



March 13, 2023

SBC Program and Campaign Planning



Bangladesh
Center for
Communication
Programs



Campaign Planning

The common understanding





A planned group of activities especially for political, military, business, or social that are intended to achieve a particular objective.

Cambridge Dictionary

A Campaign can be defined as a coordinated communication effort that is conducted through mass media, interpersonal communication or some combination.





Any relationship?

Program objective – Messages – Activity – Time - Reach – Result*

*How to understand?





maasranga HD





Checklist Analysis

- **Issue?**
- **Who are target audience?**
- **The common believes/practice?**
- **What to achieve?**
- **Preferred media?**
- **Outreach activities?**
- **Resource?**
- **Time?**
- **Call for action?**



In social field
campaign creates
momentum for change,

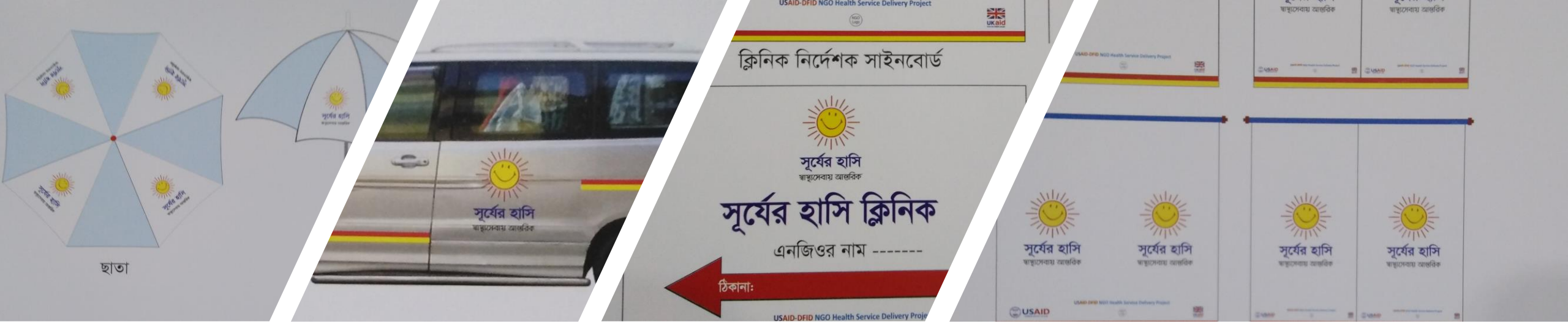
Towards New Hopes





National Level Campaign





ছাতা



National & Local Level Campaign





সেবা সুবিধা আমার
যত্নে করি ব্যবহার

Special Campaign for a Special Community

“ကျွန်ုပ်တို့၏ ဝန်ဆောင်မှုအထောက်အပံ့
အထောက်အပံ့များကို ဂရုတစိုက် သုံးစွဲကြပါစို့။”





Media Campaign to Support an Advocacy Program



শুটকিখাতে শিশুশ্রম আর নয়
সুস্থ থেকে করবো আমি
জীবন জয়



Funding is provided by the United States Department of Labor under cooperative agreement number – IL-31478-17-75-K



Bangladesh Center for Communication Programs





Overall achievement

রেজিস্টার্ড নং ডি এ-১ "জাতির পিতা বঙ্গবন্ধু শেখ মুজিবুর রহমানের জন্মশতবার্ষিকী উদ্‌যাপন সফল হোক"

বাংলাদেশ গেজেট

অতিরিক্ত সংখ্যা
কর্তৃপক্ষ কর্তৃক প্রকাশিত

শুক্রবার, এপ্রিল ২৯, ২০২২

গণপ্রজাতন্ত্রী বাংলাদেশ সরকার
শ্রম ও কর্মসংস্থান মন্ত্রণালয়
নারী ও শিশুশ্রম শাখা
প্রজ্ঞাপন

তারিখ : ৭ বৈশাখ, ১৪২৯ বঙ্গাব্দ/২০ এপ্রিল, ২০২২ খ্রিষ্টাব্দ

এস, আর, ও, নং ৯১-আইন/২০২২।—বাংলাদেশ শ্রম আইন, ২০০৬ (২০০৬ সনের ৪২ নং আইন) এর ধারা ৩৯ এর উপ-ধারা (১) এ প্রদত্ত ক্ষমতাবলে সরকার নিম্ন তফসিলে বর্ণিত কাজকে স্বীকৃতিপূর্ণ ঘোষণা করিল, যথা :—

তফসিল
স্বীকৃতিপূর্ণ কাজের তালিকা

ক্রমিক নম্বর	পেশার ধরন বা ক্ষেত্র	স্বীকৃতিপূর্ণ কাজ	শারীরিক, মানসিক ও পারিপার্শ্বিক প্রভাব
(১)	(২)	(৩)	(৪)
১।	এ্যালুমিনিয়াম ও এ্যালুমিনিয়ামজাত দ্রব্যাদি তৈরি।	(ক) এ্যালুমিনিয়াম পুনঃপ্রক্রিয়াকরণ ও নতুন এ্যালুমিনিয়াম সামগ্রী তৈরি, ডাইস ও ছাঁচ ব্যবহার করা; (খ) ধারালো, ভারী ও ঘূর্ণায়মান যন্ত্রপাতি ব্যবহার করা; (গ) দীর্ঘ সময় শব্দের মধ্যে কাজ করা; (ঘ) সর্বক্ষণ বন্ধ পরিবেশে কাজ করা;	(ক) নিউমোনিয়া; (খ) কাশি; (গ) রক্ত কাশি; (ঘ) আঙ্গুলে দাঁদ (এ্যাকজিমা); (ঙ) দুর্ঘটনাজনিত নৈহিক ক্ষত; (চ) আঙ্গুলে গ্যাংগ্রিন; (ছ) পায়ের রগ ফেলা; (জ) শিরায় রক্ত জমাট বাঁধা; এবং (ঝ) শ্রবণশক্তি হ্রাস।

(৮০১৩)
মূল্য : টাকা ১৬.০০

হ্যান্ডলিংয়ের কাজ।	(গ) লোহক আঘাত; এবং (ঘ) বিস্ফোরণজনিত দুর্ঘটনা।
৩৯। শূটকি উৎপাদনের কাজ।	(ক) দীর্ঘ সময় কাজ করা; (খ) সরাসরি সূর্যের তাপে দীর্ঘসময় কাজ করা; (গ) রাসায়নিক দ্রব্য লইয়া কাজ করা; (ঘ) ধারালো যন্ত্রপাতি ব্যবহার করা; (চ) নিরাপত্তা সরঞ্জাম ব্যতীত কাজ করা; এবং (ছ) অস্বাস্থ্যকর বা বিপজ্জনক পরিবেশে কাজ করা।





Checklist Analysis

- **Goal:** *(What do this campaign want to happen?)*
- **Situation:** *(What was happening before this campaign?)*
- **Key constraints:** *(Why was there a difference?)*
- **Campaign objectives:** *(What expected to overcome?)*
- **Key moves:** *(How the communication objectives achieved?)*





**Communication
does not happen
in vacuum**

Social Ecological Model





Campaigns increase operational impact





Considerations in the campaign planning process

- **Campaign objective**
 - * *National/local*
 - * *Sensitive/pandemic/other issue (Media)*
 - * *Service promotion/Grievance/Policy issue (Readiness)*
- **Audience**
 - * *Media habits*
 - * *Geographical factors*
 - * *Language factors*
 - * *Culture*
 - * *Reach*





----- considerations in the campaign planning process

- **Resources**
 - * *Budget*
 - * *Implementation team (size/location)*
 - * *Relationship with audience*
- **Partnership opportunity**
 - * *Other organizations/institutions*
 - * *Stakeholders*
 - * *Media/News Media*
 - * *Celebrities*





----- Considerations in the campaign planning process

- **Message**

- * *Print Material*

- * *Electronic Material*

- * *Trans-media*

- * *Live information*

- * *Call for action*

- **Communication Channels**

- * *IPC*

- * *Others outreach/**community-based event*

- * *Mass media channels* (*Scheduling*)

- * *Social media*

- **Timeline**
- **Track progress**
- **Re-plan.**





Some Common errors

- **Unclear campaign objective to the implementors**
- **Failing to re-plan (if needed)**
- **Lack of brand integration**
- **Over-protecting a brand**
- **Failing to understand the audience**
- **Media bias**
- **Lack of online and offline integration**
- **Not completing a post-campaign review**







Q U A L I T Y

C O S T \$

L E S S

Bangladesh Center for Communication Programs



Bangladesh Center for Communication Programs



Thanks

