ongoing documentation and reflection helps you keep paying attention to those priorities.
- **Make it fun.** Plan on eating and socializing as part of campaign activities. Don't forget to celebrate and acknowledge accomplishments. Instead of an evaluation meeting, how about an evaluation party?

# NOTES • NOTAS • 筆記



**1** **ESP**



# ESTRATEGIA PARA LAS CAMPAÑAS ELECTORALES: UNA COMPARACIÓN

ADAPTADO DE LECCIONES COMPARTIDAS POR WESTERN STATES CENTER Y CALIFORNIANS FOR JUSTICE

Cuando se compara la estrategia *electoral tradicional* con la *estrategia electoral para fortalecer el movimiento*, se ilustra cómo las elecciones pueden ser usadas por sus organizaciones no sólo para aumentar la participación de las comunidades de inmigrantes en unas elecciones, sino también para expandir y fortalecer el poder de la comunidad para promover cambios a largo plazo.

ESTRATEGIA ELECTORAL TRADICIONAL	ESTRATEGIA ELECTORAL PARA FORTALECER EL MOVIMIENTO
La campaña termina al día siguiente de las elecciones	Las elecciones se consideran una parte de una estrategia a largo plazo para introducir cambios en nuestras comunidades
La planificación de la campaña suele centrarse en una estrategia “de campo” organizada desde arriba para inscribir y movilizar votantes	Diversas estrategias son adaptadas por comunidades específicas y usadas en ellas
El objetivo son los votantes más probables	Las campañas se centran en votantes más marginales, subrepresentados, y permiten participar a todos, incluidos los que no tienen derecho de voto.
El objetivo es el número de contactos conseguidos, no su profundidad o calidad.	El objetivo es fortalecer organizaciones y comunidades de los siguientes modos:
	<ul style="list-style-type: none"><li>• Forjando nuevas alianzas y colaboraciones</li><li>• Expandiendo destrezas y experiencia</li><li>• Forjando una base de líderes comunitarios y voluntarios más fuerte</li><li>• Aumentando la visibilidad</li></ul>
Se GANA o se PIERDE, dependiendo del resultado de las elecciones	Crea relaciones y anima a las comunidades sea cual sea el resultado de las elecciones

# DIRECTRICES PARA ORGANIZACIONES NO LUCRATIVAS QUE PARTICIPAN EN TRABAJO ELECTORAL

Hay mucha confusión sobre lo que las organizaciones no lucrativas de la categoría 501(c)(3) pueden hacer legalmente durante unas elecciones. La mayoría de las organizaciones descubren que tienen derecho a hacer mucho más de lo que pensaban. No obstante, para proteger su exención de impuestos, es muy importante que comprendan las restricciones y se las comuniquen claramente al personal y los voluntarios que participen en las actividades electorales.

A continuación se dan unas directrices generales sobre lo que la ley federal permite y prohíbe a las organizaciones no lucrativas. Se trata sólo de directrices, por lo que no pueden considerarse consejo legal. La Alianza para la justicia (Alliance for Justice) ofrece directrices adicionales en el apéndice de herramientas, y puede encontrar más información en su sitio Web: [www.afj.org/nonprofit](http://www.afj.org/nonprofit)

*Recuerde:*

- 1) Algunas de las siguientes actividades se identifican como “lobbying”, lo que está PERMITIDO para las organizaciones no lucrativas, pero dentro de las limitaciones federales y estatales para este tipo de actividad. Si desea más información sobre las limitaciones a las actividades de “lobbying”, póngase en contacto con la Alianza para la justicia (ver dirección Web más arriba).
- 2) Puede que las instituciones de las que recibe fondos tengan su propio conjunto de directrices sobre restricción de actividades electorales. Asegúrese de revisar sus directrices de fondos y de preguntar a sus patrocinadores si tiene dudas.

## ¡ALTO!

Las organizaciones “no lucrativas” NO DEBEN hacer lo siguiente:

- Apoyar u oponerse a candidatos o partidos políticos.
- Donar dinero a los candidatos.
- Usar recursos de la organización, como teléfonos o tiempo del personal, para apoyar a un candidato.
- Proporcionar listas de contactos a los candidatos, sea gratis o por un precio inferior al del mercado.
- Pedir a un candidato en campaña que se comprometa a tomar medidas concretas si es elegido. Esto puede considerarse como apoyo a ese candidato.

## ¡DESPACIO!

Proceda con PRECAUCIÓN al realizar estas actividades.

- Su organización puede educar al público sobre los temas, pero sólo si no parece apoyar a ningún candidato en particular.
- Su organización puede proporcionar información sobre candidatos, pero la información que de al público debe incluir a todos los candidatos y no debe aparentar favoritismo por ninguno de ellos.
- Si su organización decide tener enlaces en la página Web sobre un candidato, debe incluir enlaces a todos los candidatos.
- Su organización puede crear tablas de resultados, pero no puede indicar si un candidato es “bueno” o “malo”, ni hacer comentarios que sugieran preferencia por un determinado candidato. Cuanto más se limite la tabla a hechos tales como la forma en que los candidatos votaron sobre temas concretos, mejor.
- Su organización puede organizar un foro de candidatos, pero debe asegurarse de invitar a todos los candidatos y de que asista más de uno. También debe asegurarse de que las reglas son justas para todos y de que la audiencia invitada no favorece a un candidato en particular.

## ¡ADELANTE! ¡ADELANTE! ¡ADELANTE!

Las organizaciones no lucrativas puede hacer lo siguiente, siempre que NO apoyen o asocien su organización a ningún partido político o candidato mientras lo hacen:

- Tomar una posición (recomendar que se vote SÍ o NO) sobre propuestas electorales No obstante esto se considera “lobbying”, por lo que debe consultar la nota precedente.
- Inscribir a votantes.
- Educar a los votantes sobre el proceso de voto y los temas electorales.
- Actividades de “Sacar el Voto” (SEV) que aumenten la participación de votantes.
- Usar los medios de comunicación para educar al público sobre sus temas, por ejemplo escribiendo cartas al director, editoriales de periódicos, etc. Algunas de estas actividades pueden considerarse “lobbying”, por lo que es aconsejable que lea la nota precedente.
- Educación directa sobre sus temas, como visitas puerta a puerta o llamadas telefónicas.

# PANORAMA GENERAL DE LA ESTRATEGIA ELECTORAL PARA FORTALECER EL MOVIMIENTO

Las actividades electorales esenciales para las organizaciones se resumen en las siglas IEM:

I

## INSCRIPCIÓN

Contacte a los miembros de su comunidad para asegurarse de que los que tienen derecho de voto se inscriban para poder ejercerlo el día de las elecciones.

**¿Cuándo hacerlo?** Cualquier momento es bueno. No obstante, durante la época de elecciones los votantes deben inscribirse antes de una cierta fecha si quieren votar en esas elecciones. En California la fecha es 15 días antes de las elecciones.

E

## EDUCACIÓN

Puede significar muchas cosas, entre ellas:

- Explicar el proceso de votación y los derechos de voto de las personas;
- Entrar en debates y análisis sobre la historia del derecho de voto y el papel de las elecciones en el cambio social para comprender el significado de las elecciones y sus conexiones con los temas que afectan a una comunidad en el día a día;
- Proporcionar la información, las herramientas y el espacio para analizar los temas concretos sobre los que se decidirán las próximas elecciones a fin de que los votantes inscritos elijan informados.

**¿Cuándo hacerlo?** Los dos meses anteriores a las elecciones son un gran momento para este tipo de educación, pero la educación política sobre la historia del derecho de voto y el papel de las elecciones puede impartirse en cualquier ocasión.

M

## MOVILIZACIÓN

Recuerde a los votantes inscritos de su comunidad que vayan a votar el día de las elecciones llamándolos por teléfono, llamando a su puerta o mediante cualquier otra forma de contacto individual. También denominado “Sacar el voto” (“Get Out The Vote”, GOTV).

**¿Cuándo hacerlo?** Los 4 últimos días antes de las elecciones.

Para garantizar que las actividades electorales esenciales mencionadas también refuerzan a las organizaciones y a las comunidades en su trabajo diario más allá de las elecciones, las organizaciones deben considerar la integración de las siguientes estrategias DENTRO de las actividades IEM.

## RECLUTAMIENTO

Involucre a los miembros de su comunidad para que ayuden a su organización en la implementación de actividades electorales específicas.

## DESARROLLO DEL LIDERAZGO

Eduque y apoye a sus voluntarios para que dirijan esfuerzos electorales y tomen liderazgo de otros tipos en la organización de forma más continua y coherente.

## VISIBILIDAD: ACCIONES Y PRENSA

Comparta ampliamente sus mensajes de inscripción, educación y movilización de votantes para dar a conocer el trabajo de su organización y su disponibilidad como recurso importante de la comunidad.

## COLABORACIÓN Y FORJA DE ALIANZAS

Sea deliberado en forjar alianzas con otras organizaciones para aprovechar los puntos fuertes de cada una, combinar destrezas y recursos, y ampliar su alcance.


# NOTES • NOTAS • 筆記



# FORMAS EN QUE LAS ESTRATEGIAS ELECTORALES PARA FORTALECER EL MOVIMIENTO SACAN EL VOTO Y BENEFICIAN A SU ORGANIZACIÓN

ADAPTADO DEL WESTERN STATES CENTER

ACTIVIDAD	QUÉ LOGRA PARA ATRAER VOTANTES	QUÉ LOGRA PARA DESARROLLAR SU ORGANIZACIÓN
<b>Inscripción</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La inscripción de votantes aumenta el número de votantes potenciales.</li> <li>• Los nuevos votantes que inscriba pueden añadirse a una lista para mantenerse en contacto con ellos al acercarse las elecciones. ¡Cuanto más en contacto esté con los votantes, más probable es que voten!</li> <li>• Es más probable que un nuevo votante se inscriba cuando le ayuda alguien en quien confía.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pueda que las actividades de inscripción traigan a personas nuevas a su organización: deles una primera charla sobre los temas en que trabaja la organización y los pasos que pueden dar.</li> <li>• Las actividades de inscripción pueden ayudarle a reclutar voluntarios, dar a conocer su trabajo y desarrollar una lista de miembros de su comunidad con quienes puede mantenerse en contacto sobre distintos temas.</li> </ul>
<b>Educación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los votantes necesitan información. Para los votantes nuevos, es esencial clarificar el proceso de votación.</li> <li>• Proporcionar información fácil de entender sobre los temas de las elecciones en el idioma de su comunidad, también ayuda a romper barreras hacia la participación en el proceso electoral.</li> <li>• Como fuente reconocida de información, su organización puede ayudar a conectar los temas electorales con la vida cotidiana. Es más probable que la gente vote si ve cómo le afectará su voto.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visibilidad y creación de relaciones: proporcionar oportunidades educativas y material de calidad ayuda a establecer una relación entre su organización y su comunidad.</li> <li>• Puede que identifique a votantes que puedan trabajar con usted en campañas sobre otros temas u otras actividades que continúen el año entero.</li> <li>• Las actividades de educación de votantes son una buena oportunidad para que los voluntarios desarrollen más su liderazgo ayudando a organizar eventos y presentando información.</li> </ul>
<b>Movilización:</b> ¡Sacar el Voto! (SEV)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¡Los votantes necesitan recordatorios! Las actividades de SEV funcionan muy bien para aumentar el número de votantes.</li> <li>• Es más probable que los votantes respondan a un mensaje procedente de una fuente conocida y segura.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La creación de la capacidad de sacar el voto demuestra el poder de su organización, tanto para ese ciclo electoral como para más adelante.</li> <li>• Cada vez que entra en contacto con un votante durante su trabajo electoral, puede dar información sobre su organización y sus temas; ¡las relaciones se forjan con el contacto personal!</li> </ul>

sigue a la proxima página 

# FORMAS EN QUE LAS **ESTRATEGIAS ELECTORALES PARA FORTALECER EL MOVIMIENTO SACAN EL VOTO Y BENEFICIAN A SU ORGANIZACIÓN**

ACTIVIDAD	QUÉ LOGRA PARA ATRAER VOTANTES	QUÉ LOGRA PARA DESARROLLAR SU ORGANIZACIÓN
<b>Reclutamiento de voluntarios</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los voluntarios pueden ser votantes.</li> <li>• Los voluntarios tienen círculos de amigos y familiares que también pueden ser votantes.</li> <li>• Los voluntarios ayudan alcanzar a más votantes al participar en actividades de inscripción y movilización.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los voluntarios que participan en actividades electorales pueden permanecer en su organización después de las elecciones.</li> <li>• Con voluntarios entrenados y dedicados, su organización puede lograr más en sus programas y hacer un uso más eficaz de los recursos de la organización.</li> </ul>
<b>Desarrollo de liderazgo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los voluntarios entrenados que toman el liderazgo en tareas específicas para la movilización del votante ayudan a aumentar su capacidad de alcanzar a más votantes aligerando la carga del personal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los líderes demostrados pueden seguir involucrados en su organización, asumiendo responsabilidad adicional para apoyar su trabajo comunitario.</li> </ul>
<b>Visibilidad: Acciones y prensa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La visibilidad mediante la acción pública o la prensa puede ayudar a propagar el mensaje sobre temas específicos o sobre la importancia de la votación a una audiencia más amplia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La acción pública y la cobertura de prensa divulgan el nombre y la misión de su organización a un público más amplio.</li> <li>• ¡Incluso puede que ayuden a recaudar fondos!</li> </ul>
<b>Colaboración y desarrollo de alianzas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Colaborar con otras organizaciones aumenta la base de votantes que se puede alcanzar. Puede que otras organizaciones tengan capacidades o recursos específicos que usted necesita.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las relaciones con organizaciones aliadas aumentan nuestra capacidad total para introducir cambios en nuestras comunidades. ¡No podemos lograrlo solos!</li> </ul>

siguiendo de la pagina anterior

# HOJA DE TRABAJO DE PLANIFICACIÓN DE CAMPAÑA

Este formulario le ayudará a desarrollar un plan que incluya ideas específicas sobre:

- 1) Qué puede hacer su organización para inscribir, educar y movilizar votantes inmigrantes, y
- 2) Cómo puede usted fortalecer su organización en ese proceso.

Use esto para intercambiar ideas sobre sus actividades, clarificar los resultados que desean conseguir y concretar cuándo iniciarán determinadas actividades y quién será el responsable.

## ACTIVIDADES CLAVES DE LA CAMPAÑA

## ¿QUIÉN ES RESPONSABLE?

## ¿QUÉ, DÓNDE Y CUÁNDO?

## RESULTADOS MEDIBLES

### INSCRIPCIÓN

*(Tan pronto como sea posible → 15 días antes de las elecciones)*

¿Cómo puede inscribir votantes nuevos en su comunidad?

*Por ejemplo: Personal y voluntarios inscriben a nuevos votantes en todos los eventos comunitarios de educación y de alcance previamente programados.*

• 100 nuevos votantes inscritos y agregados a la lista de contacto de nuestra organización

### EDUCACIÓN

*(Sept → Día de las elecciones)*

¿Cómo puede educar a su comunidad sobre la importancia de la votación, el proceso electoral, los candidatos y los temas en la balota?

*Por ejemplo: Distribuir tarjetas y guías del votante inmigrante de la campaña MVI, y organizar el foro de Educación para el Votante el 28 de octubre.*

• 500 tarjetas distribuidas  
• 500 guías del votante inmigrante distribuidas  
• 100 miembros de la comunidad educados sobre el proceso electoral y temas en la balota en noviembre

### MOVILIZACIÓN

*(La semana anterior al día de las elecciones, especialmente los 4 últimos días.)*

¿Sacar el Voto! (SEV) ¿Cómo puede recordarle a su comunidad que vote cuando se acerque el día de las elecciones?

*Por ejemplo: Personal y voluntarios hacen llamadas de recordatorio a su lista de miembros, clientes y votantes recientemente inscritos la víspera de las elecciones y el mismo día de éstas.*

• 150 votantes contactados para recordarlos que voten

## ACTIVIDADES CLAVES DE LA CAMPAÑA

## ¿QUIÉN ES RESPONSABLE?

## ¿QUÉ, DÓNDE Y CUÁNDO?

## RESULTADOS MEDIBLES

### RECLUTAMIENTO DE VOLUNTARIOS Y DESARROLLO DE LIDERAZGO

¿Cómo puede utilizar su trabajo electoral para reclutar y entrenar a nuevos voluntarios, miembros o líderes comunitarios para que se involucren en su organización?

*Por ejemplo: Reclutar y entrenar a voluntarios para ayudar con la inscripción de votantes, foro educativo para el votante el 28 de octubre, y llamadas telefónicas SEV (GOTV).*

- 5 nuevos voluntarios reclutados
- 10 voluntarios existentes entrenados en trabajo electoral

### VISIBILIDAD PARA SU ORGANIZACIÓN

¿Cómo puede aumentar la visibilidad de su organización mediante su trabajo electoral este año?

*Por ejemplo: Ponerse en contacto con la prensa local y étnica para promover el foro educativo para el votante del 28 de octubre, y la importancia del voto inmigrante.*

- artículos en el periódico local

### COLABORACIÓN Y FORJADE ALIANZAS

¿Cómo puede crear o fortalecer relaciones con otras organizaciones de su comunidad?

*Por ejemplo: Asociarse con otras 2 organizaciones comunitarias para organizar un foro educativo para el votante el 28 de octubre.*

- alianza más estrecha con 2 organizaciones de nuestra comunidad

### ¡EVALÚE Y ¡CELEBRE!

No se olvide de llevar la cuenta del número de personas con las que entra en contacto en su trabajo, y ¡celebre su labor y sus voluntarios después de las elecciones!

Un plan de trabajo detallado puede ser increíblemente útil para centrar y orientar las actividades electorales de su organización. No obstante, cada organización necesita un plan adaptado a sus necesidades. Para ser efectivo, un plan de trabajo debe desarrollarse a partir de la capacidad real de la organización y de su contexto comunitario. Además, el plan debe basarse en sus metas organizativas globales y centrarse en los objetivos centrales de la organización.

Esta hoja de trabajo de intercambio de ideas puede ser un buen primer paso para clarificar las metas concretas de la campaña electoral de su organización. Es bueno que participen en este intercambio de ideas todos los miembros de la organización que vayan a participar en la campaña. Las preguntas y los ejemplos de esta hoja de trabajo pueden inspirar debates entre ellos.

## 1. ¿Cuáles son algunas metas electorales de su organización para este año durante la campaña?

Por ejemplo:

- o Registrar (n° \_\_\_) nuevos votantes
- o Educar y movilizar (n° \_\_\_) votantes inmigrantes en el barrio ( x) para que participen en las elecciones generales de noviembre de 2004
- o Abogar por la aprobación o el rechazo de iniciativas electorales locales o estatales concretas que tendrían efecto en los inmigrantes de ingresos bajos

SUS METAS:

## 2. ¿Cuáles son metas de desarrollo de liderazgo, organización o expansión del movimiento durante la campaña?

Por ejemplo:

- Enlistar y entrenar (nº \_\_\_) voluntarios/ miembros que participen activamente en la campaña
- Reforzar las habilidades y capacidad de los miembros existentes para adoptar papeles de liderazgo en el trabajo de campaña
- Profundizar el análisis político de los miembros y trabajadores permanentes para que comprendan mejor la conexión entre el trabajo de la organización y el movimiento general por los derechos del inmigrante

SUS METAS:

## 3. ¿Cuales son algunas metas de desarrollo organizativo durante la campaña?

Por ejemplo:

- Aumentar la visibilidad del trabajo de la organización en los medios de comunicación y otras formas de publicidad para la campaña MVI
- Establecer / reforzar relaciones con organizaciones que trabajan en diversas comunidades étnicas y geográficas
- Reforzar la capacidad de integrar el trabajo de desarrollo del liderazgo / organización / participación cívica en el funcionamiento continuo de la organización

SUS METAS:

### QUIÉN ES RESPONSABLE

### CALENDARIO

*Fechas inicial y final*

### RESULTADOS

*¿Qué resultados concretos espera?  
¿Cómo va a medir hasta qué punto los ha conseguido?*

### ACTIVIDADES CLAVE

*¿Cómo va a alcanzar sus metas? Haga una lista de actividades específicas.*

### METAS

*¿Cuáles son las metas cuantificables de su campaña?*

Organizador

Junio – octubre:  
Inscribir nuevos votantes

Fines de agosto:  
Identificar distritos electorales

Agosto – octubre:  
Organizar foro comunitario de educación del votante

Fin de semana del Labor Day a día de las elecciones:  
Movilizaciones

Último fin de semana de octubre:  
Esfuerzo final!  
— Día de las elecciones:

- Metas electorales:**
- Demostrar el poder del voto inmigrante elevando la participación de votantes en los distritos electorales con población inmigrante.
  - Identificar 5 distritos electorales clave en la vecindad o el distrito.
  - Programar actividades para inscribir votantes durante el verano y más allá (buscar un calendario de verbenas en parques, fiestas de barrio, reuniones), y montar mesas para inscribir votantes.
  - Coordinar un foro de vecindario para la educación del votante para un mínimo de 100 votantes inmigrantes con sus compañeros de coalición.
  - Organizar movilizaciones para recorrer el distrito electoral (visitas a domicilio), llamadas telefónicas y actividades para aumentar su visibilidad.
  - La participación electoral en los distritos seleccionados aumenta un 15% comparada con las últimas elecciones y/o con distritos comparables.
  - La cuestión seleccionada se aprueba / rechaza en los distritos seleccionados.
  - Se ha comunicado con 1000 más votantes de los distritos seleccionados mediante llamadas telefónicas y visitas a domicilio.
  - Se han inscrito 200 nuevos votantes a los que la organización se volverá a dirigir durante la campaña.
  - Las evaluaciones escritas del foro de educación del votante señalan que los participantes están más preparados y motivados para votar el día de las elecciones

# EJEMPLO DE PLAN DE TRABAJO DETALLADO

## METAS DE ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DEL LIDERAZGO

continued from previous page

44

### METAS

¿Cuáles son las metas cuantificables de su campaña?

### ACTIVIDADES CLAVE

¿Cómo va a alcanzar sus metas? Haga una lista de actividades específicas.

### RESULTADOS

¿Qué resultados concretos espera? ¿Cómo va a medir hasta qué punto los ha conseguido?

### CALENDARIO

Fechas inicial y final

### QUIÉN ES RESPONSABLE

#### Metas de organización y desarrollo del liderazgo:

- Profundizar las destrezas y el análisis político de los trabajadores a tiempo completo y miembros de la organización
- Ampliar la base de líderes activos, miembros y voluntarios de la organización.

Reclutar a 5 miembros para que colaboren estrechamente con el organizador en las siguientes actividades de campaña:

- Organizar un entrenamiento de desarrollo del liderazgo centrado en el análisis político de los temas electorales que afectan a los miembros, implicando a los líderes comunitarios en su planificación y facilitación. Producto final: puntos de discusión para la campaña.

- Entrenar a 10 miembros como jefes de distrito electoral.

- Entrenar a miembros / voluntarios para campañas telefónicas.

- Asignar a 2 miembros clave como responsables de fijar un calendario y reclutar voluntarios, para trabajo en la comunidad e inscripción de votantes.

- Identificar a un miembro clave para que represente a la organización en las reuniones de la coalición, informe de ellas y ayude con las movilizaciones de fin de semana.

- Identificar a miembros que ayuden a coordinar y facilitar reuniones quincenales.

- Se han introducido 30 nuevos voluntarios en la base de datos como resultado de las actividades de la campaña (foro educativo, movilizaciones, visitas a domicilio).

- 5 miembros deciden asumir más responsabilidades en la organización como resultado de su experiencia positiva durante la campaña.

- Como resultado del entrenamiento de desarrollo del liderazgo, surgen argumentos útiles para la campaña que enlazan temas electorales actuales con el trabajo a largo plazo de la organización y del movimiento pro-derechos del inmigrante.

Mayo – septiembre: organizar y realizar entrenamientos para los miembros.

Agosto – Día de las elecciones: entrenar jefes de distrito y trabajar con ellos

Agosto - octubre: organizar el foro educativo

Durante toda la campaña: participar en las reuniones de la coalición

**Coordinador Voluntario**

Líderes comunitarios  
Organizador

sigue a la próxima página



# EJEMPLO DE PLAN DE TRABAJO DETALLADO

## METAS DE DESARROLLO ORGANIZATIVO

↑siguiendo de la página anterior

### METAS

¿Cuáles son las metas cuantificables de su campaña?

### ACTIVIDADES CLAVE

¿Cómo va a alcanzar sus metas? Haga una lista de actividades específicas.

### RESULTADOS

¿Qué resultados concretos espera?  
¿Cómo va a medir hasta qué punto los ha conseguido?

### CALENDARIO

Fechas inicial y final

### QUIÉN ES RESPONSABLE

#### Metas de desarrollo organizativo:

- Forjar alianzas más estrechas con las otras organizaciones de la ciudad.
- Aumentar la capacidad del personal a tiempo completo y de toda la organización para integrar la campaña y las elecciones en el trabajo a largo plazo de la organización.
- Aumentar la visibilidad de la organización y su labor.
- Participar en reuniones de campaña y en campañas telefónicas y de visitas a domicilio con otras organizaciones de la coalición.
- Documentar la actividad y sus lecciones mediante reuniones quincenales con los miembros.
- Crear formularios de recogida de datos y seguimiento para su uso durante las campañas de llamadas y visitas a domicilio de los distritos electorales.
- Desarrollar una base de datos que incluya a miembros, nuevos votantes inscritos, contactos realizados mediante las movilizaciones y votantes en los distritos seleccionados, incluidos los abstencionistas.
- Participar en actividades con los medios de comunicación junto con otras organizaciones de la coalición
- Realizar una evaluación postelectoral con los miembros y aliados.

- La organización habrá establecido relaciones y colaborado con al menos 5 otras organizaciones de la ciudad
- La organización tendrá herramientas electorales que podrá volver a usar, o mejorar en las siguientes elecciones campañas de reclutamiento. Las lecciones se someten como informe a los miembros del consejo, la plantilla permanente y los miembros de la organización.
- La organización dispondrá de una base de datos de votantes del vecindario con los que ha contactado, incluidos nuevos votantes inscritos. Esta base de datos se usará en futuras actividades, p.ej., reuniones comunitarias, reuniones políticas, alertas de acciones, etc.
- Se han escrito 3 artículos importantes sobre el poder del voto inmigrante, citando la participación de la organización en la campaña: 1 en la prensa general, 2 en la prensa de su grupo étnico
- La evaluación post-electoral con los trabajadores, miembros y aliados de la organización indica un éxito general: aumento de la capacidad de organización, apoyo a la continuidad del trabajo de desarrollo del liderazgo y campañas, mejores relaciones con los aliados, etc.

**Organizador**  
Voluntario Coordinador Líderes comunitarios

Durante toda la campaña: participar en las reuniones de la coalición

Junio – agosto: crear formularios de recogida de datos y seguimiento, y una base de datos de contactos

Septiembre – Día de las elecciones: actividades con los medios de comunicación

Después de las elecciones: evaluación post-electoral

# NOTES • NOTAS • 筆記

<b>METAS</b> <i>¿Cuáles son las metas cuantificables de su campaña?</i>	<b>ACTIVIDADES CLAVE</b> <i>¿Cómo va a alcanzar sus metas? Haga una lista de actividades específicas.</i>	<b>RESULTADOS</b> <i>¿Qué resultados concretos espera? ¿Cómo va a medir hasta qué punto los ha conseguido?</i>	<b>CALENDARIO</b> <i>Fechas inicial y final</i>	<b>QUIÉN ES RESPONSABLE</b>
--	--	---	--	-----------------------------

**Metas electorales:**

# HOJA DE PLAN DE TRABAJO

## METAS DE ORGANIZACIÓN Y DESARROLLO DEL LIDERAZGO

◀ siguiendo de la pagina anterior

### **METAS**

¿Cuáles son las metas cuantificables de su campaña?

### **ACTIVIDADES CLAVE**

¿Cómo va a alcanzar sus metas? Haga una lista de actividades específicas.

### **RESULTADOS**

¿Qué resultados concretos espera? ¿Cómo va a medir hasta qué punto los ha conseguido?

### **CALENDARIO**

Fechas inicial y final

### **QUIÉN ES**

### **RESPONSABLE**

**Metas de organización, y desarrollo del liderazgo:**

▶ sigue a la proxima pagina

◀ siguiendo de la pagina anterior

### **METAS**

¿Cuáles son las metas cuantificables de su campaña?

### **ACTIVIDADES CLAVE**

¿Cómo va a alcanzar sus metas? Haga una lista de actividades específicas.

### **RESULTADOS**

¿Qué resultados concretos espera?  
¿Cómo va a medir hasta qué punto los ha conseguido?

### **CALENDARIO**

Fechas inicial y final

### **QUIÉN ES**

**RESPONSABLE**

**Metas de desarrollo organizativo:**

# NOTES • NOTAS • 筆記

# HOJA DE TRABAJO DE PLANIFICACIÓN DE VOLUNTARIOS

Esta hoja de trabajo está diseñada para:

- 1) Ayudarle a valorar sus necesidades de voluntarios para actividades electorales, y
- 2) Delegar tareas entre los miembros del equipo de la campaña.

ACTIVIDAD DE CAMPAÑA	TAREA(S) ESPECÍFICA(S) PARA VOLUNTARIOS	N° DE VOLUNTARIOS NECESARIO	DÓNDE / CÓMO RECLUTAR VOLUNTARIOS	FECHA(S) LÍMITE	OTROS RECURSOS NECESARIOS PARA LOS VOLUNTARIOS
Ejemplo: Organizar una campaña telefónica para sacar el voto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ayudar a reclutar 10-15 voluntarios para llamar (sólo hay diez líneas telefónicas)</li> <li>• Ayudar a organizar la campaña telefónica entrenando a otros voluntarios</li> <li>• Hacer llamadas telefónicas durante la campaña</li> </ul>	Total: 11 1 – Para ayudar a organizar la campaña telefónica y en el entrenamiento de otros voluntarios 10 – hacer llamadas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Próximo encuentro comunitario: Iniciativa por la vivienda</li> <li>• Encuentro de la coalición el miércoles</li> <li>• Llamar a los miembros que han expresado interés en la iniciativa</li> <li>• Voluntarios de anteriores campañas telefónicas</li> </ul>	Primera semana de octubre	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuidado de niños</li> <li>• Comida</li> <li>• Gulón</li> <li>• Hoja de recuento</li> <li>• Material de campaña</li> <li>• Material de entrenamiento</li> </ul>

# HOJA DE TRABAJO DE PLANIFICACIÓN DE VOLUNTARIOS

OTROS RECURSOS NECESARIOS PARA LOS VOLUNTARIOS	FECHA(S) LÍMITE	DÓNDE / CÓMO RECLUTAR VOLUNTARIOS	N° DE VOLUNTARIOS NECESARIO	TAREA(S) ESPECÍFICA(S) PARA VOLUNTARIOS	ACTIVIDAD DE CAMPAÑA

↑siguiendo de la pagina anterior



# CONSEJOS PARA EL RECLUTAMIENTO Y RETENCIÓN DE VOLUNTARIOS

Adaptado de Californians for Justice y el Western States Center

## RECLUTAMIENTO DE VOLUNTARIOS

### Conozca a su audiencia

- ¿A quién intenta reclutar? ¿Qué les puede motivar?
- Considere hablar con voluntarios actuales para saber cuáles son los mejores mensajes para atraer a nuevos voluntarios.

### El contacto personal siempre funciona mejor

- Al reclutar voluntarios, charle un rato con ellos. Hable con ellos, no les dé discursos.
- Pregunte y ESCUCHE. Intente descubrir su motivación; ¿qué les entusiasma de su proyecto?
- Cuestione sus prejuicios: no piense que ya sabe lo que van a decir, déjeles hablar.
- Quizá quiera contarles por qué se incorporó a la organización como medio de abrir el diálogo.

### Transmita una sensación de urgencia

- “Venda” la actividad: preguntar no basta. Dé razones para hacerse voluntario. ¿En qué pueden ayudar? ¿Por qué es importante la actividad? ¿Qué podría ocurrir si no se hacen voluntarios?
- Desarrolle y PRACTIQUE un mensaje convincente para comunicar la importancia de su trabajo.

### Pida su colaboración con convicción y honestidad

- Muestre confianza y sinceridad sobre lo que pide a la gente.
- Sea concreto, comparta sus objetivos.

### Conozca sus necesidades

- Planee con antelación: sea claro sobre cuánta gente necesita, cuándo y para qué.
- Establezca una escala de prioridades en sus peticiones: limite lo que pide a los voluntarios. Elija una o dos de las actividades más importantes para empezar. No sobrecargue a los voluntarios, ¡especialmente a los nuevos!.



### ¡Detalles, detalles, detalles!

- Apunte el nombre, número de teléfono y dirección de correo electrónico de todos los que accedan a hacerse voluntarios.
- Apúntelos para un turno concreto.
- Asigne tareas según las aptitudes de cada uno.
- Deles una nota detallando a qué se han comprometido y un medio de ponerse en contacto con usted.

### Seguimiento y recordatorios

- Llamada de agradecimiento de la persona que los ha reclutado: cada contacto personal ayuda a forjar una relación de largo plazo.
- Llame al menos dos veces para recordarles la actividad a la que se han comprometido, incluido un día antes de la tarea.

### Regla de la mitad

- Regla de la mitad = número de ausencias en un evento o actividad. ¡El 50% de la gente que confirmó no aparecerá!
- Para compensar la regla de la mitad, debe confirmar el doble del número de personas que desea que vengan.
- Sin llamadas de confirmación, MÁS DEL 50% no vendrán.
- Llame más tarde a los ausentes, averigüe por qué no han venido e intente comprometerlos para otra ocasión. Borre de la lista a los que falten 3 veces seguidas.

sigue a la proxima pagina →

# CONSEJOS PARA EL RECLUTAMIENTO Y RETENCIÓN DE VOLUNTARIOS

←••••• siguiendo de la página anterior

## **Bienvenida, entrenamiento y motivación**

- Salude a los voluntarios en cuanto lleguen a la sede o ubicación de la actividad.
- Deles información frecuente sobre la campaña y repite la importancia de la tarea y de su papel en ella. ¡Recuérdelos que forman parte de algo más grande!
- Proporcione información sobre la tarea concreta que van a realizar. Asegúrese de que tienen ocasión de practicar y hacer preguntas antes de empezar.
- Compruebe qué hacen los voluntarios, ayúdeles y haga comentarios constructivos.
- Sea siempre positivo y tómese tiempo para preguntar y responder a sus preguntas.

## **¡Hágalo divertido!**

- Recompense a sus voluntarios con comida, una camiseta, una chapa o algún otro regalo que reconozca su trabajo.
- Cree una atmósfera relajada para los voluntarios. Deles ocasión de conocerse unos a otros. ¡Las relaciones personales refuerzan el interés de los voluntarios en volver!
- Deje que sean voluntarios. Recuerde: ¡no son miembros del personal!

## **Participe**

- Nunca pida a un voluntario que haga algo que no haría usted mismo: si no es lo bastante bueno para usted, tampoco lo es para ellos.
- No desaparezca tras dar la bienvenida y el entrenamiento; esté disponible. Participe en la actividad de forma visible.
- Trabajan con usted, no para usted. ¡Sin ellos, no puede alcanzar sus objetivos!

## **¡Forje líderes!**

- Sus nuevos voluntarios son, en potencia, miembros, donantes y líderes permanentes de la organización.
- Para descubrir su pasión y conseguir que vuelvan, no olvide el poder de las conversaciones uno a uno.
- ESCUCHAR es la técnica “mágica” para ayudar a despertar el potencial y el poder de liderazgo de su grupo.
- Forje una relación con los voluntarios que quiere conservar. Asegúrese de preguntar qué les interesa y por qué, y ESCUCHE. Según lo que oiga, ofrezca nuevas oportunidades de participación.



Si su organización planea usar su campaña electoral como una oportunidad para apoyar un liderazgo más activo entre sus miembros y voluntarios, use esta hoja de trabajo para:

- 1) Reflexionar sobre las fuerzas de sus principales miembros y líderes voluntarios, así como la capacidad actual de su organización para apoyar el desarrollo de su liderazgo, y
- 2) Identificar lo que su organización necesita para seguir forjando liderazgo en la comunidad.

### **FUERZAS**

Piense en su grupo permanente de miembros y voluntarios: ¿qué habilidades, fuerzas o experiencias tienen que puedan ser clave para alcanzar las metas electorales de su organización?

Nombre..... Habilidades./Fuerzas./Experiencias.....

*Piense en su organización: ¿qué recursos y experiencia se encuentran ya en ella para apoyar a estos líderes en su desarrollo? Haga una lista:*

*EJEMPLO: experiencia en el diseño de talleres de “entrenamiento de entrenadores”, programas de educación política, etc.*

### **DESAFÍOS Y NECESIDADES**

Haga una lista de los desafíos y necesidades que prevé para alcanzar sus metas de desarrollo de liderazgo.

EJEMPLO: Ésta es una campaña muy larga; ¿cómo puedo mantener motivada a la gente?

# PLANIFICACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL LIDERAZGO

## PRIMEROS PASOS

↑ siguiendo de la página anterior

### **FUERZAS**

Piense en su grupo permanente de miembros y voluntarios: ¿qué habilidades, fuerzas o experiencias tienen que puedan ser clave para alcanzar las metas electorales de su organización?

*Piense en su organización: ¿qué recursos y experiencia se encuentran ya en ella para apoyar a estos líderes en su desarrollo? Haga una lista:*

Nombre..... Habilidades/Fuerzas/Experiencias.....

### **DESAFÍOS Y NECESIDADES**

Haga una lista de los desafíos y necesidades que prevé para alcanzar sus metas de desarrollo de liderazgo.

# CONSEJOS PARA DOCUMENTAR Y ASEGURAR SEGUIMIENTO DE SU CAMPAÑA

La documentación no es un fin en sí mismo. La documentación de su campaña a la largo de su implementación es un paso más hacia el cumplimiento de sus metas de campaña y de sus metas organizativas a largo plazo.

En concreto, el seguimiento de sus actividades electorales puede:

- Mejorar sus posibilidades de movilizar a la gente para que vote de verdad el día de las elecciones;
- Abrir las puertas para la expansión del número general de miembros o de la base de voluntarios para su trabajo diario *después* de las elecciones;
- Dar más visibilidad a su trabajo, ya que podrá describir lo que ha hecho y el impacto que ha tenido;
- Crear oportunidades para compartir recursos y forjar alianzas con otras organizaciones.

En las páginas siguientes hay 2 ejemplos de herramientas de seguimiento que pueden serle útiles en sus esfuerzos por aumentar el número de votantes, expandir el número de miembros de su organización y documentar su impacto. Esta tabla describe cuándo y por qué debe usar esas herramientas:

HERRAMIENTA	PROPÓSITO	CUÁNDO USARLA
Registro de contactos con votantes registrados	Proporciona un documento centralizado para: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apuntar los votantes que desea CONTACTAR para futuras actividades de campaña y para el trabajo diario de su organización, más allá de las elecciones.</li> <li>• Registrar los múltiples contactos que puede tener con el mismo votante en el curso de la campaña.</li> <li>• Recopilar la información necesaria para averiguar, tras las elecciones, quién votó en realidad.</li> </ul>	Durante la campaña: MIENTRAS realiza actividades de alcance con objetivos definidos
Hoja de seguimiento de resumen de actividades	Permite documentar lo siguiente: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Total y tipos de eventos y actividades organizados.</li> <li>• Resultados numéricos de cada actividad.</li> <li>• Número de horas de voluntariado dedicadas a la campaña.</li> </ul> Puede usar todas estas cifras para evaluar su campaña y dar más visibilidad al trabajo de su organización.	Durante la campaña: INMEDIATAMENTE DESPUÉS de una actividad o un evento de la campaña.

## Otros materiales de la campaña que puede convenirle recopilar y guardar:

- Copias de los **formularios de inscripción de votantes completados**: para saber a quién inscribió y contactarlos más adelante para actividades de educación de votantes o esfuerzos de movilización; o bien para averiguar si las personas que inscribió votaron realmente el día de las elecciones.
- Si las usa, **hojas de inscripción de sus eventos y actividades**: los eventos de la campaña pueden ser la primera ocasión en que algunas personas entren en contacto con su organización. Las hojas de inscripción, con su información de contacto, le permiten dirigirse a esas personas para el trabajo diario de su organización.
- La **información de contacto de todos los periodistas** que asistieron a los eventos o actividades o los cubrieron profesionalmente: así, cuando quiera dirigirse a los medios de comunicación en el futuro, podrá empezar por personas que ya han tenido algún tipo de contacto con su trabajo.
- **Todo el material que haya usado en la campaña**: guiones de llamadas telefónicas, folletos educativos o de alcance comunitario, notas de prensa, guías de educación, etc. Son un buen recordatorio de todo lo que hizo. Además, si piensa realizar otras campañas o ayudar a otra organización en una campaña que esté planeando, tendrá material tangible para trabajar, adaptarlo y compartirlo. ¡Así no tendrá que volver a inventar la rueda cada vez!
- **Copias de todos los artículos de periódicos o de cualquier otra publicación** que hablen de su organización y de su campaña para movilizar a los votantes inmigrantes. Si aparece en radio o televisión, procure grabar el programa. Este material puede serle útil para recaudar fondos o en otros esfuerzos de comunicación.



# HOJA DE SEGUIMIENTO DE RESUMEN DE ACTIVIDADES

FECHA	DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA DE ACTIVIDAD/EVENTO <i>(Por ejemplo, mesa de inscripción en supermercados, banca telefónica, foro comunitario, conferencia de prensa)</i>	TIPO DE ACTIVIDAD ✓ <i>toda la que aplique</i>	NÚMERO Y TIPO DE CONTACTOS <i>(Llena solo aquellos blancos relacionados a tu actividad o evento)</i>	HORAS VOLUNTARIAS	NOTAS
			<b>Banca telefónica:</b> # de llamadas..... # de contactos. <b>Puertas tocadas:</b> # de puertas..... # de contact. <b>Literatura:</b> # entregada..... #enviada por correo <b>Actividad/Evento:</b> # de participantes <b>Incripciones:</b> # de personas inscritas <b>Otras</b>	#Voluntarios. X Horas.activas Total de Horas Voluntarias	
			<b>Banca telefónica:</b> # de llamadas..... # de contactos. <b>Puertas tocadas:</b> # de puertas..... # de contactos. <b>Literatura:</b> # entregada..... #enviada por correo <b>Actividad/Evento:</b> # de participantes <b>Incripciones:</b> # de personas inscritas <b>Otras</b>	#Voluntarios. X Horas.activas Total de Horas Voluntarias	
			<b>Banca telefónica:</b> # de llamadas..... # de contactos. <b>Puertas tocadas:</b> # de puertas..... # de contactos. <b>Literatura:</b> # entregada..... #enviada por correo <b>Actividad/Evento:</b> # de participantes <b>Incripciones:</b> # de personas inscritas <b>Otras</b>	#Voluntarios. X Horas.activas Total de Horas Voluntarias	

# APROVECHAMIENTO DE SU EXPERIENCIA EN CAMPAÑAS: PREGUNTAS DE REFLEXIÓN Y EVALUACIÓN

Una cualidad importante de la *estrategia electoral para fortalecer el movimiento* es que las lecciones y el trabajo no desaparecen al día siguiente de las elecciones. A continuación encontrará una serie de preguntas que el personal, los líderes, los miembros y los voluntarios de su organización pueden considerar y tomar como base para una discusión colectiva en el que evaluar y aprender de su campaña electoral, de modo que las lecciones aprendidas les ayuden a informar y fortalecer su trabajo organizativo diario.

- 1 ¿A cuántas personas (en total) alcanzamos con nuestra campaña?
- 2 En nuestras actividades electorales (inscripción, educación, movilización), ¿cuáles fueron nuestros éxitos más significativos? ¿Y los principales desafíos?
- 3 En nuestro trabajo de desarrollo del liderazgo y metas organizativas, ¿cuáles fueron los éxitos más significativos? ¿Y los principales desafíos?
- 4 En nuestro trabajo para cubrir nuestras metas de desarrollo organizativo, ¿cuáles fueron nuestros éxitos más significativos? ¿Y los principales desafíos?

- 1 ¿Cuál es el significado de este momento político para las comunidades de inmigrantes?
- 2 Los resultados de las elecciones ¿dicen algo sobre nuestro trabajo a largo plazo? ¿Qué?
- 3 ¿Cómo de eficaz fue para nuestra organización participar en trabajo electoral? ¿Tenemos la impresión de haber causado impacto?

- 1 Teniendo en cuenta nuestra experiencia, ¿qué lecciones aplicaremos a nuestro trabajo diario en el futuro?
- 2 ¿Cuáles son las destrezas, herramientas o prácticas que ganamos o reforzamos durante nuestros esfuerzos electorales y que podemos seguir usando para apoyar el trabajo diario de nuestra organización?
- 3 ¿Qué alianzas o contactos desarrollamos durante esta campaña que queramos seguir reforzando o alimentando en el trabajo diario de nuestra organización?
- 4 ¿Volveremos a participar en trabajo electoral? ¿Por qué o por qué no?
- 5 Si volvemos a tomar parte en trabajo electoral, ¿qué prácticas de esta campaña conservaríamos y cuáles cambiaríamos?





1 中文



在選舉運動中，指出你的機構如何可在不只在一次選舉中增加移民社群之參與，同時又建立和加強社區的力量，比較使用傳統和建立運動的方法 影響長期的改變。

## 傳統方法

## 建立運動的方法

在選舉日之後，運動亦告結束。

選舉被認為屬改變我們社區長期策略的一部份。

運動的計劃，很多時候動員選民的方式是由上至下的登記。

採取多種不同的策略，按不同社區予以量製和實施。

集中於可能會投票的選民。

選舉被認為屬改變我們社區長期策略的一部份。

採取多種不同的策略，按不同社區予以量製和實施。

集中於聯絡多少人的數目，而不是聯絡之深度或質素

運動的對象是不可能，和代表不足之選民，讓每個人均有機會參與，包括那些不符合投票資格者

集中於加強組織和社區：

- 建立新的聯盟和合作
- 擴大能力和經驗
- 建立更強的社區領導和義工之基礎
- 加強能見度

成功或失敗，要看選舉的結果

不論選舉結果，建立關係和使社區更具活力

# 非牟利團體參與選舉工作的準則

對501(c)(3)非牟利機構在選舉時可以合法做什麼活動，存有很多混亂的情況。很多機構發現他們其實所做的活動，超出法律准許的範圍很多。但是，為保障你的非牟利機構免稅身份，明白限制和清楚向職員及義工說明參與選舉活動之限制，是十分重要的。

以下是聯邦法例准予和禁止非牟利機構可做的活動之一般準則。但是這些僅屬準則，並非法律諮詢。可參看資料包Alliance of Justice提供的額外準則，詳情可瀏覽他們的網頁：[www.afj.org/nonprofit](http://www.afj.org/nonprofit)。

注意：

1. 以下有些活動被認為屬「遊說」行為，那是非牟利機構可以做的，但必須在聯邦和州訂遊說法例的限制範圍內。有關遊說限制詳情，請聯絡Alliance for Justice（網址見上）。
2. 你機構資助那方，可能設有他們限制選舉活動的準則。你應確保你的補助準則，如有任何問題，請向資助方查詢。

**停止！** 非牟利團體不能從事以下活動：

- 支持候選人
- 捐款給候選人
- 使用組織的資源（電話、職員時間）來支持及為候選人工作
- 免費或以低於市場價值，為候選人提供通訊的名單
- 在候選人進行競選運動期間，要求他們在獲選後需要或不要進行某一項事情。這可能被認為是對該候選人的支持。

**放緩！** 須小心參與這些特別活動。

- 你的組織可以對一些社區事件進行公眾的教育，但該活動不能使人看來感到你是在支持某一候選人。
- 你的組織可以提供與候選人有關的資料，但必須包括所有候選人的資料，及不能使人看來感到你偏愛某一候選人。
- 如果你的組織決定提供與一名候選人相連的資訊時，也必須在該項的競選裡為所有候選人提供相連的資訊。
- 你的組織可以製造一些評分卡，但不能示意該候選人是“好”或“壞”，也不可以提供評論建議支持某個候選人。評分卡只列出越多候選人對某些議題的投票歷史事實越好。
- 你的機構可以舉行一個候選人論壇，但你必須確保有邀請所有的候選人和確保有超過一人出席。此外，你必須確保規則對所有人均屬公平，而且聽眾也不是「堆砌」出來的一一意指你知道聽眾沒有偏向某名候選人。

**前進！** 前進！非牟利機構可以從事下列活動，只要你的機構沒有支持或連繫任何政黨或候選人即可：

- 對提案採取立場（建議投贊成或反對票）。但是，這被認為屬遊說。參看上述。
- 選民登記
- 拿出選票來（GOTV）活動提高選民的參與。
- 主持一個候選人論壇。必須邀請所有候選人出席，要公平對待所有候選人，也不能找一些只支持某一候選人的觀眾。
- 使用傳媒教育公眾對某些事件的認識，包括向編輯發信，在報紙的意見欄發表意見等。有些此類的活動被認為屬遊說，參看上述。
- 進行直接的教育活動，挨戶探訪或電話聯絡。

組織可以記得的核心選舉策略—REM：

R

## REGISTRATION (登記)

向社區成員外展，確保符合資格者登記選舉，使他們在選舉日能投票。

什麼時候做？任何時候！但在選舉的季節中，如他們想在該次選舉中投票，他們必須在某個截止日期之前登記。在加州，截止日期是選舉前的十五天。

E

## EDUCATION (教育)

可以做很多不同的事情，包括：

- 說明投票程序，和人們的投票權利；
- 參與投票權利歷史，以及討論和分析選舉在社會改變中之角色，使明白選舉的意義和他們日常生活議題對社區的影響；
- 提供資料，工具，和空間，分析某些涉及利益和未來選舉之議題，使選民能做出知情的選擇。

什麼時候做？此類教育在選舉前兩個月開始最合時宜，但有關教育投票權利之歷史以及選舉之角色，則可以在任何時候推行。

M

## MOBILIZATION (動員)

用電話、敲門、或其他一對一的聯絡，提醒社區的選民記得在選舉日當天前往投票。亦稱為「拿出選票來」。亦稱為「拿出選票來」。

什麼時候做？在選舉前最後四天。

為確保上述的核心選舉活動能同時加強組織和社區在選舉以外的持續工作，組織應該考慮結合和按照以下的REM活動：

### 招募義工

鼓勵更多社區人士參與，幫助你的組織實施具體的選舉活動。

### 領導發展

訓練和支持義工，更持續地和一貫地領導選舉和組織的其他工作。

### 能見度: 行動和傳媒

廣泛地分享你的選民登記、教育、與動員之信意，增加人們對你組織持續工作和作為社區重要資源之認識。

### 合作和建立聯盟

與其他組織建立聯盟，利用大家的長處，結合能力和資源，以及擴大外展。

# NOTES • NOTAS • 筆記

# 建立運動之選舉策略如何動員選民投票和有利你的機構

改寫自The Western States Center資料

活動	什麼工作可以爭取更多的選民	什麼工作促進你的組織力量
登記	<ul style="list-style-type: none"><li>· 選民需要資訊。對首次投票的選民來說，清楚了解投票過程是一個重要的步驟。</li><li>· 以區內選民所採用的語言提供簡易明白的資料，介紹選票上的事件，能協助減少選舉過程中所遇到的障礙</li><li>· 作為可信任的來源，你的組織能協助把選舉的事件和人們每日的生活拉上關係。人們如果認識到投票對他們的影響，他們投票的機會便更高！</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>· 建立能見度及關係：提供有質素的教育機會及資料，協助你的組織和社區建之間建立良好關係。</li><li>· 你也能找到一些可以在其他運動及活動中與你的選民合作或協助你的選民。</li><li>· 選民教育活動為義工提供良好機會，透過協助組織活動及發表資料，增進義工的領袖才能</li></ul>
教育	<ul style="list-style-type: none"><li>· 選民需要提醒！GOTV.活動能增加選民投票。</li><li>· 選民對他們所認識或信任的訊息作出回應的機會較高。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>· 建立力量促使更多人投票表示出你的組織在選舉圈內外的力量。</li><li>· 每一次接觸選民進行選舉工作時，你也可以向他們提供一些關於你的組織的資料 - 透過接觸建立關係！</li></ul>
動員－ 拿出選票來 (GOTV)!	<ul style="list-style-type: none"><li>· 義工也能成為選民。</li><li>· 義工的親友也可能成為選民。</li><li>· 透過參加登記及動員活動，義工協助接觸更多的選民。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>· 參加選舉活動的義工在選舉過後仍可以繼續留下來，參與你的組織活動</li><li>· 獲得受訓及忠心義工的協助，你的組織可以更廣泛地從事工作項目和更有效地運用組織的資源。</li></ul>

續下頁

# 建立運動之選舉策略如何動員選民投票和有利你的機構

活動	什麼工作可以爭取更多的選民	什麼工作促進你的組織力量
招募義工	<ul style="list-style-type: none"><li>· 義工也能成為選民。</li><li>· 義工的親友也可能成為選民。</li><li>· 透過參加登記及動員活動，義工協助接觸更多的選民。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>· 參加選舉活動的義工在選舉過後仍可以繼續留下來，參與你的組織活動</li><li>· 獲得受訓及忠心義工的協助，你的組織可以更廣泛地從事工作項目和更有效地運用組織的資源。</li></ul>
發展領袖才能	<ul style="list-style-type: none"><li>· 訓練義工在特定的選民動員任務中擔任領導的角色，提升你的組織力量，讓你能接觸到更多選民，減輕職員的負擔。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>· 有領導才能的義工可以繼續成為你的組織之義工，承擔額外的責任，支持你的社區工作。</li></ul>
能見度：行動及傳媒	<ul style="list-style-type: none"><li>· 透過公眾行動或傳媒的報導，可以把某一事件或投票的重要訊息廣泛散播提高公眾的注視力。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>· 公眾行動及傳媒的報導廣泛地向公眾宣傳你的組織之名字及使命。</li><li>· 也有可能協助籌款活動！</li></ul>
促成合作建立聯盟	<ul style="list-style-type: none"><li>· 與其他組織合作使你能接觸到更多的選民。其他組織可能有你需要的技能或資源。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>· 與合作機構的關係增加我們整體的力量，為我們的社區創造轉機。我們獨力難支！</li></ul>

續上頁



此工作紙將幫助你制定一個計劃，包括：

- 1 你的機構可以做些什麼，登記、教育、和動員移民選民；和
  - 2 你如何可以在過程中強化你的機構。
- 請用此工作紙來集思廣益，徵求意見，澄清你們推動之工作的結果 / 成果，和具體地訂明什麼時候參與活動和由什麼人負責等。

主要選舉運動	什麼、那裡及何時？	誰人負責	可量度的結果
<p><b>登記</b> (越早越好 → 在選舉之前15天) 你如何能在你的社區裡登記新選民？</p>	<p>例：職員及義工在所有預期的社區外展及教育活動中登記新選民</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 登記100名新選民及把他們的名字加入我們的機構聯絡名單上</li> </ul>
<p><b>教育</b> (九月 → 選舉日) 你如何教育你的社區認識他們的選票的重要、投票的過程和在選票上的提案？</p>	<p>例：向社區人士派發.MIV.運動掌心咭及移民選民指南，並組織選民教育講座</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 派發500張掌心咭.</li> <li>• 派發500份移民選民指南</li> <li>• 教育100名社區人士了解投票的過程及今次選舉的議程</li> </ul>
<p><b>動員</b> (選舉日前一個星期，特別是最後四天) 拿出選票來 (GOTV) ! 在選舉日接近的時候，你如何提醒你的社區前去投票？</p>	<p>例：在選舉日的前一天及選舉當日，職員及義工致電提醒名單上的會員、工作對象及新登記選民前往投票。</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• 聯絡150名選民並提醒他們前往投票</li> </ul>

## 主要選舉運動

**招募義工及發展領袖才能**  
你如何引用你的選舉工作招募及訓練新義工、會員、或社區領袖，促使他們參與你機構的活動？

## 什麼、那裡及何時？

例：招募及訓練義工協助選民登記工作，舉行選民教育講座，及GOTV電話聯絡。

## 誰人負責

## 可量度的結果

- 招募5名新義工
- 訓練10名義工從事選舉工作

## 你的組織獲得的注視力

你如何透過選舉工作提升你的組織的知名度？

例：聯絡本地及族裔傳媒，宣傳選民教育講座和移民選票的重要。

- 本地報的新聞報導

## 促成合作及建立聯盟

你如何建立並加強與區內其他組織的關係？

例：與其他兩間社區機構合作組織舉行選民教育講座。

- 加深與區內兩間機構的關係

## 檢討及慶祝

不要忘記把你所接觸到的人數記錄下來，並在選舉過後與義工歡慶成果！

一個詳細的工作計劃，可以是一個十分有用工具，幫助你機構聚焦和引導選舉活動。但是，沒有一個計劃能適用於任何機構。要設定一個有限的計劃，必須根據你機構的實際能力和社區情況而定。此外，你的計劃必須以機構之目標為基礎，推動符合你機構宗旨核心的議題。

此集思廣益的工作紙，可以釐清你機構選舉運動的目標，這是第一個良好的步驟。應向所有將會參加運動的同仁機構徵求意見。這些工作紙的問題和例子，可以幫助觸發討論的火花。

## 1. 今年你組織運動工作中的選舉目標是甚麼？

例如：

- 登記(人數)新選民
- \* 教育及動員(人數)移民選民，居住在(x)鄰舍參與2004年11月的大選
- 倡議通過或擊敗本區或加州那些特別影響低收入移民的創制案

你的目標：

## 2. 今年你的運動工作中有那些領袖的發展計劃，組織方式或發動運動的目標？

例如：

- 招募及訓練(人數)新義工或會員積極參與運動工作
- 加強現時會員的技巧及能力在運動工作中負起領導的角色
- 為職員及會員作深入的政治分析，明白組織工作及廣大移民權益運動之間的關係

你的目標：

## 3. 你今年的運動工作中有那些組織發展的目標？

例如：

- 在動員移民投票運動中，通過傳媒或其他公關來增加組織的知名度
- 成立 / 加強與其他組織的關係，這些組織是多元種族及在不同地區的社區
- 加強內部的能力，將領袖發展訓練 / 組織 / 公民參與運動加入我們持續的組織工作內

你的目標：

### 誰的責任

### 時程 開始及 完結期

### 結果 你期望那些實質的結果呢？你怎 樣量度你達到目的呢？

### 主要的活動 你怎樣達到你的目的？列出明確 的活動。

### 目的 你的可量度運動目的是 什麼

組織者

六月至十月：登記  
新選民

八月尾：鑑定選區

八月至十月：組織  
以社區為基礎的選  
民教育論壇

勞工節周末至選舉  
日：動員

十月最後一個周  
末：最後衝刺！選  
舉日出去投票

- 選舉結果是選區比上次的選區  
或可作其他比較的選區高出  
15%

- 在指定的選區內目標問題獲得  
通過 / 擊敗

- 通過集體打電話及選區逐戶探  
訪活動聯絡 1000 名選民

- 組織會在運動期間再次聯繫  
200 位新登記選民

- 書面記錄選民教育論壇評估，  
顯示參加者得到更好的準備及  
在選舉日有更大投票的動機

- 鑑定 5 個主要鄰近選區

- 在暑期期間或以後為登記選民編  
訂活動（找來公園節日、街會、  
遊行之日曆）及擺設登記選民桌  
子

- 與聯盟伙伴舉辦一個鄰舍投票教  
育論壇，最少要有 100 名移民選民  
參與

- 組織動員選區逐戶探訪，集體打  
電話及提高知名度

### 選舉目的

在移民選區增加選民投票  
以展示移民投票的力量

### 目的

你的可量度運動目的是什麼

### 主要的活動

你怎樣達到你的目的？列出明確的活動。

### 結果

你期望那些實質的結果呢？你怎樣量度你達到目的的呢？

### 時程

開始及完結期

### 誰的責任

#### 組織，領袖發展及建立運動的目的：

- 增加職員及會員的政治分析能力及技巧
- 增加組織基層的積極領袖，會員及義工

招募五名會員與組織者緊密合作，做下列與運動有關的活動：

- 組織一項領袖發展計劃，集中於會員的選舉政治問題分析，有社區領袖參與計劃及主持。最後的產品：運動談論的要點。
- 訓練十名會員成為選區隊長。
- 訓練會員 / 義工來集體打電話。
- 指定兩位主要會員負責訂定時間表及招募義工協助外展及選民登記。
- 指定一位主要會員代表組織出席聯盟會議，匯報及幫助周末的動員工作。
- 鑑定可協助聯繫及主持兩星期一次的會議人選。

- 運動活動（教育論壇、動員、選區逐戶探訪）的結果，三十名新義工登入資料庫

- 從運動中取得正面的經驗，五名會員決定在組織內負起更大的責任

- 從領袖由訓練發展訓練結果，編作出運動用的談論要點，使現行的選舉問題聯繫起組織內長期的工作及移民權益運動

五月至九月：組織會員及進行訓練

八月至選舉日：訓練與選區隊長共事

八月至十月：組織教育論壇

長期性：參與聯盟會議

義工聯繫人  
社區領袖  
組織者

↑ 續上頁

### 目的

你的可量度運動目的是什麼

組織發展目的：

- 在市內與其他組織建立更強的同盟
- 建立職員及整體組織的能力，以便組織能納入運動及選舉作為長期的工作
- 增加組織及工作的知名度

### 主要的活動

你怎樣達到你的目的？列出明確的活動。

- 參與運動會議及加入其他聯盟組織的集體打電話及選區逐戶探訪
- 記錄每兩星期與會員開會的活動及課題
- 製作出席及追蹤表格，在集體打電話及選區逐戶探訪時用
- 發展一個資料庫，包括會員，新登記選民，從動員中及選區的目標選民（包括缺席投票人）接觸過的人
- 與其他聯盟組織參與運動傳媒倡議活動
- 邀請會員及盟友來選舉後的評估聚會

### 結果

你期望那些實質的結果呢？你怎樣量度你達到目的呢？

- 組織會與市內最少五個其他組織建立關係及結成聯盟
- 組織會有選舉的工具可以在下次選舉或長期招募的努力上再用或改善。所學會寫成報告交董事、職員及社區人士閱覽
- 組織會有一個資料庫，內容是鄰近選民經組織的聯繫，包括新登記選民。資料庫會用於將來的活動，例如社區會議、遊行、驚覺性行動等
- 三份印製的文章，有關移民投票的力量，說明組織參與運動：一供主流報刊報導，兩份少數民族報刊報導
- 與職員，會員，同盟作選舉後評估，顯示整體的成功：增加組織的技巧，繼續支持運動及領袖發展的工作，與聯盟加強關係等

### 時程

開始及完結期

- 長期性：參與聯盟的會議
- 六月至八月：製作個人資料表格及跟進表格及聯絡資料庫
- 九月至選舉日：傳媒倡議活動
- 選舉後：選舉後的評估

### 誰的責任

組織者  
義工聯繫人  
社區領袖

# NOTES • NOTAS • 筆記



誰的責任

時程  
開始及  
完結期

結果  
你期望那些實質的結果呢？你怎  
樣量度你達到目的呢？

主要的活動  
你怎樣達到你的目的？列出明確  
的活動。

目的  
你的可量度運動目的是  
什麼

選舉目的

**目的**

你的可量度運動目的是什麼

**主要的活動**

你怎樣達到你的目的？列出明確的活動。

**結果**

你期望那些實質的結果呢？你怎樣量度你達到目的的呢？

**時程**

開始及完結期

**誰的責任**

組織，領袖發展及建立運動的目的：

← 續上頁

**目的**

你的可量度運動目的是什麼

**主要的活動**

你怎樣達到你的目的？列出明確的活動。

**結果**

你期望那些實質的結果呢？你怎樣量度你達到目的的呢？

**時程**

開始及完結期

**誰的責任**

組織發展目的：

# NOTES • NOTAS • 筆記

此工作表的作用：

- 1) 幫助你評估你的義工推行運動 / 選舉有關活動之需要，和
- 2) 向運動團隊成員分配工作

運動的活動	義工的指定任務	需要義工的人數	從那裡及怎樣招募義工	截止日期	義工需要的其他資源
<p>例：為GOTV組織一個星期日的電話聯絡活動</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 協助招募十五至十五名打電話的義工（只有十條電話線）</li> <li>- 協助設立打電話聯絡的工作，包括訓練其他義工</li> <li>- 打電話</li> </ul>	<p>總人數：11</p> <p>1 - 協助設立電話聯絡的工作和訓練工作</p> <p>10 - 打電話</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 將舉行的社區會議關於：房屋提案</li> <li>- 在星期三舉行聯盟會議</li> <li>- 致電通知那些曾經表示有興趣該提案的會員</li> <li>- 電話接觸以前的義工</li> </ul>	<p>十月第一個星期</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 托兒</li> <li>- 食物</li> <li>- 講稿</li> <li>- 統計表</li> <li>- 運動資料</li> <li>- 訓練資料</li> </ul>

# 義工計劃工作表

◀ 續上頁

此工作表的作用：

- 1) 幫助你評估你的義工推行運動 / 選舉有關活動之需要，和
- 2) 向運動團隊成員分配工作

運動的活動	義工的指定任務	需要義工的人數	從那裡及怎樣招募義工	截止日期	義工需要的其他資源

# 招募和保留義工的提示

改寫自 Western States Center and Californians for Justice 之學習

## 招募義工

### 認識你的聽眾

- 什麼因素促使他們有參與的動機？
- 考慮與現時的義工交談，協助找出最佳的招募訊息接觸新義工。

### 個人接觸最為有效的！

- 當招募義工時，進行溝通。與他人交談而非以說教的方式告訴他人。
- 提出問題並進行聆聽！盡量發掘他們的個人興趣 - 你的計劃有那些地方吸引他們？
- 對你的假設置疑 - 不要假設你知道他人的想法 - 讓他們有發言的空間
- 考慮分享你參與的原因作為展開對話的方法

### 表達情況的緊急

- 使人相信活動的重要 - 要求是不足夠的。指出各人應該做義工的理由；他們可以協助什麼工作？為何該活動是重要的？如果他們不協助的話將會發生什麼事情？
- 發展及實習一個強而有力的調子，帶出訊息說明你的工作之重要！

### 作出強而有力及清晰的呼籲

- 要有信心，誠懇地講出你要求人們去做的是什麼
- 須明確，分享你的目標

### 知道你的需要

- 早作計劃 - 要知道你需要多少人、在何時需要，和需要他們做什麼。
- 把你的要求按優先次序提出 - 限制你要求義工做的事情，開始的時候選擇一或兩項最重要的活動請他們協助。不要過份消耗義工的精力 - 特別在他們剛開始的時候！



## 確保義工出現！

### 詳細，詳細，詳細！

- 記錄每一位同意協助的義工姓名、電話號碼、和電郵地址
- 請他們簽名同意在某一指定的時間義務協助
- 適當運用他們的技能，配合適當的任務
- 在備忘的便條上詳細列出他們承諾的工作及與你聯絡的方法

### 跟進及提醒

- 致電多謝招募他們的人——透過一對一的個人接觸與每一位成員建立更強的關係
- 最少兩次，包括在活動舉行的前一日，致電提醒他們安排協助的活動

### 半數的守則

- 碎片的比率 = 沒有出席活動的人數
- 50%答應出席的人沒有出現
- 要打破這碎片的比率，你必須按你期望的出席人數作指標，獲得雙倍的人數答應出席
- 沒有電話跟進確保出席 - 將會超過.50%的缺席碎片
- 跟進致電沒有出席的人，了解缺席的原因並重新安排他們下次協助的時間。把經過三次的安排仍不出席的義工資料從名單上除去。

續下頁 →

# 招募和保留義工的提示

← 續上頁

## 訓練及支持

### 準備你的義工走向成功的道路

#### 歡迎、訓練及推動！

- 在義工抵達活動、辦事處或會場的一刻便歡迎他們。
- 經常讓義工知道運動的最新發展並覆述該任務及他們的角色之重要。提醒他們是整個運動的一份子！
- 按他們將參與的指定活動提供訓練，確保他們在開始工作之前有機會實習及提出問題。
- 監察工作的進行並為義工提供支援和指引。
- 保持積極的態度並抽時間提出及回答問題。

#### 使活動歡樂有趣！

- 以食物、恤衫、襟前鈕扣或其他方式回謝義工的協助
- 為你的義工創造一個輕鬆的環境，讓他們有機會互相認識。人際關係能加強人們的承諾，促使他們再回來協助！
- 讓他們成為義工- 記著，他們不是職員！

#### 參與

- 不要要求義工做一些連你自己也不願意做的事情 - 如果你自己不願意做的工作，那麼義工們也不願意去做！
- 不要在表示歡迎及訓練後便消失，要抽出時間，讓義工們看到你也投入參與。
- 他們是與你一起工作，不是為你工作。沒有他們，你是不能成功的！

#### 發展領袖！

- 新義工是可能會成為會員、捐款人、及領袖，為你機構的恆常工作提供協助！
- 發現並保持他們的熱誠，促使他們再次回來協助，不要忘記一對一溝通的力量！
- 聆聽是“魔術”般的方法協助套取團隊的領袖力量和潛質。
- 與你希望保留的義工建立關係。查詢他們的興趣及原因，並認真聆聽。按照你所聽到的，提供新的參與機會。





- 如你的機構計劃利用選舉運動作為支援你們義工 / 會員發展更活躍領導才能之機會，請用此工作紙來：
1. 反映你們核心會員和義工領導之力量，和你的機構目前能支持他們領導才能發展之能力；和
  2. 找出你機構需要什么來建立社區領導力。

## 資產

以你的核心組員為對象，組織達成選舉運動的目標？

他們有什麼技巧、專長和經驗，協助你的組

以你的組織為對象 – 想一下你的組織現時擁有什么資源和經驗，可以用來支持這些領袖的發展？請列明。  
例：擁有發展”培育訓練員”講座，政治教育課程等經驗

姓名.....

技巧 / 經驗 / 專長.....

## 挑戰與需要

進行思索，列舉在達成發展領袖才能目標的過程中，預期的挑戰及需要。  
例：這是一個時間頗長的運動，我如何能持久地動員各個成員？

- 如你的機構計劃利用選舉運動作為支援你們義工 / 會員發展更活躍領導才能之機會，請用此工作紙來：
1. 反映你們核心會員和義工領導之力量，和你的機構目前能支持他們領導才能發展之能力；和
  2. 找出你機構需要什麼來建立社區領導力。

## 資產

以你的核心組員為對象，他們有什麼技巧、專長和經驗，協助你的組織達成選舉運動的目標？

姓名.....

技巧 / 經驗 / 專長.....

以你的組織為對象 - 想一下你的組織現時擁有什麼資源和經驗，可以用來支持這些領袖的發展？請列明。

## 挑戰與需要

進行思索，列舉在達成發展領袖才能目標的過程中，預期的挑戰及需要。

紀錄本身不是目的！在推行運動時周全地做紀錄是一個達到你的運動和機構長期目標之實際方法。

具體言之，跟蹤你的選舉活動可以：

- 改善你動員在選舉日人們事實有投票之機會；
- 為你們的持續工作在選舉後打開擴大會員或義工之大門；
- 增加你的工作之知名度，因為你們能清晰地宣傳你們的工作和影響；
- 創造與其他機構分享資源和建立聯盟的機會。

以下是兩個追蹤工具的樣本，可以用來增加選民之出動，擴大你們的會員基礎，和紀錄你們的影響。此表簡述為什麼和在什麼時候使用這些工具：

工具	目的	什麼時候使用？
已登記之選民的聯絡紀錄	提供一個集中點： <ul style="list-style-type: none"><li>• 列出在選舉之後，在未來運動和你們機構持續工作想聯絡之選民名單</li><li>• 跟蹤在運動過程中你們和同一個選民聯絡的紀錄</li><li>• 收集你想在選舉之後找出的資料，什麼人有真正的投票等。</li></ul>	在推行運動的整個過程內：在你執行目標外展活動的時候
活動摘要跟蹤紙	跟蹤： <ul style="list-style-type: none"><li>• 舉行的活動次數和類型</li><li>• 每個活動之成果數字</li><li>• 參與運動之義工時間</li><li>• 所有這些數字均可用於評估你的運動和加強你的機構工作知名度</li></ul>	在推行運動的整個過程內：在運動結束之後即做

其他你或者想收集或保留的運動材料：

- 已填妥之選民登記表的副本——讓你知道你登記了什麼人，和在未來舉行選民教育或動員工作時可作跟蹤；或，找出你登記的選民在選舉日是否有選舉。
- 如你有使用，舉行活動之簽到表——你們舉行的活動，可能是人們第一次參與你們機構的活動。包括他們聯絡資料的簽到表，可以讓你們以後聯絡他們宣傳你們機構的工作。
- 所有傳媒之聯絡資料，出席或採訪活動之記者——這樣當未來你想聯絡他們時，你可以先聯絡那些已經曾對你們工作有認識的人士。
- 任何你在運動中使用的材料——例如電話聯絡對白本、教育或外展傳單、新聞稿、訓練指南等。這些是提醒你們曾做過什麼工作的好材料。此外，以後如你們想推行其他運動或幫助另一個機構推行運動，你可以有材料在手供參考、改寫、和分享。你無須每次都重新做一切東西！
- 所有有關你們機構和動員移民選民之報章報導。如電台或電視有報導，嘗試錄一份副本。這些材料對你們籌款或其他宣傳工作均會有用。



日期	特別活動的描述 (例如, 在雜貨店前置桌子宣傳, 集體打電話, 社區論壇, 記者會)	活動種類 ✓ 所有適用者	聯絡數目及類別 (只填寫與你活動有關的空位)	義工 小時	附註
		登記 教育 動員	集體打電話: 致電次數 聯絡次數 逐戶敲門: 敲戶次數 聯絡次數 宣傳文字: 派發份數 郵寄份數 行動/活動: 參與人數 登記: 登記投票人數 其他:	義工人數 x 活動時數 = 義工總時數	
		登記 教育 動員	集體打電話: 致電次數 聯絡次數 逐戶敲門: 敲戶次數 聯絡次數 宣傳文字: 派發份數 郵寄份數 行動/活動: 參與人數 登記: 登記投票人數 其他:	義工人數 x 活動時數 = 義工總時數	
		登記 教育 動員	集體打電話: 致電次數 聯絡次數 逐戶敲門: 敲戶次數 聯絡次數 宣傳文字: 派發份數 郵寄份數 行動/活動: 參與人數 登記: 登記投票人數 其他:	義工人數 x 活動時數 = 義工總時數	

# 培養你的運動經驗: 反思和檢討問題

選舉活動一個重要質素是建設運動，是在選舉之後，學習和工作動力尚未消失前。你們組織的職員、領導、和義工可以考慮以下的問題，並可用作集體討論，檢討你們的選舉運動和檢討從中學習到些什麼，從而可從教訓之中增加宣傳和加強你們持續的工作。

## 運動教訓和成就

1. 在此次運動之中我們外展的人數合共有多少人？
2. 在選舉活動中（登記、教育、動員），我們最大的成功是什麼？最大的挑戰又是什麼？
3. 在我們發展領導 / 組織目標的工作中，我們最大的成功是什麼？最大的挑戰又是什麼？
4. 在我們推動組織發展的目標工作中，我們最大的成功是什麼？最大的挑戰又是什麼？

## 選舉結果

1. 這個政治時刻，對移民社區有什麼意義？
2. 選舉結果是否說明我們要長期工作？是什麼？
3. 我們的機構在組織選舉工作方面的效能如何？我們是否感覺到產生影響力？

## 向前瞻

1. 根據我們的經驗，我們的持續工作之中應汲取什麼教訓？
2. 我們從選舉活動中掌握或加強了一些什麼能力、工具、和作風，是可以繼續使用支持我們機構的持續工作？
3. 在此次運動中我們建立了什麼聯盟或聯絡，希望能繼續保持，幫助加強或發展我們機構的持續工作？
4. 我們是否會再次參與選舉工作？為什麼會或為什麼不會？
5. 如果我們再次參與選舉工作，我們將保留此次運動什麼的作風，和有什麼改變？