

講述「採取行動的人」故事之五個步驟

新的「採取行動的人」(People of Action) 公共形象運動協助您生動呈現扶輪的故事，展現扶輪社員身為「採取行動的人」之本色。

用有意義、協調一致的方式來講述「採取行動的人」的故事，可以讓大眾瞭解我們的角色與作為。它可以凸顯我們在社區及世界各地所發揮的影響力。

運用以下的問題來發展您自己的「採取行動的人」的故事。(以美國科羅拉多州葛爾登 Golden 扶輪社為例。)

1 您或您的扶輪社嘗試達成什麼？

貴社想要協助解決的社區問題或挑戰是什麼？描述貴社社員如何找到這個問題。您們有全國或全球的統計數字來支持處理這個問題的重要性嗎？

2 故事的聽眾是誰？

在扶輪社員之外，誰是您想要接觸的對象？他們對扶輪瞭解多少？他們對我們的看法及觀感如何？我們希望他們對我們有何看法及觀感？

3 您或您的扶輪社要如何採取行動？

描述您如何匯集資源，並使用扶輪社員或社區成員的專業知識來處理這項挑戰。貴社在進行這項計畫時面臨什麼阻礙？什麼樣的行動標語最能代表您所採取的行動？(我們一起連結？我們一起轉化？我們一起激勵？我們一起終結小兒麻痺？Together, We Connect? We Transform? Inspire? End Polio?)

4 您們發揮什麼影響？支持的證據是什麼？

貴社計畫的成果是什麼？這個計畫影響多少人？有何相關的統計數字？(請勿使用太多數字。) 這個計畫促成什麼改變？這項計畫如何影響社區成員的生命？

5 您想要您的聽眾現在採取什麼行動？

任何好廣告的關鍵就是您的行動呼籲。您希望您的聽眾瞭解更多、支持您的目標、或者是參與您的活動？

一旦您製作好您的「採取行動的人」的故事，就用在社區宣傳扶輪。也請和我們分享。我們會挑選一些故事刊登在我們的部落格「扶輪之音」(Rotary Voices)。

若需要其他協助，請至扶輪品牌中心(Brand Center)下載我們的「採取行動的人」相關資料。