

DARUJME.CZ

tipy pro sepsání textu kampaně

pro žadatele v programu
Místo, kde žijeme





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 programu Místo, kde žijeme máte příležitost zažádat o založení kampaně na Darujme.cz bez povinné registrace a získat navíc bonusový příspěvek, který vám **zdvojnásobí vybranou částku až do výše 20 000 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. Na koloběžce přes Jeseníky, Podpořte kino v Bezdíkově nebo Všichni zpátky do ulic!

stručný popis: Napište stručnou anotaci projektu o délce cca 50 slov. V textu je dobré použít výzvu k darování: Podpořte obnovu lesní studánky! Pojd'te 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 programu Místo, kde žijeme. Každou korunu, kterou darujete, nám Nadace Via zdvojnásobí až do výše 20 000 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.

fotky: Potřebujeme od vás 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 dárcce krátké poděkování. Jakmile dárcce úspěšně dokončí platbu, přijde mu e-mail s potvrzením o platbě a vaším osobním vzkazem. Nezapomeňte poděkování i podepsat - např. Jana Bobková 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.

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

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 promítání se Petr a Julie poprvé setkali. A letos v létě se v Kině na Podhůří vzali. Na jejich svatbě jsme pouštěli jejich oblíbený film La Dolce Vita. Pomáháme tak nejenom šířit kulturu, ale i vytvářet 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 anotaci. Čtenář by z ní 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 Krásné Vile 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 dárce 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 dárce 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 23 000 Kč a Nadace Via nám pošle dalších 20 000 Kč. Moc vám děkujeme, že jste naše sousedské divadlo 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.“





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 zbývá 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 vybavení našeho komunitního centra už přispěla 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

Voda pro Libuši: U nás v Janově žijí lidé převážně vedle sebe. Není divu! Město nechalo odstranit lavičky a pro společné trávení času tu není zázemí. Rozhodli jsme se to změnit! Místo, které donedávna sloužilo jen narkomanům, přetváříme na sousedský dům se zahradou, kde si lidé kromě zeleniny vypěstují i zdravé sousedské vztahy a děti se naučí, že rajčata nerostou v supermarketu. Pojďte s námi psát lepší příběh sídliště v Janově!

<https://www.darujme.cz/projekt/1203245>

Společně pro Myslov: Na naší návsi vytváříme místo pro setkávání. Bude sloužit pro každodenní posezení, společné akce jako jsou rozsvěcení stromku či výročí. Doufáme, že se bude líbit i mládeži, která se tak bude moc setkávat v příjemně upraveném prostředí.

<https://www.darujme.cz/projekt/1203525>

Posezení do Radotínského altánu: Máme velkou radost, že se nám podařilo postavit pro všechny Radotínské altán, kde se budeme moc scházet. Stavbou to ale nekončí! Ještě nám chybí posezení a k tomu potřebujeme vaši pomoc. A skvělé je, že Nadace Via nám vybranou částku zdvojnásobí!!

<https://www.darujme.cz/projekt/1203400>

Společně můžeme vytůnit krajinu skalních měst: Spolek JULINKA z Police nad Metují se snaží vracet krajinu CHKO Broumovsko do stavu, kdy lépe zadržovala vodu. S vaší finanční podporou a za pomoci dobrovolníků budujeme tůň, 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 budoucna.

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

Sauna: Lidé potte!!! : Přírodní komunitní sauna je projekt, který chceme realizovat svépomocí v roce 2021 u jezírka v prostoru odpočinkové louky OSTROFF. Díky vybudované sauně budeme moci využívat jezírko celý rok a saunovat se mohou nejen skupiny přátel, ale hlavně celé rodiny. Přispějte na projekt SAÚŇA! Každý dar je pro nás důležitý, děkujeme za podporu!

<https://www.darujme.cz/projekt/1204126>



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. ambasadorů, 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 chůď
- narozeniny, svatby a jiná výročí
- jakékoliv jiné výzvy - měsíc veganem, měsíc bez plastů, měsíc bez alkoholu, oholení plnovousu





OSOBNÍ DÁRCOVSKÉ VÝZVY

Ambasadoři

Ambasadori 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.

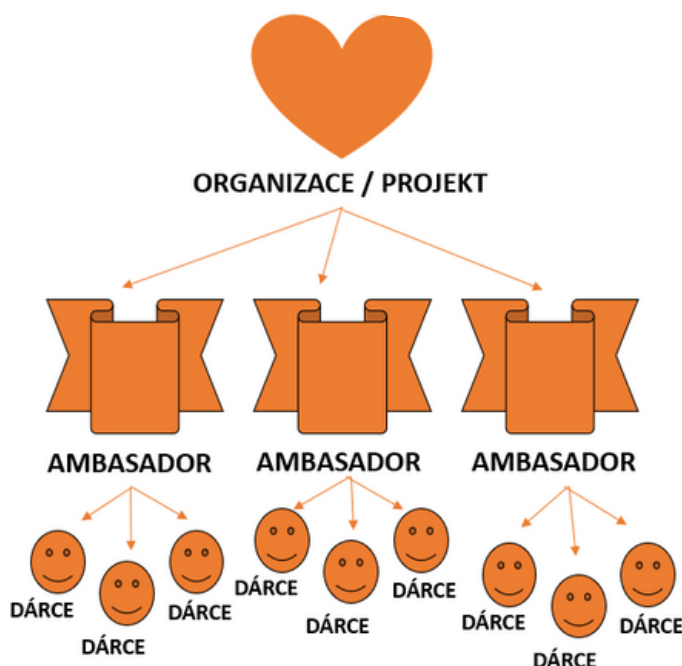
Jak mají ambasadoři zvolit cílovou částku

- 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

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 dárků 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 dárků přispějete na podporu aktivních lidí po celém Česku, kteří ožívají 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 naročky: Naše kolegyně Michaela Kreuterová oslavila své kulaté narozeniny pro Nadaci Via

<https://www.darujme.cz/vyzva/1200222>

[článek, kde Míša sdílí své zkušenosti](#)

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>

Jdu, aby Ronja mohla taky chodit - 250 km karpatským obloukem: Na konci července se vydám pěšky na 250kilometrovou trasu po karpatském oblouku, celou cestu věnuji podpoře Ronjičky a její rodiny www.ronjicka.cz. Nikdy jsem nic takového nedělala. Chůzi miluji, chodím hodně, zejména po horách, ovšem teď to chci poprvé vyzkoušet s výzvou v zádech – chci přispět k tomu, aby Ronja mohla taky chodit.

<https://www.darujme.cz/vyzva/1201010>