



## SLOVENSKO-ČESKÁ KONFERENCIA O FUNDRAISINGU

### Popis blokov

**(Ne)stojí to zato...!?**

11. 11. 2010 Bratislava

#### **Fundraising v 21. storočí – náročný alebo plný príležitostí?**

**Neelam Makhijani – Resource Alliance (UK)**

Mnoho organizácií sa pre ekonomickú situáciu stretáva s poklesom vo fundraisingu. Ak sú vyčerpané možnosti znižovania nákladov a znižovania počtu pracovníkov alebo programov, nevyhnutnosťou sa stávajú kreatívne a inovatívne fundraisingové nápady.

Okrem podpory z nadácií, firiem a od vlády je tradičný fundraisingový model postavený na silných vzťahoch s darcami, čo si vyžaduje osobnú zaangażovanosť správnej rady a zamestnancov. Tá je síce osobná a efektívna, avšak možná je iba vtedy, ak postačujú zdroje na jej implementáciu. Či už sa to týka marketingu alebo fundraisingu, čím viac ľudí viete zasiahnuť efektívnym posolstvom, tým viac peňazí viete získať.

Tradičné fundraisingové nápady pre neziskovky sa sústreďujú na získavanie zdrojov a zvyšovanie informovanosti prostredníctvom akcií pre verejnosť a miestnych médií. To je síce efektívne, avšak má to aj svoje obmedzenia. Internet vytvára pre fundraising úplne nový svet príležitostí s ďaleko väčším dosahom, než by sme si kedykoľvek dokázali predstaviť.

#### **Drsná jazda fundraisingom**

**Thomas Wuchterl – Greenpeace Meds (AUT)**

Thomas vás vezme na rýchlu jazdu po horskej dráhe meniaceho sa prostredia pre fundraiserov. Očakávajte, že vás posadí do sedadla vodiča.

#### **Výzvy v regióne strednej a východnej Európy – ako sa fundraiseri môžu poučiť z minulého a súčasného vývoja v neziskovom sektore**

**Jana Ledvinová – Resource Alliance, České centrum fundraisingu (CZ)**

Väčšina zahraničných donorov sa v súčasnosti z regiónu strednej a východnej Európy stiahla a neziskové organizácie nechali napospas vlastnému utopeniu sa alebo plávaniu. Aký je výhľad do budúcnosti? Tento blok poskytne pohľad na súčasnú situáciu a možnosti vývoja do budúcnosti, vrátane príležitostí pre fundraiserov.

#### **Posilování fundraisingu neziskové organizace prostřednictvím transparentní a důvěryhodné značky**

**Marek Šedivý – Asociace veřejně prospěšných organizací v ČR (CZ)**

V současné době se ve společnosti stále více objevuje poptávka po transparentnosti. To se samozřejmě týká také neziskových organizací. Transparentnost neziskových organizací významně posiluje jejich důvěryhodnost a tím potenciál neziskovky získat podporu od dárců. Co všechno souvisí s důvěryhodností značky neziskové organizace? Může k tomu v České republice přispět nově vznikající zákon o statusu veřejné prospěšnosti?



SLOVENSKO-ČESKÁ  
KONFERENCIA  
O FUNDRAISINGU

#### **Budovanie značky ako predpoklad úspechu pri fundraisingu**

**Andrej Kiska – Dobrý Anjel (SK)**

Príspevok sa bude zaoberať hlavne marketingom charitatívnych organizácií. Marketingom organizácií väčších, ale aj menších a lokálnych. Očami človeka z biznisu aj charity poukáže na vnímanie značky pri fundraisingu a dá niekoľko praktických rád na oslovovanie firemných darcov.

#### **Direct mail ako forma získavania zdrojov, databázy**

**Martin Šeliga – Direct Marketing (SK)**

Prezentácia bude zameraná na dáta, predstaví potenciál databáz pre ČR a SR, rozsah dát, ktorý je k dispozícii, obsah jednotlivých databáz – kritéria selekcie, analýzu dát – profil prispievateľa, segmentáciu prispievateľov, klasifikáciu potenciálu (pravdepodobnosť úspechu), geomarketing, pod pokrievkou spoločnosti Direkt Marketing.

#### **“Toto tu nebude fungovať!”, počul som to tisíckrát.**

**Gary Edwards – Zdravotní klaun, Červený nos Clowndoctors (USA)**

Krátky príbeh o tom, ako sa myšlienka Zdravotníhoklauna preniesla do Česka a na Slovensko. A o rozvíjaní relatívne nových fundraisingových nápadov u nás. Kedy spoznáte, že ste ako neziskovka pripravení pre tento krok vo fundraisingu? Prečo dáva zmysel nestavať všetko iba na jednu kartu? Po prezentácii bude nasledovať priestor pre krátke otázky a odpovede.

Registrácia na [www.fundraising.sk](http://www.fundraising.sk)



## SLOVENSKO-ČESKÁ KONFERENCIA O FUNDRAISINGU

### Popis blokov

**(Ne)stojí to zato...!?**

11. 11. 2010 Bratislava

#### **...alebo ako to Shooty natrel fundraiserom!**

**Eduard Marček – PDCS, Slovenské centrum fundraisingu (SK)**

V júni 2010 zažilo Slovensko parlamentné voľby, ktoré zmenili politickú tvár krajiny. Niekoľko týždňov pred týmito voľbami sa však zrodila iniciatíva známeho slovenského karikaturistu, ilustrátora a multiumelca Martina Shootyho Šútovca, ktorá zmenila tvár fundraisingu v našej krajine. V tejto politicky nekorektnej reflexii sa zamyslíme nad tým, čím bola táto iniciatíva inšpiratívna a v čom sa z nej naši fundraiseri môžu poučiť.

#### **Získajte zdroje teraz! 25 rôznorodých metód fundraisingu**

**Robert Kawałko – Polskie Stowarzyszenie Fundraisingu (PL), European Fundraising Association**

Robert Kawałko v prvých 30 minútach predstaví 25 rôznych fundraisingových techník, od základných a jednoduchých až po tie sofistikované. Po prezentácii nasleduje návod, ako si vybrať najvhodnejšiu metódu a ako ju úspešne implementovať vo svojej organizácii. Následne sa zúčastníte experimentálneho workshopu pod názvom "Získajte zdroje teraz", ktorý nedávno zaradili ako súčasť do tréningu pri formovaní fundraiserov v Poľsku. Je to emocionálne! Ak máte vášeň pre získavanie zdrojov a ak ich skutočne potrebujete, na konci tejto časti budete mať ako výstup k dispozícii reálne peniaze. Toto je blok pre skutočných fundraiserov.

#### **Koalice Za snadné dárcovství aneb co mohou neziskovky dokázat, když začnou aktivně spolupracovat**

**Jitka Nesrstová – Nadace Via (CZ)**

Před několika lety byl face to face fundraising v České republice spíše noční můrou – banky neměly zájem s neziskovkami spolupracovat, každá trvala na svém vlastním formuláři a školení recruiterů se namísto komunikace s dárci zaměřovalo spíše na to, jak ten který formulář správně vyplnit. České neziskovky se tehdy našťástí spojily a společným vyjednáváním s bankami se jim podařilo výrazně změnit prostředí pro získávání pravidelných dárců. Koalice Za snadné dárcovství dnes sdružuje více než 30 neziskovek, které individuální dárcovství považují za významný zdroj a systematicky se mu věnují. Spoluzakladatelka koalice vám ve své prezentaci představí jak dosavadní činnost koalice a její hlavní úspěchy, tak i budoucí plány jak českým dárcům i neziskovkám spolupráci ještě více usnadnit.

#### **Direct dialog / E-shop skutecnydarek.cz – příklad Člověk v tísni, o.p.s.**

**Jiří Cveček – Člověk v tísni (CZ)**

**Kateřina Rybová – Člověk v tísni (CZ)**

Člověk v tísni představí své pojetí přímého oslovení na ulici. Proces vzniku kampaně, její organizace a další plánovaný rozvoj. Možnosti a výhody přímého oslovení se představí v kontextu malé i velké neziskové organizace. Část prezentace bude věnována elektronickému obchodu SkutecnyDarek.cz a prodeji dárkových certifikátů zastupujících reálná zvířata, nástroje a další materiál distribuovaný při rozvojové spolupráci.

#### **2% ako (jediný?) zdroj financovania organizácie; charitatívna reklama vs. sponzoring**

**Milan Andrejkovič – 1. slovenské neziskové servisné centrum (SK)**

Témou bloku bude pohľad na 2% ako pravidelný, relatívne jednoducho dosiahnuteľný zdroj financií. Okrem toho posúdime výhody a nevýhody 2% pre mimovládne neziskové organizácie a prezentujeme štatistické údaje týkajúce sa podielu zaplatenej dane. Vysvetlenie zmien týkajúcich sa 2% od 2010 a 2011. Porovnanie sponzoringu a plánovanej úpravy charitatívnej reklamy.

#### **Postavenie nadácií pri financovaní mimovládnych neziskových organizácií**

**Lenka Ilánovská – konzultantka (SK)**

Teória nazýva nadácie bankami neziskového sektora. Už z podstaty ich existencie vyplýva, že disponujú veľkým majetkom, ktorý zhodnocujú a takto získané výnosy ďalej prerozdeľujú na podporu verejnoprospešných projektov. Na Slovensku však máme dve majetkové nadácie. Ako tento fakt ovplyvňuje získavanie zdrojov od nadácií si povieme počas diskusie o tom, aké je postavenie nadácií pri financovaní mimovládnych neziskových organizácií. Zároveň si povieme, aké projekty slovenské nadácie podporujú a na čo je potrebné sa pripraviť, ak sa chystáte pýtať peniaze od nadácií.



SLOVENSKO-ČESKÁ  
KONFERENCIA  
O FUNDRAISINGU

Registrácia na [www.fundraising.sk](http://www.fundraising.sk)



### Právni možnosti závětního darování v ČR

Jiří Kučera – Kučera & Associates (CZ)

Příspěvek se zabývá základními principy dědického práva a prostorem, kterého se v českém dědickém právu dostává závětnímu darování. Upozorňuje na rizika spojená s tímto druhem fundraisingu a formuluje základní možnosti závětního darování v ČR.

### Individuálne darcovstvo postavené na hlavu

Igor Polakovič – konzultant (SK)

Prezentácia sa bude zaoberať porovnávaním individuálneho darcovstva u nás a v niektorých vytypovaných krajinách. Rovnako porovnáme prístup štátneho, bankového i tretieho sektora k individuálnemu pravidelnému darcovstvu cez direct debit a pozrieme sa na to, kde Slovensko zaspalo dobu. V diskusii na záver príspevku sa budeme venovať krokom, ktoré by mali všetky zainteresované strany vykonať, ak chcú, aby SR mala finančne stabilný a silný tretí sektor podporovaný občanmi.

### Nehľadajte nových donorov, hľadajte e-fundraiserov

Martina Tvrdoňová – WellGiving (SK)

Juraj Javorský – Denník SME (SK)

- Úspešná e-kampaň predpokladá sedem krokov
- „Lucky dog“ je základ
- Dakujeme.sk: ako sme získali prvých 50000 EUR
- Inšpirácie z domova a zo sveta
- Facebook, bannery, blogy a blogeri

### Telemarketing jako navazující metoda péče o dárce

Ota Kubinec – Hnutí Duha (CZ)

Telemarketing je příležitostí jak být poměrně levně v přímém kontaktu s dárce. Můžete mu poděkovat, pozvat na akci, nabídnout podporu kampaně nebo jej požádat o dar. V Hnutí DUHA se telemarketingu systematicky věnujeme od roku 2006, každoročně metodu inovujeme. Získané informace přinášejí peníze i důležitou zpětnou vazbu k práci Hnutí DUHA. Telefonní čísla nekupujeme, získáváme je jako součást jiných fundraisingových metod.

### (Profesionálny?) fundraiser v mimovládnej neziskovej organizácii

Vladislav Matej – SOCIA – nadácia na podporu sociálnych zmien (SK)

Cieľom príspevku je hľadať odpoveď, akým spôsobom, resp. či je možné zamestnať v mimovládnej neziskovej organizácii na Slovensku profesionálneho fundraisera. Koľko by musel získať prostriedkov, aby sa sám uživil? Aké sú stratégie obsadenia tejto pozície. 7 charakteristík úspešného fundraisera. Win-win stratégia, ako úspešný model fundraisingu v slovenskom kontexte. Vstup bude rozčlenený na tieto fázy: Prezentácia autora: 25 min. (PowerPoint), cvičenie, resp. aktívne zapojenie účastníkov, diskusia.

### Fundraising na lokálnej úrovni

Luboš Tvrdoň – Komunitná nadácia Bratislava (SK)

Všetko to málo, čo o fundraisingu viem, ma naučila moja mama-kadernička. Alebo ako sme získavali dôveru pri získavaní zdrojov v prospech komunitných aktivít. Prezentácia troch modelových prípadov.

### Dobrá novina ako príklad úspešnej verejnej zbierky

Marián Čaučík – eRko (SK)

Kolednícka akcia slovenských detí sa počas pätnásťročnej histórie stala neoddeliteľnou súčasťou vianočného obdobia pre tisíce detí, mladých ľudí a navštívených rodín. Spojenie oživenia tradícií s myšlienkou pomoci v subsaharskej Afrike priniesla okrem vzdelávania detí a milých komunitných aktivít aj viac ako 150 mil. Sk cez každoročné verejné zbierky pre rozvojové projekty zamerané na ľudí v núdzi v Keni, Ugande, Sudáne a ďalších afrických krajinách. Prezentácia bude zameraná na priblíženie formátu a organizačného zabezpečenia akcie, spolupráce s dobrovoľníkmi, vzdelávania, spolupráce s katolíckymi farnosťami a komunikácie s verejnosťou.





## SLOVENSKO-ČESKÁ KONFERENCIA O FUNDRAISINGU

### Popis blokov

**(Ne)stojí to zato...!?**

11. 11. 2010 Bratislava

#### Cieľové skupiny

- Fundraiseri pôsobiaci v rámci mimovládnych neziskových organizácií, poloverejných či iných súkromných inštitúcií
- Fundraiseri, ktorí získavajú zdroje na jednorazové akcie a eventy
- Členovia správnych rád a riadiaci pracovníci mimovládnych neziskových organizácií, poloverejných či iných súkromných inštitúcií
- Dodávatelia služieb a riešení pre fundraiserov a mimovládne neziskové organizácie
- Komunikačné, reklamné a PR agentúry
- Zaujímavcovia o získavanie zdrojov

#### Dátum

Štvrtok 11. 11. 2010

#### Miesto konania

Slovenská sporiteľňa, a. s.  
Tomášikova 48  
832 37 Bratislava

#### Účastnícky poplatok

- 1 účastník: 89 EUR
- v prípade 2 a viacerých účastníkov z tej istej organizácie: 69 EUR (pre 1 účastníka)
- člen Slovenského centra fundraisingu: 59 EUR

Cena zahŕňa konferenčné materiály, obed, občerstvenie cez prestávky a večerný raut.

Počet miest na konferencii je limitovaný.

Registrácia prebieha v čase 1.10.-5.11.2010 alebo do obsadenia všetkých miest.

Organizátor si vyhradzuje právo obmedziť počet rezervácií pre jednu organizáciu.

Registrácia je platná až po uhradení účastníckeho poplatku na účet organizátora pred konaním konferencie.

#### Údaje pre platbu

- **Číslo účtu:** 2927832354/1100
- **Banka:** Tatrabanka ([www.tatrabanka.sk](http://www.tatrabanka.sk))
- **SWIFT:** TATR SK BX
- **IBAN:** SK35 1100 0000 0029 2783 2354
- **Variabilný symbol:** IČO organizácie, príp. dátum narodenia v tvare DDMMRRRR
- **Konštantný symbol:** 0308
- **Poznámka:** Do správy pre prijímateľa pri bankovom prevode uveďte meno a priezvisko účastníka(ov), aby sme mohli platbu identifikovať

Organizátor



Slovenské  
centrum  
fundraisingu

v spolupráci s



Generálny partner



Partner

*Direct Marketing*

Mediálni partneri



Všetky podrobnosti a registrácia na [www.fundraising.sk](http://www.fundraising.sk)