

Do It Yourself Kit: DIY Kit Generate Demand at Water ATM

With the key objective of creating awareness about water ATMs and increasing the footfall by pulling people towards it, this activation module has been designed with adherence to the **4G Strategy – Gully, Ghar, Gaadi, Gumti**. The key features of this strategy are:

- These are easy to deliver and comprehend and help in creating a large traction, thus generating demand.
- While these are efficient routes, at the same time these are also cost-effective.
- They play a vital role in behaviour-change and thus, involve a lot of nudges and call-to-action.

4G Strategy – Gully, Ghar, Gaadi, Gumti

1 Gully – Chupan Chupai

By engaging with the community, the ground team will be generating demand as well as provide awareness and knowledge about the water ATMs and water sanitation & hygiene. An important aspect of water sanitation & hygiene is to establish and demonstrate the fact that *visibly clean water is not actually clean*. This can be showcased via below 2 activities. The point is to highlight impurities in the water through easy yet engaging way along with the use of technology. Both of these are simple and easy to understand and can be effortlessly implemented across all the touchpoints.

- The team will carry a transparent glass tumbler and some salt or black salt or any other completely soluble items. They'll stir and mix one of these in water and hence prove similarly, germs and dirt are soluble as well as invisible.
- The team will carry a board, an invisible marker and a UV light torch. While interacting with the audience and taking up their simple suggestions, they'll draw several elements on the board such as a glass of water and then ask audiences to find the no. of germs they can see. While the glass can be drawn with a normal marker, the communicator will draw germs with the invisible maker. On looking under the UV light, the germs will be visible, hence establishing once again, visibly clean is not actually clean





- Collaterals and items needed: 2 Glass Tumblers, Y+UV Light + Vinyl Board of 3*2 ft , Invisible Marker ,Walkies
- Delivery: 2-member team will follow a simple script while engaging with the audience and conducting the activity. COVID protocols need to be followed meticulously.
- Communicator's Tentative Spiel:

Introduction:

नमस्कार भैया भाभी ... मेरा नाम विजय है और मैं आया हूँ आपके पास आपसे मिलने, हाल चल पूछने और कुछ बहुत दिलचस्प बातें करने ... अच्छा, सभी लोग मास्क पहन कर आये हो ना? जिन लोगों ने मास्क नहीं लगाया जल्दी से मास्क लगा लें हम थोड़ी देर इंतज़ार कर लेंगे उसके बाद ही आज का कार्यक्रम शुरू करेंगे ... क्योंकि भैया कोरोना से सुरक्षा बहुत ज़रूरी है ... तो सबने मास्क लगा लिया ? हम्म बहुत अच्छे अब थोड़ा दूर दूर भी खड़े हो जाओ ... बहुत बढ़िया

तो भाई जैसा की मैंने बताया मेरा नाम विजय है और मैं आया हूँ Safe Water Network (SWN) ऑर्गेनाइजेशन की ओर से जिनका काम है साफ़ और शुद्ध पानी के बारे में लोगों को जागरूक करना ... उन्हें गंदे पानी के नुकसान बताना और दूर जहाँ लोगों को साफ़ और शुद्ध पानी उपलब्ध नहीं है, वहां पर भी वाटर ATM और ijal के द्वारा साफ़ पानी की व्यवस्था करना ... ठीक है ये तो हो गई हमारी बात अब बारी आती है आपकी..

Activity 1:

एक बात बताइए (पानी का गिलास उठाते हुए) ये जो गिलास में पानी है, साफ़ दिख रहा है क्या वाकई में शुद्ध है मतलब पीने लायक है ... सोच के बताइए

(Communicator to interact with audience and help them in giving answers)

अगर कोई confusion है तो मैं दूर कर देता हूँ ...तो भाई ये ज़रूरी नहीं की जो पानी साफ़ दिखे वो वाकई साफ़ और शुद्ध हो ... नहीं हो रहा यकीन ना ... कोई बात नहीं अभी देख लेते हैं ... एक मिनट ... राजू ज़रा ये नमक (salt) लोगों को दिखा दे उनके पास जाकर ... देख लिया आप लोगों ने .. तो अगर मैं इसे इस गिलास में डालूँगा तो ये इसमें मिल जायेगा और हमें दिखेगा भी नहीं ... बराबर बात ना ?

तो मान लो ये चीज़ है कीटाणु और मैंने इसे डाल दिया इस पानी में और इसे चम्मच से मिला देता हूँ थोडा ... (साल्ट घुल जायेगा पानी में) ... तो भैया भाभी देख लो अपनी आँखों से आपके साफ़ पानी में कीटाणु घुल चुके हैं जो बिलकुल नहीं दिख रहे ... अब तो मानते हो ना की जो पानी साफ़ दिखे ज़रूरी नहीं शुद्ध और पीने लायक हो ... गंदे पानी से बहुत बीमारियाँ हो सकती हैं ... इसीलिए एक बार सब मेरे साथ बोलेंगे - साफ़ दिखने वाला पानी असल में साफ़ नहीं होता !

(Audience to repeat after communicator in unison)

इसीलिए पीने का पानी आप आपके नज़दीकी वाटर एटीएम से ही लें और अपने और अपने परिवार के स्वास्थ्य का खयाल रखें.

Activity 2:

भैया किसी को अच्छा चित्र बनाना आता है तो आगे आ जाओ मेरी थोड़ी हेल्प कर दो क्यूंकि अपनी चित्रकारी तो किसी को समझ नहीं आने वाली ...

(To create engaging conversations, Communicator to invite a member from audience to draw)

अच्छा ये जो बोर्ड है इस पर 2 -3 पानी पीने वाले गिलास बना दो

(The communicator will then draw germs with invisible marker) ...

तो सबको यह गिलास दिख रहा है ? ... बताओ गिन के बताओ इसमें कितने कीटाणु है ... जिसने सही गिन लिए उसे मेरी तरफ से एक इनाम ... बताओ बताओ भाई ...

(The communicator will engage with audience and have an interactive fun-filled conversation. The audience will not be able to count.)

कैसे गिन पाओगे मेरे भाइयों जब कीटाणु दिखाई ही नहीं देगा तो ... अब देखो मैं तुम्हे इस UV लाइट से दिखता हूँ ...

(जैसे हे UV लाइट बोर्ड पर पड़ेगी invisible maker से बने germs दिखने लगेंगे)

ये देखो कीटाणु यहीं थे पर दिखे नहीं न ..

(Communicator to reiterate the conversation on visibly clean water is not clean.)

इसीलिए एक बार सब मेरे साथ बोलेंगे - साफ़ दिखने वाला पानी असल में साफ़ नहीं होता !

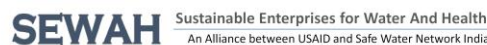
(Audience to repeat after communicator in unison)

तो स्वस्थ रहना है बीमारियों से बचना है तो साफ़ पानी पियो ... वाटर एटीएम iJAL पर आपको शुद्ध पानी मिल जायेगा ...

तो भैया भाभी इस बात को हमेशा याद रखना जो पानी साफ़ दिखे ज़रूरी नहीं की साफ़ और शुद्ध हो ...

अच्छा अब मैं चलता हूँ... और हाँ अपने जान पहचान वालों को भी बता देना ... न जाने ये जानकारी कब और किसके काम आ जाये ठीक है ... नमस्कार!

PS – While one communicator will be conducting this activity, the other team member will be taking care of logistics and recording of potential leads who would want to register themselves for Water ATM card. With every contact, Communicator will also record if they'd like to visit the Water ATM or not, so that if needed, we can later tap the 'interested' set of audience again.



2 Ghar

A door-to-door campaign conducting *IPC Sessions (Interpersonal Communication)* will target the adult members of the households and the Key Opinion Leaders (KOLs) of the area, disseminating the key information related to water ATMs. The entire area will be covered by the team of communicators on two-wheelers with walkies. The team will map the areas as per proximity to the water ATMs and then conduct the activity. The step by step activity flow of the communicator will look like:

- Meeting KOLs and interacting with them.
 - Introduction Spiel
 - Demonstrating the benefits of Water ATMs
 - Handover of leaflet
 - Connected on WhatsApp
 - Sharing the video
 - Move to next session
-
- *Collaterals and items needed: Flip Chart of Posters + Phone + Animated Videos + Leaflets, Walkies*
 - *Delivery: 2-member team will follow a simple script while engaging with the audience and conducting the activity. COVID protocols need to be followed meticulously.*
 - Communicator's Tentative Spiel:

Meeting KOLs and interacting with them

नमस्कार!

मेरा नाम ABC है और मैं SWN की तरफ से आज आपके शेत्र में ये Program ले कर आया हूँ। सबसे पहले तो आप सभी का बहुत बहुत धन्यवाद की आपने हमे अपना सहयोग देना उचित समझा. आप ही के सहयोग से हम आज आपके शेत्र में खुले Water ATMs के बारे में बहुत ज़रूरी जानकारी ले कर आए है जो इस दौर में जन जन तक पहुंचना आवश्यक है.

यह सारा कार्यक्रम हम सरकार द्वारा दिए गए नियमों का पालन करते हुए ही करेंगे. तो चलिए, चलते हैं घरों की ओर एवम अपना कार्यक्रम शुरू करते हैं.

(To garner trust of people, communicator will try to convince the KOL to accompany for 1 or 2 households.)



SEWAH

Sustainable Enterprises for Water And Health
An Alliance between USAID and Safe Water Network India



Introduction Spiel and Setting the Context

भैया दीदी , नमस्कार!

मैं हूँ ABC और मैं SWN की तरफ से आज आपसे कुछ महत्वपूर्ण जानकारी सांझा करने आया हूँ. हम अपनी बातचीत शुरू करें, इससे पहले ज़रूरी है हम आपकी सुरक्षा सुनिश्चित कर लें. हम ये सारा कार्यक्रम आपसे 6 feet की दूरी बना कर ही करेंगे। इसलिए आप सभी से विनती है की एक दूसरे से दूरी बनाए रखें और साथ ही अपने अपने मास्क भी पहन लें। जो लोग मास्क घर भूल आए हैं, आप जल्दी से जा कर मास्क ले आइए, हम आपका खुशी खुशी यहीं इंतज़ार करेंगे। भैया दीदी, अपना फ़ोन ज़रूर ले आइए, आगे की बातचीत में ज़रूरत पड़ेगी! फिर करते हैं आज का program शुरू !

(The communicators will ensure that people stand at the entrances of their houses to maintain distance.)

सबसे पहले हम आपको धन्यवाद देना चाहेंगे की आप अपने कीमती समय में से थोड़ा सा समय हमें दे रहे हैं।

अब देखिए, जिस दौर से हम सब एक साथ गुज़र रहे हैं, ऐसे में किसी भी तरह के माहौल के लिए हमारी तैयारी पूरी पक्की होनी चाहिए। खास तौर से अपनी सेहत के लिए। साफ़ सफाई का तो ध्यान रखना ही है, हमें हमारी अंदरूनी ताकत का भी पूरा खयाल रखना है। देखिए, पीने का साफ पानी आज की सबसे बड़ी समस्या है. घर घर RO लगाना न तो मुमकिन है और न ही किफायती. SWN संगठन इसी समस्या का हल आप तक ले कर आया है. SWN संगठन का मुख्य उद्देश्य हर गांव, प्रदेश, जिले में जगह जगह ijal स्टेशनों की स्थापना कर जन जन तक साफ पानी पहुंचाना है. इसके लिए हर शेत्र में जगह जगह WATER ATMs लगाए गए हैं जो आपको अपनी ज़रूरत के अनुसार साफ पीने का पानी उपलब्ध कराएंगे वो भी किफायती तरीके से. WATER ATMs द्वारा



SEWAH

Sustainable Enterprises for Water And Health
An Alliance between USAID and Safe Water Network India



दिआ जाने वाला साफ पानी आपको निरोगी एवम स्वस्थ रखेगा और साथ ही साथ आपको पानी के लिए जिले से दूर जाने की भी आवश्यकता नहीं. इससे पहले मैं आपको सब विस्तार से बताऊ, मैं आपसे जानना चाहता हूँ की पीने का पानी आप कहाँ से भरते हैं? और यह कितने में उपलब्ध होता है?

(Communicator will engage the females of the households)

(Communicator to converse in their dialect)

Demonstrating the benefits of Water ATMs

तो चलिए मैं आपको बताता हूँ यह Water ATMs किस प्रकार काम करेंगे और आपके लिए क्यू फयदेमंद है.

Water ATMs लगाने का मुख्य उद्देश्य यही है की हमारे देश में कोई भी परिवार स्वच्छ पानी से वंचित न रहे. प्रत्येक परिवार को इन तक आसानी से पहुंचने के लिए Water ATM Card प्रदान किए जाएंगे। लोग इन कार्डों के जरिए रिचार्ज करा कर अपनी जरूरत अनुसार पानी खरीद सकते हैं। इन water स्टेशनों को नवीनतम और उसी तकनीक से बनाया गया है जिसका उपयोग बोतलबंद पानी और अन्य RO फिल्टर संगठनों द्वारा किया जाता है। यानी यह पूरी तरह से सुरक्षित है.

यह ग्रामीण और शहरी दोनों क्षेत्रों के लिए स्वस्थ पेयजल का सबसे किफायती और लागत प्रभावी स्रोत है।

यह 5 रुपये में 20 लीटर पानी तक का योग है। बताइए, इससे किफायती होगा कुछ?

आप दैनिक आधार पर भी पानी खरीदने के लिए इस किफायती स्रोत पर भरोसा कर सकते हैं, क्योंकि इससे आपको ज्यादा खर्च नहीं करना पड़ेगा. और तो और इस कोरोना-काल में रोगाणु मुक्त पानी भी आसानी से मिल जाएगा.



SEWAH

Sustainable Enterprises for Water And Health
An Alliance between USAID and Safe Water Network India



Handover of leaflet

ये लिजिए, इस leaflet में आपको सब आसान भाशा में समझाया गया है।

(Communicator will take the group through the leaflet and distribute amongst members.)

Connected on WhatsApp

चलिए अब थोड़ा मनोरंजन भी हो जाए. आप सभी के पास अपने मोबाइल फोन हैं. कृपया अपने फोन निकालिए ताकी हम सब WhatsApp के माध्यम से एक दूसरे से जुड़ सके.

(Communicator will connect with the audience on a WhatsApp group)

Sharing the video

तो ठीक है। आप सभी को हमने एक WhatsApp group से जोड़ दिया है।

अब यहां आपको भेजी जाएंगी कुछ मनोरंजक video जिसके माध्यम से आप सब कुछ और बेहतर ढंग से समझ सकते हैं और साथ ही अपने जानने वालो के साथ भी शेयर कर सकते हैं.

Move to next session

आप सभी का तह दिल से बहुत बहुत धन्यवाद. आपने अपना कीमती समय हमे दिया और बहुत ही धीरज से हमारी बात सुनी. उम्मीद करते हैं इससे आप सभी का फायदा होगा.

PS – While one communicator will be conducting this activity, the other team memembr will be taking care of logistics and recording of potential leads who would want to register themselves for Water ATM card. With every contact, Communicator will also record if they'd like to visit the Water ATM or not, so that if needed, we can later tap the 'interested' set of audience again.)



SEWAH

Sustainable Enterprises for Water And Health
An Alliance between USAID and Safe Water Network India



3 Gumti – Dukaan

This aspect entails a *Retailer Outreach Program* to create market linkages, higher visibility and thus, amplifying demand generation as well as conversations around water ATMs. The team will urge retailers like Chaiwalas, Thelewalas, Mithaiwalas, Juicewalas and more to visit and use water ATMs. IEC material such as Posters, Flipcharts, Contact Sheet Collection and Audio-Video assets can be disseminated at this crucial touchpoint. The team will also distribute free coupons to create leverage and increase the footfall. This will act as an initial pull towards the water ATM. The activity structure for this bit will look like:

- Team to place a Poster with brand messaging at all outlets in the vicinity of water ATM.
- Team to interact with the retailer and urge him to visit the nearest water ATM.
- Team to provide awareness to him with the help of an easy-to-carry flipchart.
- Simple and easy to carry material.
- Team to collect contact details of the retailers.



Indicative Pictures

- *Collaterals and items needed: Flip Chart of Posters + Phone + Animated Videos + Leaflets + with local Water ATM stamp*
- *Delivery: 1 member will follow a simple script while engaging with the audience and conducting the activity. COVID protocols need to be followed meticulously.*
- *Communicator's Tentative Spiel:*

Introduction:

नमस्ते भाईसाहब !

उम्मीद करते हैं, आप और आपके परिवार में सब कुशल-मंगल है और सभी स्वस्थ हैं.

मेरा नाम ABC है और हम SWN के प्रोग्राम के तहत आज आपके शेत्र में कुछ ज़रूरी बातचीत करने आए हैं.

हम अपनी बातचीत शुरू करे, इससे पहले ज़रूरी है हम आपकी सुरक्षा सुनुश्चित कर ले. यह सारी बात चीत हम 6 feet की दूरी बना कर और मास्क पहन कर ही करेंगे।

सबसे पहले हम आप को धन्यवाद देना चाहेंगे की आप अपने कीमती समय में से थोड़ा सा समय हमें दे रहे हैं।

अब देखिए, जिस दौर से हम सब एक साथ गुज़र रहे हैं, ऐसे में किसी भी तरह के माहौल के लिए हमारी तैयारी पूरी पक्की होनी चाहिए। खास तौर से अपनी सेहत के लिए । SWN संगठन का मुख्य उद्देश्य हर गांव, प्रदेश, जिले में जगह जगह इजल स्टेशनों की स्थापना कर जन जन तक साफ पानी पहुंचाना है. इसके लिए हर शेत्र में जगह जगह WATER ATMs लगाए गए हैं जो आपको अपनी ज़रूरत के अनुसार साफ पीने का पानी उपलब्ध कराएंगे.

आप रोज़ घर से काम के लिए निकलते हैं. पानी की आवश्यकता तो रोज़ की है. पर अगर यह आपको अपने दुकान/ दफतर/ ठेले के पास ही उपलब्ध हो वो भी एक दम किफायती, तो बताइये इससे अच्छी बात क्या होगी.

Placement of Poster:

अगर आप इजाज़त दे तो हम यही एक पोस्टर लगा दे जिसपर आपके नज़दीकी इ-जल स्टेशनो की जानकारी दी गई है। आप आपने ग्राहको को भी इसकी जानकारी दे कर उनका भी भला कर सकते है। WATER ATMs द्वारा दिया जाने वाला साफ पानी आपको निरोगी एवम स्वस्थ रखेगा और साथ ही साथ आपको पानी के लिए जिले से दूर जाने की भी आवश्यकता नहीं.

Free Coupon Distribution:

ये लीजिए , हम आपके लिए कुछ फ्री कूपन भी लाए है। आपसे निवेदन हैं आप अपने नज़दीकी water ATM पर जा कर इसकी सेवाएं उठाये।

(Communicator will convince the retailer in their local dialect to visit the Water ATM.)

Recording of potential leads:

चलिए हम उम्मीद करते हैं की आज की जानकारी आपके काम आएगी और आपकी दिन चर्या को आसान भी बनाएगी.

जाने से पहले आपसे आपका कॉन्टैक्ट नंबर लेना चाहेंगे ताकि आपसे WhatsApp के माध्यम से जुड़ सके और आपको आगे भी मनोरंजक एवं ज़रूरी जानकारियां दे सकें।

(With every contact, Communicator will also record if they'd like to visit the Water ATM or not, so that if needed, we can later tap the 'interested' set of audience again.)

Leaflet Distribution and Closing:

ये लीजिए हमारा leaflet इसमें सब तरह की सूचना साफ़ शब्दों में दी गई है।

(Communicator will take the retailer through the leaflet and its details.)

हमें अपना कीमती वक़्त देने के लिए बहुत बहुत धन्यवाद। उम्मीद करते है आपसे फिर जल्द मुलाक़ात हो.

शुक्रिया।

4 Gaadi – Visibility Vehicle

A combination of a branded campaign vehicle and local transports act as an important medium to deliver the message, spread awareness and garner attention. The visibility structure for both will be designed keeping in mind the nature of both kinds and their key usage.

- *Static Visibility:* A branded visibility vehicle will be roaming around the targeted areas, conveying the key messages of the campaign.
 - For *local transports*, the team will be convincing the e-rickshaws, local autowalas, rickshaw pullers to place branding on their vehicle. No cost will be incurred to place branding, however, the standard size of the vehicle must be noted beforehand so that the collateral can be created accordingly.
- *Posters in Vinyl Format to be refreshed every 4 Weeks*
 - *Placed on Autos at a nominal cost per month in the service area*
 - *The teams will be placing 2 stencils in every slum and 1 poster in every school as a leave-behind.*
 - *They will also carry and place 1 banner for every activity they are conducting.*

