



### Ako vytvoriť plán rozvoja zdrojov, ktorý prinesie spoluvlastníctvo a výsledky\*

**SIMONE P. JOYAUX** - JOYAUX ASSOCIATES (USA)



Rovnako dôležité ako výsledný plán je aj to, ako svoj plán vytvoríte. Efektívny proces vytvára spoluvlastníctvo a spoluzodpovednosť medzi pracovníkmi a správnu radou. Váš sformulovaný plán rozvoja zdrojov načrtáva, aké stratégie sa majú použiť a kto tú prácu bude robiť. Váš plánovací proces napomáha členom správnej rady, aby pochopili základné princípy dobrého fundraisingu. Tento blok vám pomôže, aby ste znovu premýšľali nad tým, ako vytvárate svoj plán rozvoja zdrojov a čo by mal tento plán obsahovať.

### Ako uspieť s newslettermi a prečo väčšina z nich zlyháva? A prečo niektoré uspejú nad všetky očakávania#

**TOM AHERN** - AHERN DONOR COMMUNICATIONS (USA)



Chcú darcovia naozaj nejaký newsletter? Výskum ukazuje, že určite. Napriek tomu väčšina newsletterov pre darcov skončí neprečítaných v koši. Prečo? Pre niekoľko spoločných a zároveň fatálnych chýb. Pridajte sa k oceňovanému novinárovi Tomovi v tomto bloku o newsletteroch. Rýchlo vás prevedie zákutiami tajomstiev, ktoré stoja za darcovskými

\* Takto označené bloky sa budú tlmočiť do/zo slovenčiny

newslettermi, ktoré skutočne zlepšujú príjem a udržanie darcov. Naučíte sa otestované vzorce pre tlačene aj elektronické informačné bulletiny. Dozviete sa, ako naformulovať silný titulok a prečo na tom záleží. Dokonca sa naučíte, ako vymýšľať novinky, aj keď si myslíte, že nemáte čo povedať. Jedna nemocnica po tomto workshope zvýšila svoje dary vďaka newsletteru až o 1000%, a to na 50 tisíc dolárov za každé vydanie. Ďalší newsletter zameraný na sponzorovanie detí, ktorý prešiel úpravou, v súčasnosti získava pol milióna dolárov od menej ako 10 tisíc darcov. Tento blok bude k dispozícii iba v angličtine bez tlmočenia.

### Byť hrdým fundraiserom: Akú úlohu vo výnimočnom fundraisingu zohráva autenticita\*

**ALAN CLAYTON** - CLAYTON BURNETT (UK)  
**RUTH RUDERHAM** - CANAL & RIVER TRUST (UK)



Tento blok bude čerpať z 10-ročnej skúsenosti, ktorú máme zo vzájomnej spolupráce pri fundraisingu. Zameriame sa na našu cestu dvoch úplne odlišných ľudí s veľmi rozdielnymi hodnotami, pričom obaja sa vo fundraisingu usilujeme o dosiahnutie výnimočných vecí. Bude to workshop, ktorý prostredníctvom čiastočne kontroverzného obsahu zapája ostatných ľudí. Zároveň ich inšpiruje a vyzbrojí ich k tomu, aby zmenili vlastné správanie - a týmto spôsobom aj svoje výsledky. Téma je relevantná pre všetky organizácie, keďže uplatnenie získaných poznatkov v praxi si nevyžaduje žiadny rozpočet.

### CRM aplikace pro neziskové organizace – Jak správně nastartovat fundraisingový stroj pomocí aplikace Salesforce.com?

**ALEŠ JENÍK** - CRM PRO NEZISKOVKY (CZ)



CRM (customer-relationship management) aplikace se pomalu stávají každodenní součástí života neziskové organizace. Pro získání skutečných benefitů z jejího nasazení - např. ve formě lepších fundraisingových výsledků - je ale třeba ji správně používat. CRM pro neziskovky pomáhají jak s implementací, tak s pracovními postupy a nabízí unikátní kombinaci know-how a technologie. Jaká je ideální podoba použití CRM? Jak to funguje v praxi? A hlavně - CRM není jen o databázi dárců.

### Crowdfunding je divočina

**SLÁVEK REJTHAR** - STARTOVAČ (CZ)



Jak získat peníze a nepřijít o fanoušky? Příklady z praxe kreativních projektů v České republice a na Slovensku. Crowdfunding platforma není jen platební brána - je to místo, kde mohou tvořit lidé komunikovat své dílo ještě před tím než je hotové a získat nové fanoušky. Musí se k tomu ovšem přistoupit disciplinovaně a s nadšením a komunikovat na sociálních sítích i ve skutečném světě. Životní cyklus crowdfundingového projektu je pro mnoho lidí zatím záhadou, proto představím, jak to probíhá u nás na Startovač.cz.

# Takto označené bloky budou iba v angličtine bez tlmočenia



### **Dar ako darček – dobročinné darovanie pre vašu organizáciu\***

**MAIK MEID** - CHRISTLICHES JUGENDDORFWERK  
DEUTSCHLANDS / SOZIALMARKETING.DE (DE)



Každý dostávame pozvania na párty a zakaždým pritom nastávajú bolesti hlavy. Čo môžem priniesť? Čo naozaj potrebujú? Koľko mám investovať? Na druhej strane oslávenc už všetko má. V takej situácii môže byť pre každého dobrým riešením nezisková organizácia a získavajú pritom všetci. Aké tématické oblasti majú šancu a čo ako organizácia musíme urobiť, aby sme dar pri takejto príležitosti získali? Spoznajte v tomto bloku praktické riešenia.

### **Emocionálny fundraising\***

**ALAN CLAYTON** - CLAYTON BURNETT (UK)



Najlepší fundraiseri komunikujú citovo, aby čo najviac ovplyvňovali a vybudovali najlepší vzťah s darcami a s vlastným fundraisingovým tímom. Emocionálnemu fundraisingu sa dá naučiť. Môžu v ňom byť rovnako dobrí introverti ako aj extroverti, keď sa budú držať troch veľmi jednoduchých techník. V tomto vzdelávacom seminári pretaví Alan svoje bohaté skúsenosti s viac ako 250 globálnymi klientami do troch jednoduchých poučiek, ktoré predstaví aj s prípadovými štúdiami. Každý fundraiser ich môže použiť na transformáciu svojej komunikácie a schopnosti získavať podporu. Tento seminár je vhodný pre každého, kto pracuje vo fundraisingu, či už ide o úplne začínajúceho

\* Takto označené bloky sa budú tlmočiť do/zo slovenčiny

praktikanta až po veľmi skúseného riaditeľa. Zo seminára odídete s novými zručnosťami, ktoré vám umožnia stať sa vynikajúcimi v komunikácii, lídrovstve... a v žiadaní o peniaze!

### **Formy komunikácie s donorm a ich efektivita**

**RADOSLAV DRÁB** - ÚSMEV AKO DAR (SK)  
**MÁRIA SOBOLIČOVÁ** - ÚSMEV AKO DAR (SK)



Súčasný fundraising v našom občianskom združení je plánovitá, cieľavedomá a dlhodobá činnosť. Je založená na dlhoročných vedomostiach, skúsenostiach a zručnostiach našich hlavných fundraiserov pôsobiach v Bratislave a v Košiciach. Na dobrých príkladoch z praxe chceme ukázať, ako sa nám darí získavať a udržiavať našich partnerov a podporovateľov. Neziskové organizácie veľmi citlivo vnímajú neustále zhoršujúce a meniace sa podmienky v podnikateľskom prostredí a častokrát nám veľmi dlho trvá, kým dokážeme na aktuálnu situáciu reagovať. V minulosti boli za darovanie úľavy na dani, dnes už nie sú, neustále nám klesá hodnota prijímania % z odvedených daní, verejnosť je alergická na zbierky. Istota získavania finančných prostriedkov je z roka na rok menšia. Vďaka našej flexibilitě a systémovej spolupráci s partnermi a podporovateľmi však fungujeme už 23 rokov a radi vám na dobrých príkladoch z praxe ukážeme, ako môže v tejto ťažkej dobe fungovať fundraising.

### **Fundraising pri benefičných podujatiach: Ako zapojiť podporovateľov do vašej témy\*\***

**RUTH RUDERHAM** - CANAL & RIVER TRUST (UK)



Tento 90-minútový blok predstaví nedávny výskum a trendy pri fundraisingu z podujatí a komunitnom fundraisingu. Dotkne sa aj mýtov a predpokladov o tejto často zanedbávanej oblasti fund-raisingu. Otestuje aj inšpiratívne prípadové štúdie s najlepšimi postupmi. Tento blok bude hlavne prakticky zameraný so silným dôrazom na to, „ako to urobiť“. Výstupy budú obsahovať akčné body, špecifické pre vašu vlastnú organizáciu, ktoré si môžete osvojiť a okamžite ich realizovať. Workshop je vhodný pre každého, kto potrebuje nastaviť alebo zdokonaľiť svoje podujatia a programy komunitného fundraisingu. Tento blok bude tlmočený do slovenčiny len v piatkovom programe, vo štvrtok bude iba v angličtine bez tlmočenia.

### **Inovácia. Kreativita. Fundraising?**

**ŠTEFAN KOZÁK** - CREATIVE PRO GROUP (SK)



Cieľom mojej prezentácie bude inšpirovať vás k tvorivosti, najmä tej fundraisingovej. Reklamný „vizionár“ Ogilvy povedal „If it doesn't sell it isn't creative“. Zamyslime sa. Doba sa mení, ale to podstatné zostalo. Manažéri, obchodníci, fundraiseri sa delia na vizionárov a nasledovačov. Tí tvoria - s víziou cestu vytvárajú, kvalitní followeri ju už iba rozširujú. Vo svojej prezentácii Vám predstavím, ako môžu

# Takto označené bloky budú iba v angličtine bez tlmočenia



SLOVENSKO-ČESKÁ  
KONFERENCIA  
O FUNDRAISINGU

## 4. SLOVENSKO-ČESKÁ KONFERENCIA O FUNDRAISINGU

# Fundraising a kreativita

BRATISLAVA  
9.-11. OKTÓBER 2013

odvážne vízie pomáhať fundraiserom, predstavím moje skúsenosti, vzostupy aj pády pri linkovaní inovácie, kreatívy a fundraisingu. Pozrieme sa spoločne na inovácie a trendy, predstavíme možné prístupy a vyberieme tie, ktoré fungujú, resp. ešte len budú fungovať... s veľkou pravdepodobnosťou.

### „Kamenný fejsbúk“ na začiatok, alebo sme na vidieku a snažíme sa prežiť

**ONDREJ REMIÁŠ - DIVADLO PÔTOŇ - CENTRUM UMENIA A KREATIVITY BÁTOVCE (SK)**



Chcete robiť divadlo. Chcete, aby bolo profesionálne, nezávislé, angažované, nekomerčné, autorské a bez kompromisov. Už len toto je ťažko realizovateľná predstava. A teraz si predstavte, že takéto divadlo má „prežiť“ na vidieku... Pár príkladov z vidieckej praxe, ako rozhábať aj takúto zdanlivo neriešiteľnú situáciu, nezbláznit sa a ešte mať z toho dobrý pocit. Dva konkrétne detailne odprezentované projekty divadla Pôtoň, postrehy a skúsenosti, ktoré naštartovali fundraising v tejto neziskovej organizácii. Projekt 660 dlaždíc – „kamenný fejsbúk“ od nápadu až po realizáciu a projekt víno značky Pôtoň od degustácie až po predaj. A ešte veľa optimizmu a humoru v 90 minútach.

\* Takto označené bloky sa budú tlmočiť do/zo slovenčiny

### Komunikovať znamená oveľa viac, ako len pýtať peniaze a podporu

**JANA MELICHERČIKOVÁ - W PRESS (SK)**



Väčšina neziskových organizácií sa spolieha na fundraising, reklamu, direct marketing a sociálne siete, na public relations sa často zabúda. Prostredníctvom PR však dokážeme vťahovať ľudí do diania v organizácii, čo je veľmi dôležité pre vytváranie dlhodobých vzťahov. Strategickou komunikáciou budujeme dôveru, demonštrujeme zodpovednosť a prejavujeme vďaka za vernosť a podporu. Len darcovia, ktorí vedia, kto sme, čo robíme a prečo to robíme, si k nám vybudujú dôveru a vzťah. A budú nás podporovať! Na príkladoch z neziskovej organizácie Plamienok i ďalších organizácií si ukážeme, ako čo najlepšie začleniť komunikačné nástroje PR do chodu organizácie. Ako prezentovať poslanie a činnosti, ktorými sa zaoberá, ale aj ako efektívne komunikovať s médiami, darcami a širokou verejnosťou.

### Kreativní stewardship

**JAN KROUPA - ČESKÉ CENTRUM FUNDRAISINGU (CZ)**



Naši dárči jsou stále náročnější. Je tedy stále obtížnější udržet jejich loajalitu. Jsme svědky stále kreativnějších způsobů, jak zapojovat dárce a doprovázet je. Tento blok přezkoumá místní i mezinárodní příklady a vytvoří prostor pro diskusi o různých kreativních a inovativních způsobech, jak si získat a udržet pozornost a podporu dárců.

### Marketing závetov: Chůlostivé umenie, ako si vypýtať ten posledný dar\*

**TOM AHERN - AHERN DONOR COMMUNICATIONS (USA)**



Nedávny prieskum na vzorke typických amerických darcov zo strednej triedy zisťoval odpoveď na otázku "Uvažovali by ste nad darom pre verejnoprospešnú organizáciu vo svojej poslednej vôli?". Viac ako 90% týchto darcov nadšene súhlasila. Ale potom prišla druhá otázka: "Už ste zaradili dar pre verejnoprospešnú organizáciu do svojej poslednej vôle?" Neutešenou odpoveďou bolo, že tak urobilo len menej než 10%. Čo stojí za týmto výrazným rozdielom? Mizerná komunikácia, ktorá je prostá a jednoduchá. V tomto svižnom workshope bez nezmyslov vás Tom Ahern naučí správny spôsob, ako si vypýtať dar zo závetu ... a poskytne k tomu príklady úspešných materiálov z celého sveta. Zásadnú časť diskusie budú tvoriť osvedčené poznatky popredného svetového bádateľa darovania z dedičstva "Doktora Smrt" aka Richarda Radcliffa z Veľkej Británie.

# Takto označené bloky budú iba v angličtine bez tlmočenia



SLOVENSKO-ČESKÁ  
KONFERENCIA  
O FUNDRAISINGU



## Miluj čitateľa svojho: Náuka a tajomstvá efektívnej komunikácie s darcami\*

**TOM AHERN** - AHERN DONOR  
COMMUNICATIONS (USA)



Miluj čitateľa svojho Toma Aherna prináša ponorenie sa do tajov vedy, ktorú používajú najefektívnejší komunikátori na svete s cieľom získať peniaze a budovať imidž a reputáciu organizácie. Tom sformuloval tieto tajomstvá zo stoviek kníh, z rokov skúseností a najnovších prevratných objavov z oblasti psychológie a presviedčania. Dozviete sa desiatky úplne praktických, osvedčených postupov na prilákanie novej podpory, na dlhšie udržanie darcov a posielanie vplyvnejších odkazov pre vaše rôznorodé cieľové publiká.

Ak sa vo svojej kariére rozhodnete iba pre jeden kurz komunikácie s darcami, nech sa ním stane práve tento. Už tisíce účastníkov uznali jeho hĺbku, odhaľujúce postrehy a úprimnosť. Spoločne sa pozrieme na desiatky dobrých – aj nie takých dobrých – reálnych príkladov zo života širokého spektra neziskových organizácií. Z tohto workshopu odídete s ponaučením, aké dôležité sú "osvedčené postupy" pre vaše newslettery, case for support (ponuka pre darcov), výročné správy, brožúry, direct mail, e-mail, a webové stránky.



## Na ceste k nirváne darcov: Šesť spôsobov speňaženia\*

**TOM AHERN** - AHERN DONOR  
COMMUNICATIONS (USA)



Pripojte sa k Tomovi Ahernovi, ktorý vás v tomto plenárnom uzatvorení prevedie cez svoj prístup Šiestich tajných spôsobov speňaženia komunikácie s darcami. Speňaženie č.1.: Váš case for support (ponuka pre darcov) NIE JE o tom, že vaša organizácia potrebuje hotovosť. Je o voňavej, lákavej príležitosti, ktorú ste predložili potenciálnemu darcovi. Speňaženie č. 2.: Každá komunikácia s darcami vysiela nejaký odkaz. Žiaľ, ten odkaz je často nesprávny... atď.

## Nakopni svůj projekt přes crowdfundingový portál Nakopni.Mě

**ROMAN BAROŠ** - NAKOPNI.MĚ (CZ)



Máte spoustu nápadů a nemáte peníze na realizaci? Chcete začít vyrábět novou hračku nebo hru pro děti? Jste umělec a tvoříte krásné věci, což ovšem stojí čas a peníze? Čím lepší nápad máte, tím více peněz můžete teď získat. Crowdfundingový portál Nakopni.Mě je nový způsob, jak získat peníze na jakýkoliv projekt, fantazii se meze nekladou. Proč si dobrý nápad rychle získá spoustu fanoušků? Jak může být velká skupina lidí ohromným zdrojem peněz a podpory? V tomto workshopu se seznámíte nejen s portálem Nakopni.Mě, ale také principy crowdfundingu, co (ne)funguje a co je potřebné pro úspěšnou crowdfundingovou kampaň.

## Obrazom k peniazom

**TOMÁŠ HALÁSZ** - NEZÁVISLÝ FOTOGRAF (SK)



Jedna fotografia je hodná tisíc slov. Avšak v dobe plnej vizuálnych vnemov je dôležité vedieť, ktorý obrázok vám spraví službu a ktorý vám naopak môže uškodiť. Aké sú základné pravidlá vizuálnej komunikácie pri menších či stredných fundraisingových kampaniach? Ako pracovať s obrazom a videom nielen na sociálnych sieťach? Ako dosiahnuť, aby ste obrazom rozprávali váš príbeh? Ako fotografiou získať prostriedky? To všetko, vrátane inšpiratívnych príkladov z domova aj zo zahraničia.

## Online fundraising pre kreatívne organizácie#

**MAIK MEID** - CHRISTLICHES JUGENDDORFWERK  
DEUTSCHLANDS / SOZIALMARKETING.DE (DE)



Online fundraising môže byť jednou časťou fundraisingovej stratégie. Avšak uplatnenie online nástrojov a kampaní môže dobre fungovať len v prípade, že sa urobí hlavná robota. Pozrite sa, ako funguje online fundraising a ako sa môže stať úspešnou súčasťou v mixe rôznych nástrojov. Tento blok predstaví najlepšie (i najhoršie) príklady praxe z nemeckých mimovládnych organizácií a ponúkne kroky, ktoré sú potrebné na zavedenie on-line fundraisingu v neziskovej organizácii. Workshop je určený pre ľudí, ktorí majú predstavu, o čom je fundraising. Nie je nevyhnutné mať technické zručnosti alebo hlbšie znalosti z IT. Tento blok bude k dispozícii iba v angličtine bez tlmočenia.





## Plánovanie pre budúcnosť, ktorá môže priniesť čokoliek\*

**SIMONE P. JOYAUX - JOYAUX ASSOCIATES (USA)**



Mimoriadne udalosti a krízy. Predvídanie nepredvídateľného. Posun od obáv k výstrahám. Riskovanie bez hazardovania. A ak sa veci výrazne zhoršia, náhle zatiahnutie brzdy, aby neprišlo k ďalším stratám. Mení sa toho tak veľa. Ešte viac sa toho zmení v budúcnosti. Lídri sa musia zlepšovať v predvídaní toho všetkého a v prípade, ak dostatočne nepredvídajú, sa musia rýchlo prispôbovať. Lídri musia rozlišovať medzi skutočne závažným a iba závažným. Tento vzdelávací seminár v dĺžke 3x90 min. sa zameria na fundraiserov a vedúcich pracovníkov - tých, ktorí musia viesť, a tých, čo chcú viesť lepšie. Spoločne preskúmame nasledujúce okruhy: Komponenty efektívneho strategického plánovania. Ako budovať adaptívne kapacity organizácií. Ako získavať pre toto fungovanie správnu radu a zamestnancov. Získate aj užitočné podklady pre túto prácu.

## Virál – efektívna reklama pro neziskový sektor

**JAN LÁTAL - DRUŽINA (CZ)**



Jak vyslat zprávu do světa, mám-li korunu v kapse? Blok nebude klasickou přednáškou, ale spíše diskusí a snad i kreativní dílnou. V bloku se dozvíme, co je to virální marketing a proč je jeho využití efektivním řešením právě pro propagaci neziskových témat. Budeme

\* Takto označené bloky sa budú tlmočiť do/zo slovenčiny

přemýšlet nad tím, které informace se šíří a proč. Promítáme si ukázky funkčních a nefunkčních virálních reklam. Na závěr se pokusíme vymyslet několik virálních zpráv na konkrétní projekty účastníků a budeme pro ně hledat příhodný nosič.

## Zapálení pre fundraising\*

**ALAN CLAYTON - CLAYTON BURNETT (UK)**



Zapálení fundraiseri získávají oveľa viac peňazí. Zapálené organizácie získavaju ešte viac. Dôkazy z dlhoročnej praxe v kombinácii s výsledkami nedávneho výskumu presvedčivo ukázali, že líderstvo a kultúra sú najväčšími ťahúňmi pre úspech vo fundraisingu. Ale koho vediete? Ako sa vám podarí zapáliť samých seba, aby ste mohli zapalovať ostatných? V tomto plenárnom otvorení sa Alan pozrie na kľúčové faktory, ktoré oddeľujú vynikajúcich a skvelých fundraiserov od tých iba dobrých. Zapálení fundraiseri sú emocionálni a sú odborníkmi na prácu s emóciami. Dozviete sa, ako usmerňovať vašu citovú energiu, aby ste zmenili svoje správanie. Aby ste lepšie viedli svoje tímy, organizáciu, dobrovoľníkov a darcov.

## Zapojenie členov správnej rady do fundraisingu\*

**SIMONE P. JOYAUX - JOYAUX ASSOCIATES (USA)**



Áno, členov svojej správnej rady môžete úspešne zapojiť do rozvoja zdrojov. Členovia správnej rady môžu vašej organizácii pomôcť dosiahnuť svätý grál fundraisingu – vernosť

darcov. Nie je to ľahké, ale nie je to ani také ťažké, ako si možno myslíte. Kde začať? Po prvé, vybudujte si dobrú správnu radu tým, že do nej získate správnych členov, ktorí odvedú dobrú robotu. Po druhé, členom správnej rady pomôžte robiť ich fundraisingovú prácu. A to zahŕňa budovanie vzťahov. Môžete sa naučiť jednoduché tajomstvá, aby ste boli úspešní. Môžete sa tiež naučiť náročnejšie tajomstvá. Používajte tieto osvedčené stratégie a vy i vaši členovia správnej rady budete budovať silnejšiu organizáciu a získavať viac peňazí.



# Takto označené bloky budú iba v angličtine bez tlmočenia