

Virtuální fundraisingová výzva

Co je potřeba?

Vyzyvatel

Název výzvy

Krátký, úderný, konkrétní. Nedoporučujeme obecné názvy a název programu, do kterého peníze půjdou (pokud to z logiky výzvy nedává smysl). Měl by odkazovat na osobu vyzyvatele a obsah výzvy. Příklady:

- Ema a Sára slaví narozeniny s pejsky
- Ilčin narozeninový tanec pro dobrou věc
- Radčina spartanská výzva – nepadnou a podpořit
- Lukášové běží ultramaraton pro babičky a dědečky
- Nechci dárky, chci Edufórum!
- Lukášova výzva – vyhraďte newyorské medvídky

Motto výzvy

Krátký text o jedné až dvou větách, kterých shrne obsah výzvy. Na stránkách se nachází hned pod názvem výzvy a mnoho návštěvníků stránky už další text nečte a přechází rovnou k darování (zvláště, když jsou o výzvě informováni jiným způsobem – například při rozhovoru s Vámi). Už proto doporučujeme motto nepodceňovat ani nevynechávat. Vhodné je, aby obsahoval *call-to-action*, tedy jasný pokyn, co má dárců či jiný návštěvní stránky udělat. Oblíbené jsou motto ve formě otázky. Příklady (popořadě k příkladům názvů):

- „Narozeninovými dárky jste nás vždy moc potěšili. Tentokrát bychom měly velkou radost, kdybyste dárkem potěšili nejen nás, ale i pejsky v nouzi, kterým bychom takto moc rády pomohly. Upusťte prosím tentokrát od tradičních dáreků a zapojte se s námi.“
- „Chcete se mnou oslavit narozeniny a vidět mě tančit pole dance na tyči pro dobrou věc? Jste zvědaví, jak vypadá POLE DANCE v podání skoro dvoumetrové dračice?“
- „Staří Řekové dbali na rovnocenný rozvoj těla a duše. Já jdu potrápít tělo, vy obohaťte duši a svědomí. Já to dám, dáte taky?“
- „Uběhni horský ultramaraton a získej hydraulické sprchovací lehátko pro Dotek. Ultramaraton dáme sami, pomůžete nám alespoň s lehátkem?“

Text výzvy

Toto je samotná výzva. V textu sdělte svým dárcům, **co** děláte, **proč** to děláte, **pro koho** to děláte a **kdy** to děláte. Text nemusí být nijak dlouhý, ze zkušenosti návštěvníci stránek dlouhé texty nečtou a už vůbec nescrollují dolů po stránce. Optimální je 150-200 slov, ale samozřejmě vždy závisí na povaze výzvy.

Jak výzvu napsat, jaký tón zvolit? Odpověď je jednoduchá a zároveň složitá – je to zcela na Vás. Vy znáte lidi, které budete oslovovat nejlépe, Vy víte, jakým způsobem se s nimi bavíte. Zvolte takový jazyk, jaký byste zvolili v běžné komunikaci s těmi lidmi, které budete oslovovat. Nebudte zbytečně formální, pokud to není potřeba.

U sportovních výzev, či podobných, kde je smyslem, že něco překonáváte (maraton, sázka, zdolání hory, obtížný závod, ...) se osvědčuje zdůraznit, že je to pro Vás fyzická výzva a Vás to bude bolet, či to může být nepříjemné. Lidé rádi přispívají na výzvy, kde někdo jiný „trpí“ ☺

U narozeninových, svatebních a podobných výzev se zase nebojte zdůraznit, že se vzdáváte darů ve prospěch vybraného projektu či organizace. To je další silná motivace pro dárce. Svým způsobem zde také „trpíte“ ☺

Peer to peer výzvy nejsou crowdfundingovým portálem ani e-shopem a darování by nemělo být spojené s žádnou protihodnotou. Pokud ale budete chtít, můžete dárce motivovat nějakou osobní odměnou. Například, že nejtědřejšímu dárci dovezete suvenýr, uvaříte večeři či pozvete na pivo. Nebo každému kdo přispěje nad určitou částku, že s ním zajdete na kafe, dáte mu placku, zaplatíte panáka. Ozvláštnit například můžete tím, že odměny budete mezi dárci losovat, tedy má šanci každý kdo aspoň trochu přispěje. Fantazii se meze nekladou.

Tyto odměny rozhodně nejsou povinné. Pokud je budete chtít nabídnout, popište je v textu výzvy.

V textu výzvy není potřeba široce popisovat projekt či organizaci, která vybrané prostředky obdrží, na to je vyčleněna samostatná sekce. Ale stále platí, že je potřeba je v textu zmínit!

Fotografie výzvy

Vyberte, či lépe vytvořte, několik tematických fotografií k Vaší výzvě. Běžíte maraton? Použijte fotku v běžeckém dresu. Slavíte narozeniny? Najděte fotku z dřívější oslavy. Minimálně na jedné fotce byste měli být Vy jako vyzývateľ, další fotky mohou být dle potřeby ilustrační. Ideální jsou 2-3 fotky.

Video zpravice

Pokud chcete výzvu oživit, doplňte fotky také o video zpravici, kde shrnete účel výzvy. Žijeme v době digitálních médií a pasivního příjmu informací. Využijte toho.

Video zpravice by měla být spíš krátká, do jedné minuty je možné výzvu představit. Netrapte se kvalitou, bohatě stačí krátké video natočené například na chytrém mobilním telefonu.

Cílová částka

Stanovte si cílovou částku, kterou byste rádi pro zvolený projekt či organizaci vybrali. Zvolená cílová částka nemá žádný vliv na to, zda se peníze organizaci pošlou, Darujme.cz vždy přerozdělí všechny obdržené příspěvky. Cílová částka je spíše psychologickou hranicí, lépe se Vám i dárcům plní rozumný cíl, než přiřazuje do neurčita. Dárcům se pak také lépe odhaduje, kolik mají přispět a vidina hraniční částky je motivuje k přispění k cíli. A když je cíl splněn mají radost všichni.

Při výběru cíle si dobře rozmyslete, co je Vaše okolí opravdu schopno přispět. Není nic horšího než frustrace ze zbytečně vysoko nastaveného cíle, který se neplní. Zkuste si to rozložit na jednoduchou matematiku:

1. Kolik lidí máte v plánu aktivně oslovit? (označme si L)
2. Vězte, že z oslovených lidí daruje zhruba třetina – a je to naprosto běžné, nebuďte naštvaní, že nedarovali všichni. (daruje tedy $L/3$)
3. Rozumně zvažte, kolik může jedinec z oslovené skupiny lidí přispět. A držte se spíše při zemi, zvažte, jaké mají zaměstnání, jaký je přibližně jejich příjem, jestli mají s darováním zkušenosti, jestli je může vybraný projekt oslovit. Obecně se dá říct, že se u tohoto typu výzev nejčastěji daruje mezi 200-500 Kč. (označme si průměrnou výši daru D)
4. A nyní můžete spočítat Vaši cílovou částku = $L/3 * D$. Tedy třetina oslovených lidí krát průměrný potenciální dar.

Vyšlo Vám menší číslo, než jste si původně jako cílovou částku plánovali? Nebojte, to je také běžné. A vždy je příjemnější cílovou částku přesáhnout než jí nedosáhnout. I pro Vás, i pro dárce. Na druhou stranu si nekladte naschvál příliš přízemní cíle. Motivujte sami sebe k činnosti 😊

Základní darovací částky

Na stránce výzvy jsou přímo umístěny 3 darovací tlačítka. Výši daru, kterou bude přes tyto tlačítka možné odeslat, si určíte Vy.

Jako nejnižší částku obecně doporučujeme 200 Kč. Většina darů, které na výzvy chodí, se pohybuje v rozmezí 200-500 Kč. Oblíbené kombinace jsou: 200-300-500 Kč, 200-500-1000 Kč. Ale zvolit můžete opravdu cokoliv.

Dárce má vždy také možnost zvolit vlastní výši daru vyplněním editačního pole pod darovacími tlačítky.

URL výzvy

Webová adresa výzvy bude mít následující podobu:

www.darujme.cz/vasnavrh

Zvolte takovou adresu, která bude zapamatovatelná, bude odkazovat na Vaši výzvu a bude konkrétní. Nedoporučujeme příliš obecné adresy, každá adresa lze použít pouze jedenkrát, myslete tedy na případné budoucí výzvy. Naprosto nedoporučujeme pro osobní výzvy volit jako adresu jen název podpořené organizace či projektu. Výběr adresy s námi samozřejmě můžete probrat, a je to vítáno!

Příklady:

- /emasarapropejsky
- /ilcinnarozeninovytanec
- /spartanradka

Délky adresy se nebojte, výzva je většinou sdílena přes e-mail či sociální sítě, kde na délce adresy tolik nezáleží.

Časové rozmezí výzvy

Určete časové rozmezí, ve kterém bude výzvy probíhat. Tato informace bude uvedena na stránkách výzvy, nemá však vliv na samotnou funkcionalitu výzvy – tedy po doběhnutí termínu se výzvy nijak neuzavře. Časové rozmezí však pomáhá dárcům zhodnotit aktuálnost výzvy a zvyšuje její důvěryhodnost.

Doporučujeme výzvu započít 2-3 týdny před akcí spojenou s výzvou (narozeninová oslava, závod, maratón, datum vykonání sázky,...) a zakončit týden po této akci.

Nejvíce darů přichází většinou na začátku výzvy, těsně před akcí a pak pár dní po akci.

Nezisková organizace

Logo organizace

Zašlete nám logo podporované organizace v přiměřené kvalitě.

Název podporovaného projektu

Uveďte název projektu, který bude dary z výzvy podpořen. Může se jednat i o obecnou činnost organizace.

Popis podporovaného projektu

Uveďte krátký popis projektu, který bude dary z výzvy podpořen. Stačí kratší text s odkazy na Vaši vlastní webovou prezentaci.

Ilustrační fotografie k podporovanému projektu

Zašlete nám 3-5 fotografií, které ilustrují podporovaný projekt či Vaši organizaci. Fotografie budou uvedeny u popisu podporovaného projektu.

Odkaz na webové stránky podporovaného projektu

Uveďte odkaz na webové stránky projektu či Vaší organizace. Odkaz bude dostupný po kliknutí na název organizace.

Vkládání aktualit

Vyzvateľ může do sekce Aktuality vkládat příspěvky o průběhu příprav, poděkování dárcům, či další. Vkládání aktualit je možné po přihlášení do administrativní sekce výzvy. Po založení výzvy obdrží vyzvateľ přihlašovací údaje a pokyny ke vkládání aktualit.

Uzavření výzvy

Po určité době po proběhnutí výzvy je vhodné výzvu uzavřít. Běžně výzvy uzavíráme cca měsíc po jejich ukončení. Uzavřená výzvy vypadá tak, že po otevření stránek výzvy je návštěvník upozorněn

textem, že výzva je již ukončena. Tento text je možné upravit – většinou jej dodává podpořená organizace a doplňuje odkazy na stránky, podpořeného projektu, či záznam z akce.

Checklisty

Vyzyvatel

- Název výzvy
- Motto výzvy
- Text výzvy
- Fotografie výzvy
- Video zdravice
- Cílová částka
- Základní darovací částky
- URL výzvy
- Časové rozmezí výzvy

Nezisková organizace

- Logo organizace
- Název podporovaného projektu
- Popis podporovaného projektu
- Ilustrační fotografie
- Odkaz na webové stránky