

A-8. Fundraising

I. Co je to fundraising (FR)?

V mnoha jazycích zemí střední a východní Evropy je slovo fundraising nelibozvučným cizincem. Je to pojem zahrnující různé metody a postupy, jak získat finanční a jiné prostředky na činnost neziskových nevládních organizací (NGO).

Je to "věda" o tom, **jak úspěšně přesvědčit druhé**, že právě vy a vaše organizace jste důležitou součástí společnosti. Je to "věda" o tom, jak druhé **motivovat k dobrým skutkům**, jak je přesvědčit, že peníze nejsou všechno a dát jim možnost darovat i svůj čas, zájem a důvěru.



2. Kdo by mohl přispět?

Pracovní list: motivace dárce

1. Kdy a co jste darovali? Byla to osobní pomoc, čas, nějaká věc nebo také peníze? Když peníze, kolik?
2. Uveďte příklady vašich darů jiným NGO. Vzpomeňte si, kdo vás žádal a jakým způsobem jste jej podpořili.
3. Kdy jste řekl(a) jiné organizaci NE a proč?
4. Vyjmenujte alespoň deset důvodů, proč právě vám a vašemu projektu by někdo měl něco dát.
5. Zeptejte se svých přátel, jestli by podpořili vaši organizaci a nebo ne a proč. Pečlivě si запиšte do paměti jejich důvody.

Toto cvičení si můžete udělat společně se svými kolegy během schůze, při práci, nebo když sestavujete své fundraisingové plány. V podobném duchu se můžete ptát i svých potenciálních dárců. Získáte tak nesmírně cenné informace a klíč k úspěšnému oslovení. Obecně platí, že „**chceme-li od někoho něco získat, musíme vycházet z jeho potřeb**“.

Motivace dárce

Asi nejlépe dokázal základní motivaci dárců vystihnout profesor Henry Rosso, zakladatel školy fundraisingu ve státě Indiana: Dávání peněz je radost. Lidé to rádi dělají proto, že jim to dává dobrý pocit, společenskou vážnost nebo to ulehčuje jejich svědomí. Mohou si sami



sobě dokazovat, že něco takového dovedou udělat. Nebo jim to prostě umožňuje vyjádřit jejich morální hodnoty a přesvědčení.

Lidé rádi dávají peníze

- jestliže k tomu mají významný a neodkladný důvod,
- jsou osobně zainteresovaní na výsledku podpořené činnosti,
- vidí ostatní, jak přispívají na tutéž činnost svým časem i penězi,

vědí, že:

- jim bude neodkladně poděkováno,
- budou viditelně spojováni s úspěchem projektu,
- budou pravidelně informováni o rozvoji organizace,
- vědí přesně, na co budou jejich peníze použity a že budou využity rozumně a šetrně
- že podpořená organizace je prosycená nadšením a optimismem a že jistě získá potřebné finance i od ostatních.

3. Na co? Proč? – FR argument

Proč zrovna my? - Formulace poslání pro dárce

Znáte tu známou a oblíbenou dětskou otázku PROČ? Proč je tráva zelená a proč má pes čtyři nohy? Proč mám chodit spát a proč musím jít do školy? Kdo má děti, jistě strávil několik perných chvil s hledáním odpovědí. Má však dobrou průpravu na fundraising. I dárce tuto „hru“ rádi hrají:

Proč je zrovna vaše činnost tak důležitá a proč na ni potřebujete peníze? Proč vám mám dát zrovna já? Proč nepřijdete za měsíc (nebo proč jste nepřišli před rokem)? Budete-li umět odpovědět stručně, pravdivě a srozumitelně, jen těžko vás někdo odmítne.

Krátké a srozumitelné sdělení je klíčem k lidem, kteří nás zajímají, a které bychom chtěli motivovat k tomu, abychom zajímali my je.

Správně formulované poslání:

- dárce získává a neodrazuje,
- nevytváří nové problémy, ale nabízí řešení a východiska,
- dává dárce najevo, že právě on může pomoci, a ne že tomu vlastně nerozumí.

Sestavení fundraisingového argumentu

Při předkládání vašeho poslání a cílů dárci by mělo být naprosto jasné:

- PROČ vaše organizace existuje,
- CO jsou její cíle, čeho chcete dosáhnout,
- JAK těchto cílů hodláte dosáhnout,
- KOMU bude činnost vaší organizace sloužit,
- PROČ by měl někdo ke splnění těchto cílů přispět.

Při formulaci poslání není vhodné používat příliš odborné výrazy nebo citovat vědecké teorie. Snažme se své poslání vyjádřit stručně, lákavě, srozumitelně a pozitivně.

4. Jak na to?

Pár tipů...

Možnosti podpory

- a) benefiční koncert, divadlo
- b) bazárek
- c) firemní fundraising
- d) přednášky (škola, farnost, práce...)
- e) Salesiánský misijní den (SMD) – kolem svátku sv. salesiánů mučedníků Versiglia a Caravaria 25. 2.
- f) Dnes jím jako... – najít si svoji školu
- g) Direct mailing: 50 – 500 adresátů

Ad e+f) SMD + DNES JÍM JAKO

- V měsíci březnu probíhá akce Dnes jím jako (<http://www.adopenablizko.cz/dnes-jim-jako/>).
- Jedná se o osvětovou aktivitu pro ZŠ na základě ochutnávky jídla, přednášky a diskuze o zemi, do níž Sadba vysílá dobrovolníky.
- Každý rok se jedná o jinou zemi světa.
- **Domluv (do konce ledna) ve svém okolí ZŠ**, která by o akci měla zájem. V únoru Ti pro ně dáme výukové materiály, k této aktivitě.
- Jeden vybraný den budou jíst jako Afričan/Ind/Mexičan. Do kasičky budou sbírat peníze, které tím ušetří (cca 100 Kč).
- > Pomoz nám s oslovením škol. Z peněz, které se z akce vyberou, mohou být také částečně uhrazeny náklady na Tvou dobrovolnou službu.





Ad g) Direct Mailing

- Kdo by nám měl fandit víc, než naši blízcí?
- Je to snadné, stačí, když „někdo někoho o něco požádá“.

Jak na to?

- I. Sestav si **adresář** 50 – 500 adres svých příbuzných a známých a dalších, na které máš vazbu (třeba i přes někoho). Obvykle kladně odpoví 2 – 10 % vhodně oslovených.
- II. Požádej Sadbu o **přidělené specifického symbolu** na Adopci nablízko pro tvůj projekt (dobrovolníci jedoucí do stejného místa se mohou spojit dohromady).
- III. **Sepiš dopis** (či e-mail) na míru pro své blízké a přátele, ve kterém zmíníš, kdy a kam odjíždíš pomáhat, proč tam jedeš, co tam budeš dělat. V dopise také popíšeš projekt, ve kterém budeš působit a zmíníš organizaci Sadba a projekt Adopce nablízko. Požádáš v něm o podporu své cesty nebo díla, do kterého jsi zapojený. Budeš mít svůj specifický symbol, přes který Tě budou moci Tvoji blízcí podporovat.
- IV. Dopis **zkonzultuješ** se Sadbou a upravíte ho do oficiální podoby.
- V. **Rozešli** dopis na dané adresy.
- VI. Sadba Tě bude na požádání **informovat o došlých darech** na Tvůj projekt, abys mohl poděkovat. Prostředky slouží k zakoupení letenky, pojištění a dalších nákladů na dobr. službu. (max. 15% jde na náklady na správu darů a komunikaci s dárci)

Proč bys do toho měl jít?

- Není důležité, kolik peněz se na Tebe v této kampani vybere.
- Sadba respektuje dary na konkrétní dobrovolníky. Čím víc peněz se na Tebe tedy vybere, tím méně potom budeš muset dál shánět nebo si doplácet.

Literatura

Levinová, Jana. PROFESIONÁLNÍ FUNDRAISER. České centrum fundraisingu, 2003.

Vracovský, Jaroslav. Poznámky z kurzu Českého centra fundraisingu „profesionální fundraiser“.