




ASOCIACE
VEŘEJNĚ
PROSPĚŠNÝCH
ORGANIZACÍ ČR

FUNDRAISING A JAK NA NĚJ

Veronika Pačesová

Jdeme do toho.
S odvahou.

Iceland
Liechtenstein
Norway



**Active
citizens fund**

| Nadace OSF




FUNDRAISING A JAK NA NĚJ

- ✓ typy FR
- ✓ můj postoj k FR
- ✓ dovednosti pro FR
- ✓ jak a kde získat fundraisera
- ✓ umění prodeje při FR
- ✓ FR v organizaci + FR systematicky
- ✓ co nefunguje

Jdeme do toho.
S odvahou.

Iceland
Liechtenstein
Norway



**Active
citizens fund**

| Nadace OSF


VDV
VÝSKLADKOVÝ
INSTITUT

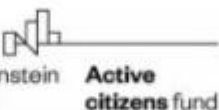


Typy/druhy fundraisingu

- ✓ individuální dárci (adresné oslovení, veřejné sbírky, benefiční akce, kampaně)
- ✓ firemní dárci (peníze, věcné dary, služby, kontakty ...)
- ✓ nadace, nadační fondy
- ✓ dotace, granty (obce, města, kraje, ministerstva, EU, norské fondy ...)
- ✓ samofinancování, vlastní hospodářské aktivity (prodej výrobků nebo služeb, příjem z členských příspěvků ...)
- ✓ sociální podnikání

Jdeme do toho.
S odvahou.

Iceland
Liechtenstein
Norway



Active
citizens fund

| Nadace OSF

VDV
VEŘEJNĚ
PROSPĚŠNÝCH
ORGANIZACÍ ČR




Když se řekne **FUNDRAISING?**

Osobní zkušenosti s FR?

Jdeme do toho.
S odvahou.

Iceland
Liechtenstein
Norway



**Active
citizens fund**

| Nadace OSF


VDV
VÝSKLADKOVÝ
INSTITUT



HEALTHCARE
INSTITUTE

O postoji k FR je to především ...



Jdeme do toho.
S odvahou.

Iceland
Liechtenstein
Norway



**Active
citizens fund**

| Nadace OSF


VDV
VEREIN DER VERBRAUCHER

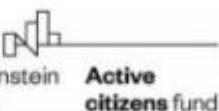

QUALITÄT
INSTITUT

Můj postoj k fundraisingu

- ✓ Vnímám fundraising jako důležitý?
- ✓ Proč ho dělám / chci dělat? (motivace)
- ✓ Co mi na něm přináší radost / na co se těším?
- ✓ Je něco, čeho se bojím / co je pro mě nepříjemné? Co s tím mohu dělat, jak to mohu eliminovat?
- ✓ S kým spolupracuji / mohu počítat? (podpora týmu)

Jdeme do toho.
S odvahou.

Iceland
Liechtenstein
Norway



Active
citizens fund

| Nadace OSF

VDV
VÝSKUMNÝ
INSTITUT




Fundraising je důležitý, protože

- ✓ bez peněz nemůže organizace dobře dělat svoji práci, a tudíž ani plnit své poslání
- ✓ bez peněz se těžko plánuje další rozvoj
- ✓ vede k omezení závislosti organizace (pokud mám 1 hlavní zdroj a ten vypadne, jsem v průšvih)
- ✓ budují síť podporovatelů
- ✓ zvyšují stabilitu a udržitelnost organizace

Jdeme do toho.
S odvahou.

Iceland
Liechtenstein
Norway



**Active
citizens fund**

| Nadace OSF


VDV
VÝSKLADKOVÝ
INSTITUT



Dovednosti pro fundraising (negrantový)

- ✓ nadšení a chuť do práce, vytrvalost
- ✓ schopnost prodávat (ukázat vztah mezi důležitou potřebou, kterou moje organizace umí naplnit a tím, jak může být dárce užitečný) a být přesvědčivý
- ✓ nápady, kreativita
- ✓ sebedůvěra (i v případě opakovaných odmítnutí)
- ✓ sociální a komunikační dovednosti, ochota navazovat kontakty
- ✓ organizační dovednosti

Jak a kde získat fundraisera

1. interní zdroje v organizaci

- ✓ výhody: pracovník zná organizaci, její fungování, souzní s jejími hodnotami, ušetřím čas a kapacitu hledáním nového člověka
- ✓ nevýhody: pracovník nemusí být vhodné dovednosti, může mít chuť, ale už ne časovou kapacitu, práci FR dostane navíc ke své práci, v organizaci se nevytvoří nová organizační struktura
- ✓ ujasnit si pracovní podmínky, **náplň práce** (k získávání peněz od firem jsou většinou třeba jiné dovednosti než při psaní žádosti o grant, příp. změnu organizační struktury, platební podmínky, zkušební doba atd.

Jak a kde získat fundraisera II

2. externí zdroje

- ✓ ujasnit si, koho hledám (dovednosti, praxi, zkušenosti, platební podmínky – placená x neplacená pozice, % z darů apod., pozici v organizaci, náplň práce)
- ✓ ujasnit si, kde pracovníka budu hledat (pracovní servery, sítě atd.) + podle toho pak zformulovat inzerát
- ✓ výběrové řízení
- ✓ mít vytvořené pracovní místo, na které může pracovník nastoupit + připravený plán zaškolení pracovníka

Umění prodeje při FR


- ✓ ukázat, že existuje **důležitá potřeba, která vyžaduje pozornost dárce/podporovatele** (mělo by jít o téma, které už dárce zná nebo o něm slyšel, pokud ne, trvá celý proces déle, vazba na PR)
- ✓ ukázat, že tuto **potřebu v organizaci umíme řešit** (ukázat výsledky, historii, vazba na PR = důvěryhodnost organizace atd.)
- ✓ když dárce/podporovatel **souhlasí, že jde o důležitou potřebu a věří, že ji umíme řešit**, tak mu pak **ukázat, jak může být užitečný** (např. finanční příspěvek na konkrétní účel, kontakt, podpora, hmotná pomoc, sdílení příspěvku atd.)
- ✓ prodávám myšlenku být užitečný (např. projekt <https://www.nemocnice-bez-hranic.cz/> - potřeba: chybí nemocnice, organizace je umí stavět, já jako dárce mám možnost přispět na stavbu nemocnice)

Umění prodeje při FR II

- ✓ být přesvědčivý, nebát se být vidět (říkat věci jednoduše a srozumitelně)
- ✓ poděkovat (dle motivu a přání dárce – někdo např. nechce být vidět, někdo ano)
- ✓ pravidelná **kontinuální komunikace s dárci/podporovateli**
- ✓ být pravdivý, autentický a ctít hodnoty a etické principy FR dané organizací

Jdeme do toho.
S odvahou.

Iceland
Liechtenstein
Norway



**Active
citizens fund**

| Nadace OSF


VDV
VÝSKLADKOVÝ
INSTITUT


KVALITNÍ
INSTITUT

Fundraising v organizaci

- ✓ FR je týmová práce – kromě samotného fundraisera je potřeba počítat s kapacitou ředitele/předsedy organizace, pracovníka, který dělá PR atd. + vytvořit pro FR v organizaci zázemí
- ✓ důkladně zvážit kapacity zapojených pracovníků a reálně nastavit plánované výsledky
- ✓ počítat s náklady na FR (nejen mzdové náklady fundraisera, ale i další provozní náklady, často i PR) – zejména při systematickém FR
- ✓ fundraising v organizaci musí být stejně důležitý jako plnění poslání organizace (min. pro vedení organizace, které toto pak komunikuje i dále), tj. vědět PROČ, začít využívat kontakty, příležitosti atd.

Fundraising v organizaci II

- ✓ minimalizovat rizika a hlídat efektivitu (je možné testovat a zkoušet věci, ale pozor na rozpočet, odchody klíčových pracovníků, na některé potřeby je jednodušší sehnat grant nebo oslovovat dárce a naopak atd.)
- ✓ pravidelně vyhodnocovat výsledky fundraisingu
- ✓ systematický a pravidelný FR znamená většinou také systematické PR
- ✓ ochota učit se, vzdělávat, testovat a být trpěliví a nevzdávat se

Když chci dělat fundraising systematicky


- ✓ **analýza současného stavu a potřeb** = vědět, na co peníze potřebuji + kolik (vykrýt výpadek příjmů? tvořit rezervu? hradit náklady, které nemohu hradit z jiných zdrojů? nová služba/projekt?)
- ✓ **identifikace možných zdrojů** = jaké možné zdroje pro nás přicházejí v úvahu (individuální dárci, firemní, nadace, veřejné zdroje ...)
- ✓ **analýza možných příležitostí** (zkušenosti organizace, kapacita pro FR, styl práce, kontakty, vstupní kapitál, personální zdroje, vyhodnocení minulých FR zkušeností ...)

Když chci dělat fundraising systematicky II

- ✓ nastavit **cíle fundraisingu** (měřitelné, reálné)
- ✓ **fundraisingové nástroje a aktivity** = takové, kterými naplním stanovené cíle (kampaň, oslovování firem ...) + stanovit výstupy, výsledky, termíny a odpovědné osoby
- ✓ **sledování a vyhodnocování výstupů a výsledků** (jednoduše, ale pravidelně – např. čtvrtletně v rámci porad, sledování jednoduché tabulky s počty oslovených dárců, získaných darů apod.)

Jdeme do toho.
S odvahou.

Iceland
Liechtenstein
Norway



**Active
citizens fund**

| Nadace OSF


VDV
VĚDECKÝ ÚSTAV



INSTITUT
PRO SOCIÁLNÍ VĚDY

Co nefunguje

- ✓ dělat FR nahodile nebo ad hoc a čekat skvělé výsledky (potřebuji mít silné „proč“ na úrovni celé organizace, jinak FR nefunguje)
- ✓ spoléhat na to, že ředitel/předseda organizace nebude mít s FR žádnou práci (FR = týmová práce a fundraiser potřebuje zázemí a podporu)
- ✓ bát se (být vidět, že někoho svou kampaní naštvu nebo že to bude už „moc“) (potřebuji být přesvědčivý a uspět mezi stovkami dalších podnětů, které potencionální dárce denně má)
- ✓ hodit celou odpovědnost za výsledky za fundraisera (viz odrážka výše)

Jdeme do toho.
S odvahou.

Iceland
Liechtenstein
Norway



**Active
citizens fund**

| Nadace OSF


Vědecký ústav pro výzkum veřejnosti


Institut pro veřejnou správu

Co nefunguje II


- ✓ slepě kopírovat FR nástroje dalších organizací, neustále něco testovat a nevyhodnocovat (testovat můžu, inspirovat se taky, ale pak je dobré vyhodnocovat a aplikovat na podmínky své organizace)
- ✓ najmout konzultanta a čekat, že vše vymyslí za mě a ono to pak bude fungovat (plán je jedna věc, realizace pak věc jiná 😊)
- ✓ říkat, že kdybych získával/a peníze na děti/zvřřata/rodiny v krizi ..., tak bych to měl jednodušší 😊
- ✓ prosit a hledat sponzory (nabízím a hledám partnery, kteří chtějí být užiteční a pomoci mi s naplňováním potřeby)

DOTAZY ?

Postřehy, připomínky?

Jdeme do toho.
S odvahou.

Iceland
Liechtenstein
Norway



**Active
citizens fund**

| Nadace OSF


VDV
VÝSKLADKOVÝ
INSTITUT


INSTITUTE