

NA CO MYSLET PŘI PSANÍ VÝZVY

1 PIŠTE PRO DÁRCE

Zkuste se vžít do jejich kůže a zamyslete se nad tím, proč by vás měli podpořit a co vás spojuje. Používejte 2. osobu množného čísla a snažte se je vtáhnout do děje.

„Děkujeme za vaši důvěru i za to, že na naše akce chodíte. Za uplynulé dva roky se nám společně podařilo urazit pořádný kus cesty... a nyní s radostí startujeme již třetí sezónu!“

2 PIŠTE JEDNODUŠE

Vaši výzvu musí pochopit i teta Běta z Dolní Horní. Nepoužívejte projektový jazyk. Vaším cílem je zaujmout srdce konkrétních lidí.

„Žádáme vás tímto o finanční prostředky na realizaci prospěšných aktivit, z nichž bude profitovat početná cílová skupina.“ X „Pokud se vám líbí, co v Bio Bezdíkov děláme, tak do toho pojdte s námi a podpořte nás!“ Vidíte ten rozdíl?

3 VYZÝVEJTE K DAROVÁNÍ

V celém textu by se výzva k darování měla objevit minimálně 3x. Lidem musí být jasné, co se po nich chce.

„Nebojte se používat slova jako: „Podpořte, přispějte, darujte, pojdte s námi...“

4 UVÁDĚJTE ČÍSLA

Konkrétní čísla a počty dokládají vaše úspěchy a dopad vaší činnosti.

„Jen na našich 19 filmových představeních se sešlo více než 1100 sousedů, se kterými jsme si užili téměř 30 hodin zábavy i poučení.“

5 SDÍLEJTE PŘÍBĚHY

Příběhy pomáhají otevírat cestu k srdci dárců a dávají vašemu projektu šťávu.

„Na našem prvomájovém promítání se Petr a Julie poprvé setkali. A letos v létě se na místě činu, tedy v Bio Bezdíkov, dokonce vzali. Na jejich svatbě jsme pouštěli jejich oblíbený film La Dolce Vita.“

6 STRUKTURUJTE VÁŠ TEXT

Rozdělte text do odstavců a nejdůležitější slova/věty napište tučně. Nejsilnější věty spolu s výzvou by měly zaznít hned na začátku v anotaci. Čtenář by z ní měl hned pochopit, o co v projektu jde, a co má pro jeho podporu udělat.



4 RADY PRO ÚSPĚCH VÝZVY

1

PRVNÍ DARY SI POŠLETE SAMI

Otestujete si, jak to celé funguje a dárcovský projekt bude působit víc motivačně a důvěryhodně, až jej budete posílat dalším lidem. Můžete si také předdomluvit dárce z řad svých známých či rodiny. Tato počáteční investice může zvýšit dopad celé výzvy.

2

UJASNĚTE SI, KDO JSOU VAŠI POTENCIÁLNÍ DÁRCI

Je důležité mít jasnou představu o tom, kdo by mohli být vaši dárce. Od toho se následně odvíjí styl komunikace, výše požadované částky i hlavní komunikační kanály. Budou to vaši sousedé, mladí lidé, rodiny s dětmi? Znáte je nebo to bude široká veřejnost? Mají hluboko do kapsy nebo nemají problém s penězi?

3

DĚKUJTE, DĚKUJTE, DĚKUJTE

Dejte si záležet nejen na zprávě s děkovným vzkazem, který dárce obdrží po provedení platby, ale komunikujte i po skončení výzvy. Informujte dárce, jak váš projekt dopadl a jaké budou vaše další kroky. Tato péče vám zvýší pravděpodobnost, že vás podpoří i příště!

„Milý Petře, také díky vašemu daru jsme vybrali celých 23 000 Kč a Nadace Via nám pošle dalších 20 000 Kč. Moc vám děkujeme, že jste kino podpořil. Během následujícího měsíce nakoupíme nové mikrofony a 28. 10. Vás srdečně zveme na první akci, kde si budete moci jejich báječný zvuk osobně poslechnout.“

4

PROPAGUJTE SVOJI VÝZVU A KOMUNIKUJTE DŮLEŽITÉ METY!

Dokonale napsaná výzva vám nebude nic platná, pokud se o ní lidé nedozvědí. Propagujte ji proto na každém kroku a to nejenom online, ale i offline! Jak se bude blížit konec vaší výzvy, neváhejte o tom lidi informovat.

"Darovat můžete už jen 3 dny. Přispějte, prosím, právě teď."

Dalším vhodným lákadlem může být i dosažení cílové částky. „Už nám do cíle zbývají jen 2 000 Kč! Pomůžete nám?“ Dobrá je i informace o tom, kolik už lidí na výzvu přispělo. Je fajn nabídnout dárce pocit, že se přidává k úspěšnému projektu, který podpořilo už několik lidí před ním.



PROPAGACE VÝZVY

1 OVLÁDNĚTE SOCIÁLNÍ SÍTĚ

K šíření výzvy využijte nejenom facebookový/instagramový profil organizace ale i vaše osobní. Velmi často jsou to právě vaši přátelé, kdo vás podpoří. Znají vás, důvěřují vám a drží vám palce. Kromě klasických postů s fotografiemi si můžete si vytvořit i událost. A nezapomeňte, že největší dosah teď mají videa.

2 POSÍLEJTE E-MAILY

Napište stručný a jasný e-mail každému, kdo by o darování mohl mít zájem: známým, přátelům, rodině či kolegům. Pokud je to možné, tak každý e-mail personifikujte. Milá Moniko/paní Veselá zní mnohem lépe než Vážená paní/Vážený pane. Lidé tak poznají, že promlouváte přímo k nim a vedete s nimi dialog. V každém e-mailu nezapomeňte na link přímo na vaši výzvu na darujme.cz. Nebojte se svoji výzvu opakovat, ale dejte pozor abyste ji neposlali znovu i těm, kteří již přispěli.

3 SPOLUPRACUJTE

Oslovte s prosbou spolupráce ty, kteří by vám mohly být v propagaci nápomocni. Můžou to být spřátelené neziskové organizace, svaz dobrovolných hasičů u vás obci, škola nebo obecní zastupitelstvo. Poproste je o šíření informace skrze jejich komunikační kanály. Při propagaci výzvy je každá ruka dobrá!

4 VOLEJTE

Pokud již máte databázi individuálních dárců, tak se nebojte je oslovit i telefonicky. Možná budete mile překvapeni, jak rádi vás uslyší a na váš projekt přispějí. Po telefonické promluvě by mělo následovat zaslání e-mailu s aktivním proklikem na výzvu.

5 MLUVTE O TOM NA KAŽDÉM KROKU

I když je výzva v online prostoru, tak je dobré o ní i mluvit se svými přáteli, kolegy či na vašich akcích. Někteří z oslovených lidí možná poté sednou k počítači a přispějí nebo o tom jen budou mluvit s dalšími lidmi. A to je vaším cílem - aby se o vaši výzvě dozvědělo co nejvíce osob.

