

## TOP TEN TIPS TO A SUCCESSFUL NHTD CAMPAIGN

# JUNE 27 IS NATIONAL HIV TESTING DAY

As the national voice of people living with HIV and AIDS, we at NAPWA take our efforts to promote National HIV Testing Day (NHTD) very seriously and we know you do too. The goal of NHTD is to identify people who are HIV-positive and don't know it so they can access treatment. It also prevents new HIV infections by increasing education, awareness and access to **voluntary counseling and testing (VCT)**. Your participation in NHTD can be as simple as adding local testing information to our campaign posters or expanding clinic hours at a testing site. You can also produce a special community event. All NHTD events result in increased awareness about HIV/AIDS and about VCT, so congratulations for taking action!

### TOP TEN TIPS TO A SUCCESSFUL NHTD CAMPAIGN

#### 1. Clearly identify your targeted population(s)

You should not expect to reach all at-risk populations with one approach. If your agency targets various communities, you may want to utilize several campaign strategies.

#### 2. Form partnerships with other community based organizations

Often one well-coordinated event can be more effective than several smaller events in one community. Include agencies who can offer a wide array of services from education and testing to treatment. Many people will get tested at events, such as health fairs, that offer other health screenings. Partnerships can also be with organizations that are not directly related to HIV/AIDS services such as religious organizations, community centers, etc.

#### 3. Create collaborations with local businesses

Work with popular businesses, such as video rental stores, bars, community centers, etc., to promote your event and to request donations to be used as incentives. For example: One NHTD campaign offered ice cream cones to youth when they received pre-test counseling and testing, and gave movie tickets to those who returned for post-test counseling and results. Another organization gave out free bags of groceries when people returned.

#### 4. Utilize various media outlets

Contact local newspapers, radio and television stations to publicize your event. For more information on how to write a press release and how to pitch a story, go to our website at [www.napwa.org](http://www.napwa.org).

#### 5. Get a celebrity or local public figure to participate in your event

One way to ensure more public exposure of your event is by securing a celebrity to talk about the importance of accessing VCT and healthcare. To reduce HIV stigma and to encourage testing, some events have also featured celebrities publicly taking an HIV test. Public figures include well-known politicians, activists and teachers, as well as radio, TV and sports personalities.

#### 6. Feature people living with HIV/AIDS as spokespersons

Increasing visibility of HIV-positive individuals raises awareness and reduces HIV stigma. This also sends a powerful message of hope to those who test positive, and it reminds HIV-negative people that staying negative is one of the most important things they can do for themselves and their loved ones.

#### 7. Take your NHTD event into local communities

Many organizations have found creative ways to take the message into their targeted communities. Examples include having educators conduct VCT awareness in buses and hosting a nightclub-style event with VCT onsite.

#### 8. Organize a fundraiser or seek sponsorships for your event

Many prevention programs have no funds allocated to promote VCT services. Often sending a letter requesting donations and approaching corporations and small businesses can get you enough money to put on an event.

#### 9. Document—and if possible evaluate—your event

The success of your NHTD event can be measured in many ways. For example: record the number of people who receive VCT before, during and shortly after your campaign; keep track of the number of people who test positive and are connected to care; assess new collaborations and increased skills that resulted from this event.

#### 10. Share and publicize your achievements

Take some time to compile the highlights of your event and send them to your collaborators and to us. Media and other agencies contact us wanting to know what's happening around the country. This can help inspire other communities and it can help you for funding purposes. Email us at [nhtd@napwa.org](mailto:nhtd@napwa.org).



8401 Colesville Road, Suite 750  
Silver Spring, MD 20910  
240.247.0880  
[www.napwa.org](http://www.napwa.org)

**WE WILL BE HERE UNTIL THERE IS A CURE. WE TRUST YOU WILL CONTINUE TO WORK WITH US EACH YEAR. THANK YOU!**

## DIEZ PASOS PARA UNA CAMPAÑA EXITOSA

# EL 27 DE JUNIO ES DIA NACIONAL DE LA PRUEBA DEL VIH

Como portavoz nacional de las personas que viven con VIH y SIDA, nosotros en NAPWA le damos gran importancia a nuestro trabajo de promover el Día Nacional de la Prueba del VIH (NHTD, por sus siglas en inglés) y sabemos que usted también. La meta del NHTD es que las personas que tienen VIH y no lo saben descubran su estatus para que puedan recibir tratamiento. El NHTD también previene nuevas infecciones al aumentar la educación, la concientización y el acceso a consejería y detección voluntaria del VIH (VCT). Su participación en el NHTD puede ser tan simple como agregar a nuestros pósteres (afiches) información local sobre servicios de VCT, o alargar las horas de su clínica, o incluso pudiera organizar un evento comunitario. Cada evento y campaña del NHTD da como resultado un aumento en la concientización sobre el VIH/SIDA y sobre los servicios de detección, ¡así que le felicitamos por tomar acción!

### DIEZ PASOS PARA UNA CAMPAÑA EXITOSA

#### 1. Identifique claramente el grupo (o grupos) al que desea dirigirse

No asuma que logrará llegar a todos los grupos en riesgo de contraer el VIH con una sola estrategia. Si su agencia trabaja con comunidades diversas, usted deberá utilizar varias estrategias de mercadeo social.

#### 2. Forme alianzas y colaboraciones con otras organizaciones

Un evento bien coordinado puede ser mejor que varios eventos en una sola comunidad. Incluya agencias que puedan ofrecer desde educación y VCT hasta cuidado médico. Mucha gente prefiere hacerse la prueba durante eventos, tales como ferias de salud, donde se ofrecen otros exámenes de detección, como de diabetes, etc. Las alianzas y colaboraciones también pueden hacerse con otras organizaciones que no están relacionadas directamente con servicios del VIH/SIDA, tales como organizaciones religiosas, centros comunitarios, etc.

#### 3. Cree colaboraciones con negocios en su comunidad

Trabaje con negocios populares, como tiendas de video, bares, centros comunitarios, etc., para promover su evento y solicitar donaciones que se puedan usar como incentivos. Por ejemplo: Una campaña ofreció helados a jóvenes que recibieron consejería y la prueba del VIH y les dio boletos de cine cuando regresaron por consejería y sus resultados. Otra campaña dio bolsas de comestibles cuando las personas regresaron por sus resultados.

#### 4. Utilice a los medios de comunicación para promocionar su evento

Contacte a los medios de comunicación, como periódicos, radio y estaciones de televisión locales. Para información sobre como escribir un comunicado de prensa y como lograr que cubran su evento, visítenos en [www.napwa.org](http://www.napwa.org).

#### 5. Busque una celebridad o figura pública que participe en su campaña

Una manera de asegurar un mayor interés público en su evento es contar con el apoyo de una celebridad que hable sobre la importancia de hacerse la prueba y buscar servicios médicos. Con el fin de reducir el estigma y animar a la comunidad a utilizar servicios de VCT, algunos eventos han invitado a celebridades a hacerse la prueba del VIH públicamente. Estas figuras públicas incluyen políticos, activistas y profesores conocidos, así como personalidades de la televisión, el radio y los deportes.

#### 6. Resalte la participación de personas viviendo con HIV/SIDA en su evento

Al aumentar la visibilidad de personas VIH-positivas se aumenta la conciencia social y se reduce el estigma. Esto a su vez envía un mensaje de esperanza para aquellas personas que resulten VIH-positivas y les recuerda a las personas VIH-negativas de la importancia de mantenerse así, por ellos(as) mismos(as) y por sus seres queridos.

#### 7. Lleve su evento a la comunidad

Muchos eventos han utilizado formas creativas de llevar el mensaje a sus comunidades. Una agencia mandó a educadores a promover los servicios de VCT en autobuses y otra realizó un evento social con servicios de VCT.

#### 8. Organice un evento de recolección de fondos o consiga patrocinadores para su evento de NHTD

Muchos programas de prevención no cuentan con los fondos para un evento de promoción. El escribir una carta a corporaciones y negocios solicitando donaciones pudiera producir suficientes fondos para su evento.

#### 9. Documente—y si es posible evalúe—su evento

El éxito de su campaña se puede medir de diferentes formas. Por ejemplo: mantenga un registro del número de personas que se hacen la prueba antes, durante y poco después de su campaña; documente el número de personas que resultan positivas y que son conectadas con servicios de salud; evalúe las colaboraciones y capacidades que logró fortalecer como resultado del evento.

#### 10. Comparta y publique sus logros

Invierta algo de tiempo en compartir los logros más importantes de su evento con sus colaboradores y con nosotros. Los medios de comunicación y otras organizaciones normalmente nos contactan preguntando sobre los eventos que se llevan a cabo en varias partes del país. Esto puede inspirar a otras comunidades a organizar eventos similares y le pudiera ayudar a conseguir fondos. Se puede comunicar con nosotros al [nhtd@napwa.org](mailto:nhtd@napwa.org).



8401 Colesville Road, Suite 750  
Silver Spring, MD 20910  
240.247.0880  
[www.napwa.org](http://www.napwa.org)

**ESTAREMOS AQUÍ HASTA QUE HAYA UNA CURA. CONFIAMOS EN QUE USTED SEGUIRÁ TRABAJANDO CON NOSOTROS. ¡GRACIAS!**