



TOOLS FOR ENGAGING LANDOWNERS EFFECTIVELY

Are you reaching landowners effectively and efficiently? Are you accomplishing your conservation goals? The **Tools for Engaging Landowners Effectively** (TELE) approach combines principles of targeted behavior-change marketing with relevant data on landowners to help you tailor your communications and outreach efforts to landowners' values and preferences. The resulting messages and materials are more relevant and meaningful for landowners, and are more likely to lead to the desired actions and behaviors.

Start enhancing your landowner outreach and engagement with TELE's free guide, workbook, and supporting resources.

- ★ Visit the [Website](#)
- ★ [Download the Guide](#)
- ★ [Download the Workbook](#)
- ★ Check out [examples](#) of prior TELE projects

TELE Landowner Segments

TELE divides landowners into **four broad groups** based on their **motivations** and **reasons for owning land**: Woodland Retreat Owners, Multi-Use Owners, Supplemental Income Owners, and Uninvolved owners.

TELE Landowner Profiles

Using data from the National Woodland Owner Survey (NWOS), TELE has created profiles of **more than thirty landowner segments based on characteristics** such as level of engagement, management practices, and size of land holdings. For Washington, you can **download the Woodland Owner Profile** for family woodland owners with 10+ acres.



6 Steps to Effective Communication

- 1 **Set Your Objective** | What do you want landowners to do?
- 2 **Choose an Audience Segment** | Who is your target audience?
- 3 **Develop an Audience Profile** | What audience attributes and values can you tap into?
- 4 **Develop Your Message** | How will you convince your audience to take action?
- 5 **Choose Channels** | How will you reach members of your target audience?
- 6 **Implement, Evaluate, and Adapt** | Are you reaching your target audience and are they taking the desired action? What can you do better?



QUICK TIPS FOR ENGAGING LANDOWNERS

- Focus on addressing changes to **behavior and actions**, rather than attitudes and knowledge.
- Speak **their language** and solve **their problems**.
- Connect through **shared values**.
- **Keep it simple**: Your message should only ask landowners to take **one action**.
- **Images** get people's attention.
- Keeping a message too general may result in your message not reaching anyone. **Find a target audience**.

Check out examples of how some groups are engaging landowners in Washington:

[Building a Grassroots Culture of Rx Fire](#)
[Building Capacity for Prescribed Fire](#)
[Using Social Media to Drive Action](#)

If you are looking to host a Tools for Engaging Landowners Effectively (TELE) training, reach out to info@fireadaptedwashington.org for contractor referrals.



HERRAMIENTAS PARA INVOLUCRAR EFICAZMENTE A LOS PROPIETARIOS DE TIERRAS

¿Está llegando a los propietarios de tierras de forma eficaz y eficiente? ¿Está logrando sus objetivos de conservación? El Herramientas para involucrar eficazmente a los propietarios de tierras (TELE) combina principios de mercadotecnia dirigido para el cambio de comportamiento con datos relevantes sobre los propietarios de tierras para ayudarle a adaptar sus comunicaciones y esfuerzos de divulgación a sus valores y preferencias. Los mensajes y materiales resultantes son más relevantes y significativos para los propietarios de tierras, y tienen más probabilidades de generar las acciones y comportamientos deseados.

Comience a mejorar el alcance y la participación de sus propietarios de tierras con la guía gratuita, el libro de trabajo y los recursos de apoyo de TELE.

- ★ [Visita el Sitio web](#)
- ★ [Descargar el guía](#)
- ★ [Descargar el libro de trabajo](#)
- ★ [Verificar ejemplos de proyectos TELE anteriores](#)

Segmentos de propietarios de tierras de TELE

TELE divide a los terratenientes en cuatro grandes grupos basado en su motivaciones y Razones para poseer tierras: Propietarios de refugios en bosques, propietarios de usos múltiples, propietarios de ingresos suplementarios y propietarios no involucrados.

Perfiles de propietarios de tierras de TELE

Utilizando datos de la Encuesta Nacional de Propietarios de Bosques (NWOS), TELE ha creado perfiles de más de treinta segmentos de propietarios de tierras basado en características como el nivel de participación, las prácticas de gestión y el tamaño de las propiedades. En el caso de Washington, puede...[Descargar el Perfil del propietario de Woodland Para](#) propietarios familiares de bosques con más de 10 acres.

6 pasos para una comunicación efectiva

- 1 **Establece tu objetivo** | ¿Qué quieren que hagan los terratenientes?
- 2 **Elija un segmento de audiencia** | ¿Quién es su público objetivo?
- 3 **Desarrollar un perfil de audiencia** | ¿Qué atributos y valores de la audiencia puedes aprovechar?
- 4 **Desarrolla tu mensaje** | ¿Cómo convencerás a tu audiencia para que actúe?
- 5 **Elegir canales** | ¿Cómo llegará a los miembros de su público objetivo?
- 6 **Implementar, evaluar y adaptar** | ¿Estás llegando a tu público objetivo y están realizando la acción deseada? ¿Qué puedes hacer mejor?



CONSEJOS RÁPIDOS PARA INVOLUCRAR A LOS PROPIETARIOS DE TIERRAS

- Centrarse en abordar los cambios de **comportamiento y acciones**, más que actitudes y conocimientos.
 - Hablar **su idioma** y resolver **sus problemas**.
 - Conectarse a través de **valores compartidos**.
 - **Mantenlo simple:** Su mensaje sólo debe pedir a los propietarios de tierras que tomen **una acción**.
 - **Las Imágenes** llaman la atención de la gente.
 - Mantener un mensaje demasiado general puede provocar que su mensaje no llegue a nadie.
- Encuentra un público objetivo.**

Vea ejemplos de cómo algunos grupos están involucrando a los terratenientes en Washington:

[Construyendo una cultura popular de Rx Fire](#)
[EdificioCapacidad para fuego prescrito](#)
[Usar las redes sociales para impulsar la acción](#)

Si está buscando organizar una capacitación sobre Herramientas para involucrar a los propietarios de tierras de manera efectiva (TELE), comuníquese con info@fireadaptedwashington.org para referencias de contratistas.