
Fundraising
nie je strašiak.





Dnes?

- Čo je to fundraising - úvod do témy + legislatíva
- Zásady/pravidlá fundraisingu
- Kto je fundraiser/ka
- Kto je môj darca/darkyňa (cieľové skupiny)
- Druhy a metódy fundraisingu a potreba PR
- Firemná podpora (cvičenie)
- Ako zostaviť fundraisingovú kampaň + praktická časť worksheet (absolventi sa naučia ako na to)

Čo je fundraising

- odbor manažmente zaoberajúci sa rozvojom zdrojov
- systematický a organizovaný proces získavania finančných prostriedkov pre zaistenie stability a rozvoja organizácie
- hlavnou náplňou je získavanie darcov a udržiavanie si vzťahov s nimi

Fundraising a legislatíva

- Zákon č. 34/2002 Z.z. o nadáciách, všetko čo potrebujete vedieť o nadáciách a nadačných fondoch
- Zákon č. 83/1990 Zb. o združovaní občanov, všetko čo potrebujete vedieť o občianskych združeniach
- Zákon č. 213/1997 Z. z. o neziskových organizáciách poskytujúcich všeobecne prospešné služby, všetko čo potrebujete vedieť o neziskových organizáciách
- Zákon č 147/1997 Z.Z. o neinvestičných fondoch, všetko čo potrebujete vedieť o neinvestičných fondoch
- Občiansky zákonník, na základe ktorého sa tvoria zmluvy
- Zákon č. 63/1973 Zb. a č. 64/1973 Zb o verejných zbierkach a o lotériách a iných podobných hrách upravuje postup pri povoľovaní a konaní verejných zbierok
- Zákon č. 595/2003 Zb. o dani z príjmov, ktorý upravuje použitie podielu zaplatenej dane na osobitné účely
- Zákon o dobrovoľníctve č. 406/2011 Zb., legislatívna úprava dobrovoľníctva
- Zákon č. 211/2000 Z.z. o slobodnom prístupe k informáciám
- GDPR

Zásady a pravidlá fundraisingu?

- vedieť jasne požiadať o to, čo chcete!
- fundraising je o ľuďoch – osobný prístup je potrebný
- pozerajte na svet očami darcu
- cieľom je predať váš projekt / prácu
- dôveryhodnosť (transparentnosť), zodpovednosť
- dlhodobá práca a zapájanie darcov do projektu / organizácie
- je veľká výhoda byť optimistom
- nezabudnite poďakovať!
- tvorba databázy 😊



Kto je fundraiser/ka?

Fundraiser/ka je človek, ktorý sa zaoberá činnosťou, ktorej výsledkom je získanie spravidla finančných prostriedkov na všeobecne prospešnú činnosť väčšinou neziskové organizácie.

Môže pracovať aj pre obce, rozpočtové alebo príspevkové organizácie, jednotlivca, či obchodné spoločnosti, školy, ktoré plnia nejaký všeobecne prospešný účel.

Interný alebo externý..

Kto je fundraiser/ka?

- diplomacia
- vytrvalosť
- huba, ktorá vie kedy mlčať 😊
- schopnosť vidieť príležitosti
- byť človekom - namiesto peňazí vidieť vzťahy
- zápal pre vec
- schopnosť požiadať
- presvedčivosť
- sebadôvera - pri žiadaní o peniaze
- pravdovravnosť
- sociálne schopnosti
- organizačné schopnosti
- kreativita





Tímová práca je dôležitá

Úspešný fundraiser/ka potrebuje byť súčasťou tímu a vedieť

- čo sa v organizácii / projekte deje alebo bude diať
- aké sú ciele a čo je treba k ich naplneniu
- aké ste doteraz dosiahli úspechy
- príbeh stojaci za vašou organizáciou, školou, osobnosťou



Druhy FR	Výhody	Nevýhody
Grantový	<ul style="list-style-type: none"> • Veľká čiastka za relatívne málo práce • Financie aj na neatraktívne aktivity • Nie je vždy treba históriu a úspechy 	<ul style="list-style-type: none"> • Hrozia výpadky financovania • „Prispôsobovanie aktivít“ • Neflexibilita v čerpaní • Viazané zdroje
Individuálny neanonymný	<ul style="list-style-type: none"> • Dlhodobá istota príjmu • Budovanie vzťahu • Morálna podpora • Previazané s PR – tlak na jeho kvalitu 	<ul style="list-style-type: none"> • Finančná náročnosť • Trvá to dlho • Potreba know-how • Horšie financovateľné neatraktívne aktivity • Autocenzúra
Individuálny anonymný	<ul style="list-style-type: none"> • Relatívne rýchle a relatívne veľké čiastky • DMS 	<ul style="list-style-type: none"> • Nebudujete vzťah • Nepoznáte vašich darocov • Jednorazovosť • Administratíva
Firemný	<ul style="list-style-type: none"> • Možnosť získať časom veľké čiastky • Budujete vzťah • In kind dary 	<ul style="list-style-type: none"> • Riziko výpadku veľkých darcov • Etické dilemy • Dlhodobosť

Metódy fundraisingu

- priamy kontakt / Face to face fundrasing
- direct mail (listové zásielky s poštovou poukážkou)
- telemarketing
- online fundraising
- granty
- eventy, podujatia, verejné zbierky
- inzercia
- členstvo



Kto je môj darca / cieľové skupiny

- nadácie (granty)
- občianske združenia, cirkev
- podnikatelia, firmy, obchodné spoločnosti, banky (firemné granty a sponzoring)
- štát a štátna správa (granty)
- individuálni darcovia, priaznivci, dobrovoľníci, členovia, alumni, verejnosť (kto a kde sa nachádza, aké má zvyky...)
- EU fondy



PR podpora pre fundraising

Robiť fundraising bez podpory public relations je ako zasiať obilie na lesné rúbanisko, ktoré ste predtým nepripravili. Aká z toho vzíde úroda si asi viete predstaviť.

Hlavným cieľom PR je budovať dobré meno organizácie a toto dobré meno distribuovať ku konkrétnym cieľovým skupinám a širokej verejnosti.



50 dní

crowdfunding

prieskumu volebných
preferencií 2020



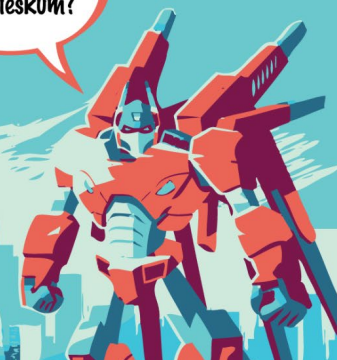
Národná rada Slovenskej republiky schválila zákon,
ktorým občanom obmedzila prístup k základným informáciám...



46 553 € / 31 000 €
výzva je ukončená

Overenie výsledkov

Poskladáme sa
na prieskum?



Poskladáme sa
na prieskum?

20. február (večer)
1. prieskum FOCUS + AKO

Poskladáme sa
na prieskum?

26. február (popoludní)
2. prieskum FOCUS + AKO


Poskladáme sa
na prieskum?

zbytok peňazí 16 274, 06 EUR
sme poslali mimovládkam

POSTAVME SA SPOLOČNE

O PROJEKTE OSOBNOSTI NENÁVISŤ O NÁS

Chcem podporiť



POSTAVME SA SPOLOČNE

Nebuďme ticho, keď vidíme prejavy antisemitizmu, xenofóbie, homofóbie, diskriminácie a nenávisť. Postavme sa im spoločne.

Zdieľaj na Facebooku

Milí rodičia,

prosíme, berte túto verejnú skupinu ako tipy, návody a pomôcky, ktoré podľa vlastného uváženia buď použijete alebo nie. Vy najlepšie viete, ako si zariadiť čas a režim dňa. Vkladajte najmä inšpirujúce podnety, vytvárajúce pozitívnu atmosféru.

Upraviť

Zavretá škola

Verejná skupina · 33,2 tis. členov

Pozvať

abykultúražila

HOME LIVE STREAM KONCERTY O INICIATÍVE PRE ŽIADATELOV KONTAKT



abykultúražila

Plody Kultúry Zlatý Batant GENERALNY PARTNER

Domov Koncerty Diskusie Line up Novinky O festivale Podporte nás

online festival

plný kultúrnych zážitkov

Ďakujeme, spoločne sme to zvládali, pomohli sme slovenským zdravotníckym zariadeniam.

Doteraz sme spoločne vyzbierali
1 352 046,02 €

Doteraz sme minuli
1 342 788,03 €

Aktuálny stav transparentného účtu

#KtoPomozeSlovensku

Podoby firemnej podpory

Finančná

- Peňažné prostriedky
- Znásobenie zrážok firmou (matching – crowdfundingové kampane)
- 0,5-2 % dane z príjmu právnickej osoby

Nefinančná

- Vecné dary, vlastné výrobky
- Dobrovoľníctvo, čas zamestnancov
- Poskytovanie služieb a tovarov
- Prenos skúseností, know-how, kontaktov
- Členstvo v správnej rade
- Vedenie kampane

Skôr než firmu oslovíte, zistite si, aké ma firma možnosti, koho podporuje aj 2 %, aké ma zisky, aké prepojenia na koho – zdroj web, výročné správy, finstat, foaf

Čo je dobre si uvedomiť vopred (cvičenie)

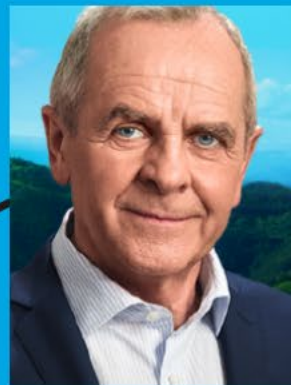
- V čom je vaša pridaná hodnota pre biznis partnera?
- Čo sú silné stránky vašej spolupráce (kde ich vidíte)?
- Ako komunikujete (ako viete partnera odkomunikovať)?
- Aké synergie viete spolu vytvoriť?
- Nakoľko ste transparentní?

Ako na efektívnu kampaň





Politický fundraising naplno dorazil na Slovensko





Spravme Bratislavu zelenšou a príjemnejšou pre život

Dobrovoľná zbierka



Príprava revitalizácie Troyerovho námestia a kúrie



Mestské zastupiteľstvo v Stupave vyhlásilo dobrovoľnú zbierku na účel spolufinancovania nákladov spojených s prípravou a realizáciou investičného zámeru revitalizácie Troyerovho námestia a nových priestorov Základnej umeleckej školy v Stupave.

Cieľom revitalizácie Troyerovho námestia a kúrie je zveľadiť túto hodnotnú časť mesta tak aby v nadväznosti na svoju polohu a rozlohu prinášala obyvateľom všetky benefity kvalitného verejného priestoru. Zóna Troyerovho námestia je totiž v tesnej blízkosti centra mesta, pri potoku Mláka, v susedstve Mestského kultúrneho a in-formačného centra a má tak potenciál prirodzene nadviazať na pešiu zónu a obyvateľom poskytnúť nové možnosti trávenia voľného času. Zároveň budú priestory Troyerovej kúrie slúžiť Základnej umeleckej škole v Stupave, ktorá si vzhľadom na svoju činnosť kvalitné a zodpovedajúce priestory isto zaslúži. Aj vďaka zbierke bude možné spolufinancovať náklady spojené s prípravou tohto projektu.

Podporiť dobrovoľnú zbierku môžete zaslaním ľubovoľnej čiastky na: číslo účtu SK54 0200 0000 0042 9921 7455.

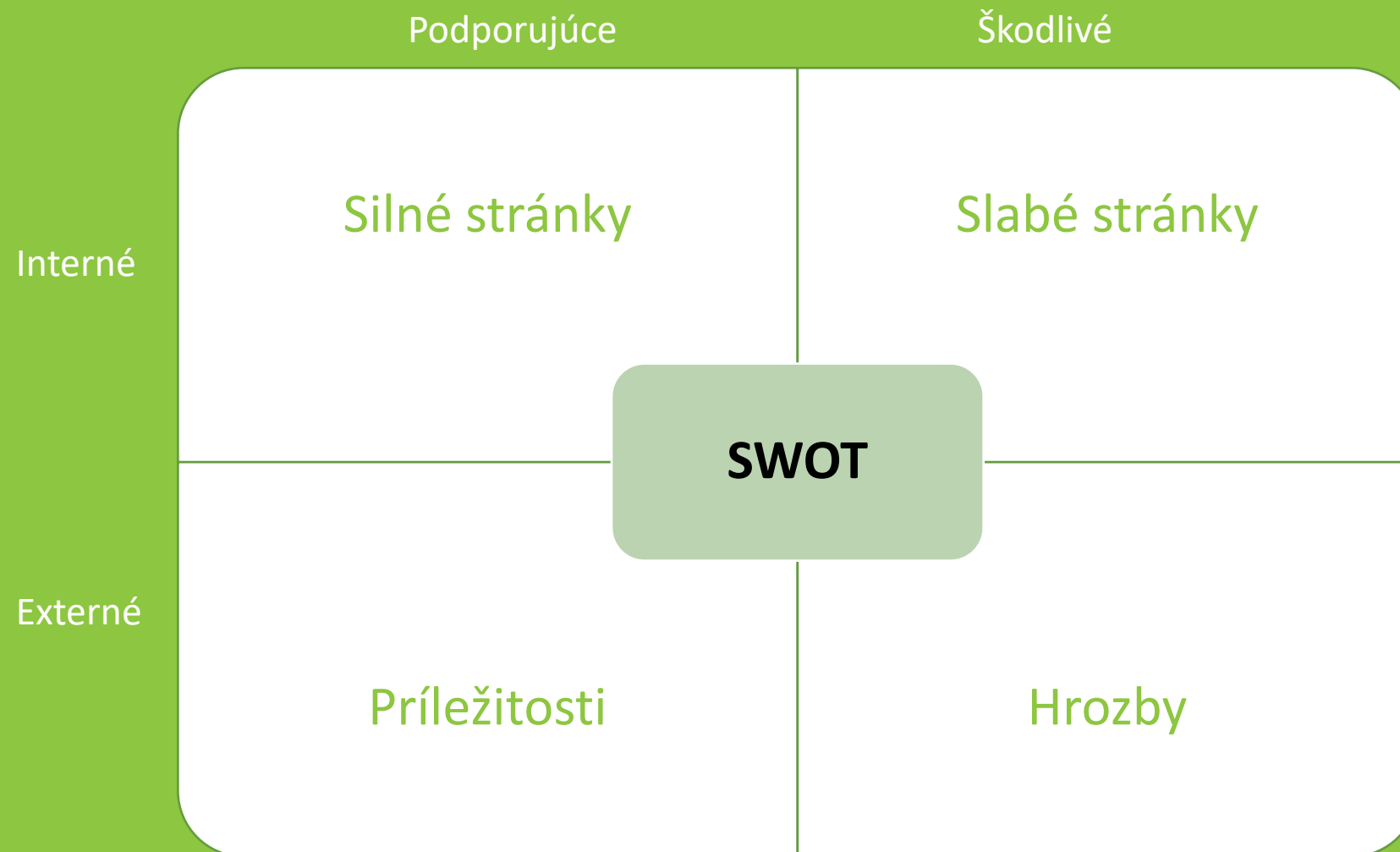
Troyerova kúria

Starší obyvatelia Stupavy poznajú tento objekt a okolité pozemky ako Barónove alebo Na barónovom. Je to lokalita, z ktorej sa zachovala len budova a nádvorie. Kúriu postavila šľachtická rodina Troyerovcov koncom 18. storočia. Kúria postupne, od 50-tych rokov, chátrala. Bol tu zriadený napríklad KOŽATEX (výroba dámskych kabeliek), dvor kúrie 20 rokov slúžil ako parkovisko ČSAD pre nákladné autá. Necitlivými prestavbami je kúria znehodnotená, znehodnotený bol aj kamenný rodový erb nad stredným oknom a neodbornou prácou sa zničila klasicistická fasáda. V súčasnosti objekt chátra, čo by mala napraviť plánovaná rekonštrukcia. (zdroj: <http://www.miroslavnovotry.sk/troyerova-kuria/4593521585>)

Základná umelecká škola v Stupave

ZUŠ v Stupave si v tomto školskom roku pripomína 60.výročie založenia, jej bránami prešli stovky žiakov a desiatky výborných pedagógov. Desiatročia pôsobí v prenajatých priestoroch, kde aj napriek daným podmienkam poskytuje kvalitné umelecké vzdelanie pre viac ako 700 žiakov. Mnohí z jej absolventov pokračovali v štúdiách na stredných a vysokých školách umeleckého zamerania a úspešne sa uplatnili v tejto oblasti, niektorí bývalí žiaci sú už dnes našimi kolegami. Jedným z našich úspešných absolventov je aj módny návrhár Boris Hanečka. Nakoľko sa počet obyvateľov v meste Stupava v posledných rokoch neustále zvyšuje, aj ZUŠ eviduje zvýšený záujem o štúdiá, ktoré však nie vždy môže z kapacitných dôvodov zabezpečiť. Ako posledné zo školských zariadení v zriaďovateľskej pôsobnosti mesta Stupava bez vlastnej budovy si ZUŠ vlastné priestory určite zaslúži, aby sa mohla naďalej rozvíjať a poskytovať umelecké vzdelanie v hudobnom, výtvarnom, tanečnom a literárno-dramatickom odbore všetkým, ktorí o štúdiá budú mať záujem.

Začnite SWOT analýzou.



Identifikujte kľúčových stakeholderov a cieľové skupiny.

- S kým z vašej organizácie budete na príprave a výkone stratégie spolupracovať?
- Kto je vaša cieľová skupina podporovateľov?

1

Nastavte si ciele kampane a cestu k nim.

- Koľko peňazí potrebujete získať pre organizáciu, projekt, program?
- Čo chcem odkomunikovať?

2

Vytvorte príbeh pre kampaň

- Aké sú vaše strategické ciele kampane, čo chcete dosiahnuť?
- Máte presvedčivý príbeh, ktorý môžete dať počas celej kampane?

Jasne komunikujte účel svojej kampane.

- Čo je vaša víza / poslanie?
- Je ľahko zrozumiteľná?
- Je darca / podporovateľ hrdinom?

Dokončite svoju prácu a plánovanie.

- Aké metódy fundraisingu využijete?
- Aké komunikačné kanály využijete?
- Máte stanovený budget?
- Máte inventár zdrojov?

5

Nastavte si deadline pre cieľ.

- Aký je časový plán kampane?
- Máte pripravený check list pre vašich kolegov?

6



príprava / trvanie /
načasovanie



- Cieľ / matching?
- Kto a kde je naša cieľovka (koho oslovujeme)?
- Aký máme budget na realizáciu?
- Aká platforma je pre nás vhodná?



plán (step by step)



- Odmeny
- Copy / výzva / novinky / email
- Video
- PR / mediá
- Sociálne siete (copy, obrázky, videá, míľniky..)



tím / role / úlohy



- Kvalitný a kreatívny obsah
- Influenceri
- Multigenerovanie / prepájate aktivity
- Vedieť reagovať na dianie v čase
- Autenticita
- Ďakovanie



budget

Ďakujem.

Zuzana Suchová

Kontakt:

zsuchova@gmail.com

skype: zsuchova

facebook.com/groups/inspiraciezfundraisingu

linkedin.com/in/zuzanasuchova

slideshare.net/zsuchova

#fundraisingislove

