

DARUJME.CZ

tipy pro sepsání textu kampaně

Fond pro udržitelný život





ÚVODNÍ INFORMACE

Co je to Darujme.cz?

Darujme.cz je největší platformou pro online darování v České republice spravovanou Nadací Via. Svůj profil si zde mohou založit neziskové organizace, obce i kraje. Základem je **vytváření kampaní**, které organizacím pomáhají získat finance na konkrétní projekt či podporu své každodenní činnosti.

V rámci Fondu pro udržitelný život máte příležitost založit si kampaň na Darujme.cz bez povinné registrace a získat navíc bonusový příspěvek, který vám **zdvojnásobí vybranou částku až do výše 100 000 Kč**. Pokud bude váš projekt vybrán k podpoře, postará se o veškerou administraci spojenou se založením kampaně Nadace Via. **Na základě vámi dodaných podkladů v přihlášce** vám kampaň založí a pošlou odkaz, který můžete hned začít šířit mezi své kontakty. Nezakládejte si proto svůj vlastní profil na Darujme.cz. **Vše zařídíme my**. Naopak propagace kampaně bude na vás.

V tomto manuálu naleznete:

- co vyplnit do přihlášky - jaké podklady potřebujeme pro založení vaší kampaně na Darujme.cz
- tipy na úspěšnou kampaň
- komunikace kampaně veřejnosti
- informace o tzv. osobních dárcovských výzvách
- inspirativní ukázky kampaní našich grantistů a osobních dárcovských výzev





PODKLADY PRO KAMPAŇ

Co je třeba vyplnit v přihlášce

název kampaně: Zvolte úderný a konkrétní název, jako např. Společně můžeme vytůnit krajinu skalních měst, Podpořte mokřady v Bezdíkově nebo Pojdme kosit louky u Řevnic!

stručný popis: Úvodní krátký popis o délce cca 50 slov. V textu je dobré použít výzvu k darování: Podpořte obnovu lesní studánky! Pojdte spolu s námi zabránit výstavbě parkoviště za našimi zahrádkami! Budeme rádi, když rekonstrukci finančně podpoříte!

podrobnější popis: V hlavním textu o délce cca 200 slov napište, proč by vás měli lidé podpořit. Jak poslouží projekt místním? Co se zlepší? Pochlubte se, co už vám podařilo nebo co plánujete. V textu také uveďte, jak peníze využijte pokud se vám podaří vybrat více nebo naopak méně, než plánujete (než je cílová částka). Na konci můžete použít tento text: Projekt byl podpořen z Fondu pro udržitelný život. Každou korunu, kterou darujete, nám Fond zdvojnásobí až do výše 100 000 Kč!

cílová částka: Uveďte, kolik chcete přes Darujme.cz vybrat. Částku, kterou vyberete, získáte i v případě, že nedosáhnete stanoveného cíle. Snažte se však stanovit realistickou, ale zároveň i ambiciózní částku.

datum ukončení kampaně: Datum, do kdy mohou dárci přispívat. Datum záleží na tom, kdy přihlášku podáváte.

fotky: Přiložte celkem km 5 fotografií. Potřebujeme jednu fotografii na pozadí na šířku (doporučená velikost 1280×450px) a další fotografie týkající se vašeho projektu přímo do textu. Dejte si na výběru záležet - vizuální podoba kampaně může pozitivně ovlivnit její výsledek.

poděkování dárcům: Sepište pro své dárci krátké poděkování. Jakmile dárci úspěšně dokončí platbu, přijde mu e-mail s potvrzením o platbě a vaším osobním vzkazem. Nezapomeňte poděkování i podepsat - např. Jana Nováková za spolek Naše krásná Sobotka



TIPY PRO ÚSPĚŠNOU KAMPAŇ

Nebojte se čísel

Konkrétní čísla a počty dokládají vaše úspěchy, dopad vaší činnosti a přidávají vám na důvěryhodnosti. Můžete využít např. počty uskutečněných akcí, počet lidí, kteří na vaše akce chodí nebo odhad počtu lidí, na které bude mít váš projekt pozitivní dopad.

„Již se nám podařilo společně se 70 dobrovolníky vybudovat 8 tůní.“

Sdílejte zajímavé příběhy a využívejte přímé řeči

Příběhy pomáhají otevírat cestu k srdci dárců a dávají vašemu projektu osobnější charakter. Zároveň je dobré uvést i citace lidí, kteří mají ve vaší komunitě velké slovo, projekt se jich přímo dotýká nebo jsou experty na danou tematiku. Citace a příběh dodají vaší kampani na lidskosti.

Náš projekt má i krásné vedlejší účinky! Na našem prvomájovém sekání louky se Petr a Julie poprvé setkali. A letos v létě se v místním kostelíku vzali. Jejich svatbu jsme vyzdobili krásnými lučními květy, které právě díky sečení u nás na loukách rostou. Pomáháme tak nejenom vytvářet pestrou krajinu, ale i vztahy!

Strukturujte váš text

Rozděľujte text do odstavců a nejdůležitější slova/věty napište tučně. Nejsilnější věty spolu s výzvou by měly zaznít hned na začátku v úvodu. Čtenář by z něj měl hned pochopit, o co v projektu jde, a že i pro něj osobně důležité, aby na jeho realizaci přispěl.

Vtáhněte dárce do děje

Je důležité, aby z vaší kampaně byla cítit vašeň, se kterou váš projekt realizujete. Dejte do kampaně srdce. Zkuste se vžít do kůže vašich potenciálních dárců a zamyslete se nad tím, proč by vás měli podpořit a co vás spojuje. Při psaní používejte 1. osobu množného čísla (my) a snažte se dárce 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!“



TIPY PRO ÚSPĚŠNOU KAMPAŇ

Ujasněte si, kdo jsou vaši potenciální dárci

Je důležité mít co nejpřesnější představu o tom, kdo budou vaši dárci. Od toho se následně odvíjí styl komunikace, jazykové výrazy, výše požadované částky i hlavní komunikační kanály. Budou to sousedé, mladí lidé, rodiny s dětmi? Znáte je osobně nebo to budou i lidé z daleka, kteří sdílí společný zájem? Proč by vám měli darovat? Jaký budou mít oni sami prospěch z toho, že vám přispějí? Odpovědi na tyto otázky vám mohou pomoci při tvorbě kampaně a volbě stylu.

Pište jazykem, kterému porozumí vaši potenciální dárci

Při psaní výzvy se zamyslete, kdo budou s největší pravděpodobností vaši dárci. Obecně doporučujeme používat jednoduchý jazyk, vyvarovat se projektové řeči neziskových organizací i přehnaně odborných slov. Vaši výzvu by měla pochopit i teta Běta z Dolní Horní. Volte slova, která s vaší cílovou skupinou rezonují.

„Žádáme vás tímto o finanční prostředky na realizaci prospěšných aktivit, z nichž bude profitovat početná cílová skupina.“ X „Pokud se vám líbí, co ve Lhotě děláme, tak do toho pojďte s námi! Každá koruna se počítá“ Cítíte ten rozdíl?

Vyzývejte otevřeně 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, pojďte s námi...“ Toto pravidlo používejte i při šíření kampaně po sociálních sítích nebo prostřednictvím emailu.

Domluvte si dopředu první dárci nebo si pošlete prvních pár korun sami

Je skvělé mít na kampani prvních několik darů, než ji začnete komunikovat s širokou veřejností. Můžete si předdomluvit dárci z řad svých známých či rodiny nebo poslat něco z vlastní kapsy. Tato počáteční investice může zvýšit dopad celé výzvy. Otestujete si, jak to celé funguje, a dárcovský projekt bude působit víc motivačně a důvěryhodně, když bude hned od začátku vidět, že ho lidé mají chuť podpořit.



TIPY PRO ÚSPĚŠNOU KAMPAŇ

Děkujte, děkujte, děkujte!

Dejte si záležet nejen na zprávě s děkovným vzkazem, který dárce obdrží po provedení platby, ale komunikujte i po skončení výzvy. Zašleme vám seznam dárců, abyste je mohli informovat o tom, 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 53 000 Kč a Fond pro udržitelný život nám pošle dalších 53 000 Kč. Moc vám děkujeme, že jste naše ekologické aktivity podpořil. Během následujícího měsíce objednáme sazenice a 28. 10. Vás srdečně zveme na první akci, kde si budete moci zasadit svůj strom a stát se jeho patronem.“





KOMUNIKACE KAMPANĚ

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?"*

Skvělá je i informace o tom, kolik už lidí na výzvu přispělo - nabídnete tím potenciálnímu dárci pocit, že se přidává k úspěšnému projektu, který podpořilo už spousta lidí před ním. *"Na výsadbu remízku už přispělo 49 lidí. Budete tím padesátým právě vy?"*

Ovládněte sociální sítě

K šíření výzvy využívejte nejenom facebookový/instagramový profil organizace ale i vaše osobní profily. 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 vytvořit i událost. A nezapomeňte, že největší dosah teď mají videa.





KOMUNIKACE KAMPANĚ

Posílejte emaily!

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 personalizujte. 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.

Spolupracujte

Oslovte s prosbou spolupráce ty, kteří by vám mohli 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!

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.

Mluvte o kampani 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 vaší výzvě dozvědělo co nejvíce osob.





ÚSPĚŠNÉ KAMPANĚ

Společně můžeme vytůnit krajinu skalních měst: Spolek JULINKA z Police nad Metuji se snaží vrátet krajinu CHKO Broumovsko do stavu, kdy lépe zadržovala vodu. S vaší finanční podporou a za pomoci dobrovolníků budujeme tůně, sázíme listnaté stromy a motivujeme lidi v našem okolí k tomu, aby se sami i společně pouštěli do akcí zaměřených na zpomalení odtoku vody z našich zahrad, polí, lesů a luk. Velké množství drobných opatření nám pomůže zaručit dostatek vody do b

<https://www.darujme.cz/projekt/1204094>

Pomozte uklidit přírodní rezervaci pro divoké koně: Divocí koně dodávají již sedm let české přírodě neuvěřitelnou energii. Potlačují agresivní druhy trav, vytvářejí místo pro vzácné květiny a motýly, pomáhají adaptovat krajinu na změnu klimatu, zadržovat vodu nebo vázat uhlík v půdě. Ochranařská společnost Česká krajina společně s dobrovolníky nejenže zakládá rezervace těchto velkých kopytníků, ale také o ně dlouhodobě pečuje.

<https://www.darujme.cz/projekt/1206712>

Pomozte nám oživit park Hercovka: Přejeme si z parku Hercovka v pražských Holešovičkách udělat znovu místo, kam se budete rádi vracet a trávit tam čas. Park se musí stát bezpečným a příjemným místem pro trávení času všech věkových skupin. Zapojujeme vás do procesu plánování i samotné přeměny parku. Budeme rádi, když nás finančně podpoříte! Proměnu financujeme z vašich darů, příspěvků neziskových organizací a našich peněz.

<https://www.darujme.cz/projekt/1205233>

Zahrada za zdí kláštera ve Voticích: Rádi bychom obnovili a zpřístupnili zahradu za zdí kláštera jako klidné místo pro setkávání ve Voticích. Rádi bychom zde společně vytvořili příjemné místo pro nejrůznější aktivity a relaxační zónu, která nám ve městě chybí. Votický klášter je v současné době celý zrekonstruován a na svoji obnovu čeká už „jen“ zahrada. Poďte nám pomoci otevřít 30 let zavřená zelená vrata a přispějte na vybudování Zahrady za zdí!

<https://www.darujme.cz/projekt/1205264>



OSOBNÍ DÁRCOVSKÉ VÝZVY

Osobní dárcovské výzvy jsou skvělou možností, jak doplnit vaši kampaň a získat více financí pro realizaci vašeho projektu. Zakládají se na osobní aktivitě tzv. ambasadů, kteří se rozhodnou pro vás udělat výzvu - běžet maraton, oslavit narozeniny, vystoupit na Mont Blanc nebo si ostříhat hlavu dohola - a tímto způsobem vybírají peníze mezi svými známými. Ke kampani je možné založit neomezený počet osobních dárcovských výzev. Vybraná částka skrze výzvy se automaticky přičítá ke kampani. Může se stát, že v některých případech vyberete více na výzvách než přes samotnou kampaň.

Jak výzvu založit

Osobní dárcovskou výzvu je možné založit pouze pro již existující kampaň. Ty mají automaticky dole vpravo tlačítko "založit dárcovskou výzvu", na které ambasador klikne a může začít svoji výzvu tvořit! Zde si také určuje, kolik peněz chce vybrat a za jak dlouhé období.

Typy výzev:

- Sportovní: maratonské běhy, Ironman, cyklistické závody či cokoliv, co vyžaduje překonávání vašich fyzických hranic
- Výstupy na významné vrcholy nebo dlouhé přechody či přejezdy včetně využití netradičních dopravních prostředků jako je např. koloběžka nebo chůdy
- Narozeniny, svatby a jiná výročí
- Jakékoliv jiné výzvy - měsíc veganem, měsíc bez plastů, měsíc bez alkoholu, oholení plnovousu





OSOBNÍ DÁRCOVSKÉ VÝZVY

Ambasadoři

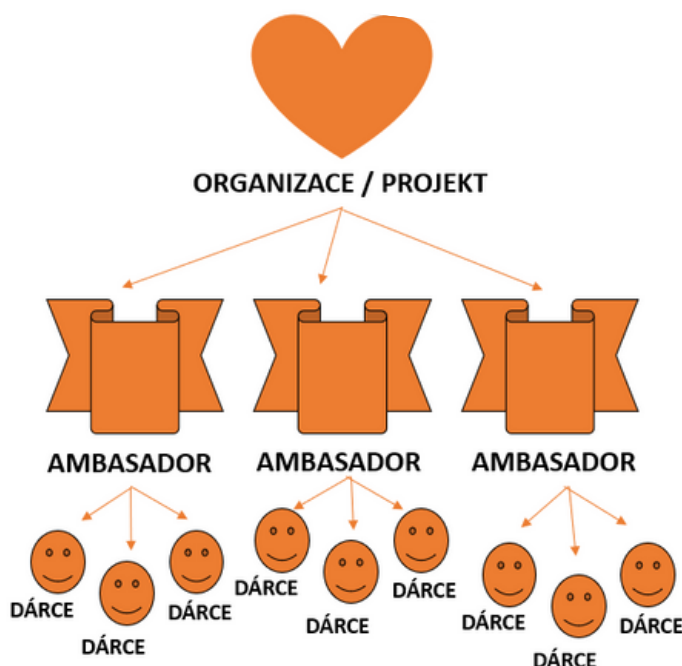
Ambasatory jsou nejčastěji vaši dobří známí, rodinní příslušníci, dobrovolníci nebo příznivci. Je důležité, aby vaši činnost dobře znali, věřili vám a jejich výzva tak byla přesvědčivá. Poté, co si výzvu založí, ambasadoři oslovují svůj okruh známých s prosbou o dar. Styl komunikace i způsoby oslovování nechte na nich - oni znají své známé lépe než je znáte vy.

Jak mají ambasadoři zvolit cílovou částku

- částka se lépe komunikuje, když je nějakým způsobem spojená s výzvou (např. ke 40-tým narozeninám chce ambasador získat 40 000 Kč)
- měla by být motivační - moc nízká lidi nemotivuje, moc vysoká demotivuje
- je lepší nastavit lehce nižší než je potenciál - překonání obvykle generuje další vlnu darů i aktivity ambasadora

Jak výzvu komunikovat:

- nejlépe fungují emaily, přímé zprávy přes sociální sítě, telefonáty, smsky, osobní setkání - a to adresné "Milý strýčku, ráda bych tě poprosila...." "Ahoj Moniko, víš jak jsem Ti vyprávěla o..."
 - nespolehejte jen na sociální sítě bez přímého oslovení
 - není potřeba se bát opakovaného oslovení
 - sdílení na sociálních sítích bez přímého oslovení nemá výrazný dopad
- stejně jako při kampani je dobré komunikovat důležité milníky - "Ušla jsem prvních 100 km" "Právě se mi podařilo pro komunitní zahradu Bobule získat prvních 5000 Kč, děkuji"





OSOBNÍ DÁRCOVSKÉ VÝZVY

Praktické tipy:

- ideální délka dárcovské výzvy jsou 2-4 týdny, což je období, kdy má ambasador kapacitu výzvu komunikovat svému okolí
- do dárcovské výzvy je potřeba vložit emoce a ukázat osobní motivaci a zapálení ambasadora
- splnění výzvy by se mělo uskutečnit přibližně ve třetině výzvy - řada dárců přispěje až poté, co má ambasador "hotovo" a uběhl svůj historicky první maraton nebo se mu narodil syn
- je dobré, když si ambasador dopředu připraví komunikační harmonogram a postupuje podle jasného plánu - s tím mu určitě můžete pomoci
- nebojte se potenciální ambasadory cíleně oslovit - samotné je to pravděpodobně nenapadne - a následně je ve výzvě podporovat a motivovat popř. i utěšovat, když se jim nebude dařit naplnit předsevzatý finanční cíl
- dárci přispějí především z důvodu osobní vazby na ambasadora a váš projekt v tomto nehraje "hlavní roli"

Kdyby vám stále tipy a postupy nestačily, tak se podívejte na [tento přehledný návodný článek](#).





ÚSPĚŠNÉ OSOBNÍ DÁRCOVSKÉ VÝZVY

A + P + H2O, dárcovská výzva Aničky a Pepy pro projekt Rozšiřování Mokřadů Jablonné spolku Čmelák: Po mnoha letech a dvou dětech jsme se rozhodli, že je dobrý nápad se vzít. Čímž mimo jiné vyvstala otázka svatebních darů. Zjistili jsme, že ke štěstí nám nechybí v podstatě nic – máme přece sebe! A ty děti. A hrnce a hrnečky a vařečky i vysavač. Něco nám to štěstí ale přeci jen kazí – je to obava o svět, ve kterém budeme žít my a hlavně naše děti. Trápí nás klimatická a environmentální krize, ve které se nacházíme. Trápí nás také špatná péče o krajinu. A proto jsme se rozhodli, že nejlepší svatební dar bude podpora pro jednu z mnoha organizací, které pracují na tom, aby náš svět byl místem, kde se dá s radostí žít.

<https://www.darujme.cz/vyzva/1201029>

Otužováním k obnově české půdy: Naše kolegyně Petra se pustila do 30 dní plných každodenního otužování pro dobro české půdy.

<https://www.darujme.cz/vyzva/1201596>

Tajný dárek pro souseda: Pavlína, Ivana, Hanka a Simona - kromě toho, že jsme kamarádky a spojuje nás místo, kde žijeme, máme i některé společné zájmy. Teď jsme vymyslely způsob, jak "po svém" podpořit finanční sbírku na kvalitní program pro nově vznikající Sousedskou klubovnu v Heřmanicích - místo otevřené všem, kdo chtějí tvořit, sdílet, získávat i předávat dovednosti, sousedit.

<https://www.darujme.cz/vyzva/1201701>

Na koloběžce přes Jeseníky!: Letos mi bude 33 let. Místo dárců vás chci poprosit o to, abychom spolu udělali dobrou věc. Mám v plánu ujet na koloběžce 99 km po vrcholcích Jeseníků a vy mě můžete podpořit na cestě tím, že mi místo dárců přispějete na podporu aktivních lidí po celém Česku, kteří ožívují a rozhýbávají místo, kde žijí. Těmto lidem pomáháme v Nadaci Via a výtěžek půjde právě sem.

<https://www.darujme.cz/vyzva/1200627>

Míša a Via slaví narožky: Naše kolegyně Michaela Kreuterová oslavila své kulaté narozeniny pro Nadaci Via.

<https://www.darujme.cz/vyzva/1200222>
[článek, kde Míša sdílí své zkušenosti](#)