

DARUJME.CZ

Manuál pro grantisty komunitních programů Nadace Via

**Důležitá informace: kampaň si nezakládáte sami, ale zakládá vám ji
Nadace Via**





ÚVODNÍ INFORMACE

Co je to platforma Darujme.cz?

Darujme.cz je největší platformou pro **online darování** v České republice. Sbírký na své dobročinné či obecně prospěšné nekomerční projekty si zde mohou po registraci otevřít neziskové organizace, ale také školy, školky, obce nebo kraje. Po vyplnění jednoduché darovací stránky mohou neziskovky začít oslovovat své dárce a příznivce s online žádostí o dar. K dispozici jsou pro dárce všechny moderní a zabezpečené platební metody včetně Apple Pay a Google Pay. Velmi důležité je, že má organizace ihned k dispozici kontakty na všechny dárce, kterým tak může poděkovat a dále s nimi udržovat vztah.

Velmi dobrou zkušenost máme nejen s velkými dobročinnými projekty jako je například Nocleženka Armády spásy, ale také s menšími **komunitními sbírkami**. Pořádají je obce, lokální dobrovolné spolky a naši grantisté, tedy lidé, kterým záleží na místě, kde žijí. Finanční sbírka může pomoci **semknout komunitu kolem společného záměru**.

Platformu Darujme.cz spravuje už od roku 2012 Nadace Via.

Jako grantisté Nadace Via máte jedinečnou možnost založit si kampaň na Darujme.cz bez povinné registrace a **získat navíc bonusový příspěvek**, který vám zdvojnásobí vybranou částku až do výše 20 000 Kč. O veškerou administraci se starají zaměstnanci Nadace Via, kteří vám kampaň **na základě vámi dodaných podkladů** 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 jen na vás - s tím vám pomoc nemůžeme. O založení kampaně si můžete říct kdykoliv během realizačního období vašeho projektu, **ale nejpozději měsíc před jeho koncem**.

V tomto manuálu naleznete:

- jaké podklady potřebujeme pro založení vaší kampaně na Darujme.cz
- tipy na úspěšnou kampaň
- komunikace kampaně veřejnosti
- informace o tzv. narozeninových dárcovských výzvách
- inspirativní ukázky úspěšných kampaní našich grantistů a narozeninových dárcovských výzev
- informace o tom, jak bude probíhat administrativa po skončení kampaně



PODKLADY PRO KAMPAŇ

Založení kampaně na Darujme.cz

Abychom vám mohli založit kampaň na Darujme.cz, tak od vás potřebujeme **níže uvedené informace a fotografie**. Vše prosím zasílejte na adresu **mistokdezijeme@nadacevia.cz**

název kampaně: Zvolte úderný a konkrétní název, jako např. Podpořte kino v Bezdíkově nebo Všichni zpátky do ulic! Dřevěné lavičky (nejen) pro naše děti, Pomozte zachránit železniční most pod Vyšehradem či Nastartujme Nýrsko k životu.

fotky: Potřebujeme od vás jednu fotografii na pozadí na šířku (doporučená velikost 1280×450px) a 1-2 fotografie týkající se vašeho projektu přímo do textu. Dejte si na výběru záležet - vizuální podoba kampaně může pozitivně ovlivnit její výsledek. Fotografie posílejte jako samostatnou přílohu, ne ve wordu.

stručný popis: Napište nám stručnou anotaci kampaně 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!

Tip: Myslete na to, že tohle je první informace, kterou vaši potenciální dárci uvidí, tedy doporučujeme výstižně popsat na co je kampaň zaměřená.

podrobnější popis: V hlavním textu o délce cca 200 slov napište, proč by vás měli podpořit. Jak poslouží projekt místním? Co se zlepší? Pochlubte se, co už vám podařilo nebo co plánujete. Na konci můžete použít tento text: Projekt byl podpořen Nadací Via v programu Místo, kde žijeme. Každou korunu, kterou darujete, nám Nadace Via zdvojnásobí až do výše 20 000 Kč!

Tip: U délky textu se držte pravidla méně je více a především zdůrazněte na co vybrané peníze půjdou.

cílová částka: Napište nám, 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.

Tip: Uved'te, jak naložíte s částkou, když se vám povede vybrat více - pro dárci to může být motivační.

datum ukončení kampaně: Posledním možným dnem je den konce realizačního období vašeho projektu.

délka kampaně: Napište nám, odkdy chcete kampaň spustit a jak dlouho chcete, aby běžela. Obecně doporučujeme 4 - 5 týdnů, ale je samozřejmě možné i několik měsíců, jen vždy zvažte vaše síly týkající se propagace kampaně při zvolení delšího období.

Tip: Doporučujeme načasovat kampaň na období, kdy budete organizovat vaši sousedskou akci a kampaň s ní propojit.

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

webový odkaz: Je možné zvolit si, jak bude vypadat webový odkaz kampaně. Pro vytvoření vlastního odkazu pošlete požadovaný název (např. muj-projekt, odkaz pak bude ve formátu www.darujme.cz/muj-projekt). Doporučujeme používat nějaký jednoduchý, ale konkrétní název: např. www.darujme.cz/pomocjezkum, nikoliv obecně www.darujme.cz/zviratka.

video: Pokud máte video, které chcete v kampani použít, pošlete na něj odkaz. Aby bylo video možné vložit přímo do textu kampaně, musí být nahrané na webu youtube.





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

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 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 2. osobu množného čísla 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.

Tip: udělejte si v rámci týmu seznam opravdu všech potenciálních dárců a postupně je systematicky oslovujte.

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. A buďte při oslovování osobní a nebojte se do textu vložit "své srdce".

„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 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

Mluvte o ní!

Po celou dobu kampaně o ní vy i celý váš tým aktivně mluvte s lidmi, které přirozeně dennodenně potkáváte. Najděte si pro sebe svůj způsob, jak o kampani mluvit, aby vám v tom bylo dobře. S trochou nadsázky, Ideálně když se nebude ve vašem sousedství mluvit o ničem jiném:-). Je přirozené, že někteří potenciální dárci potřebují o kampani slyšet několikrát než darují.

Tip: buďte autentičtí - není třeba každému na setkání hned říkat, aby daroval, ale volit různé způsoby, jak kampaň zmínit, tak aby vám to sedělo.

Děkujte, děkujte, děkujte!

Dejte si záležet nejen na zprávě s děkovným vzkazem, který dárci 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 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 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 zprávy!

Napište stručný, jasný a osobní zprávu (e-mail, Facebook messenger, WhatsApp apod.), každému, kdo by o darování mohl mít zájem: známým, přátelům, rodině či kolegům.

Tip: Pokud je to jen trochu možné, 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. Nestačí si říct, že jste to dali na Facebook a tam už to přece všichni viděli.

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 - na akcích můžete využít vygenerované QR kódy. 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. Jinými slovy, po dobu kampaně by celý váš tým neměl de facto mluvit o ničem jiném. A pokud si myslíte, že už o kampani u vás v obci všichni ví, tak jistojistě neví a nebojte se různými způsoby připomínat běžící kampaň.





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. Poďte s námi psát lepší příběh sídliště v Janově!

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

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 Metuji se snaží vracet 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 budoucna.

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

Nebourat - Pomozte zachránit železniční most pod Vyšehradem!: Správa železnic nechala železniční most pod Vyšehradem desítky let chátrat. Teď chce tuto kulturní památku zbourat a nahradit novostavbou. Proti je přes 120 českých i zahraničních odborníků a odbornic, UNESCO, rada památek ICOMOS, 50 osobností veřejného života, skupina pražských senátorů a senátorek a na 16 000 občanů a občanek. Podpořte občanskou iniciativu Nebourat v boji za záchranu a opravu mostu v souladu s moderními technologiemi!

<https://www.darujme.cz/nebourat>

Územní plán - klíč k budoucnosti obce Kamenice: Kamenice přilákala v 90. letech k bydlení mnoho lidí. Územní plán obce deklaruje "bydlení uprostřed přírody". Usilujeme o zachování tohoto trendu, urbanistické koncepce v územním plánu, uchování přírodního prostředí a genia loci, který je velmi silný.

<https://www.darujme.cz/projekt/1204404>



ÚSPĚŠNÉ KAMPANĚ

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>

I v komunitní zahradě je někdy potřeba soukromí.. Podpořte koupi kompostovací toalety pro Komunitní zahradu Řepy: Komunitní zahrada Řepy je místo pro setkávání, volný čas i relaxaci. Pořádáme zde akce pro veřejnost, pěstujeme zeleninu i sousedské vztahy a pečujeme o přírodu a životní prostředí ve svém okolí. Přesto nám ještě jedna tak zásadní a přitom obyčejná věc chybí...Toaleta, konkrétně kompostovací separační toaleta. Pomozte nám ji získat a zlepšit tak zázemí pro návštěvníky zahrady.

<https://www.darujme.cz/projekt/1204708>

Mraveniště, místo pro život a setkávání: Tvoříme Mraveniště! Je to prostor pro všechny otevřené lidi, kteří chtějí svět kolem sebe aktivně měnit. Koupili jsme maringotku a nyní ji potřebujeme z holobytu přetvořit na inspirativní a příjemné prostředí pro lesní komunitní centrum a lesní dětský klub. Podpořte nás v našem úsilí - Mraveniště tu bude i pro vás!

<https://www.darujme.cz/projekt/1203176>

Zapouštíme kořeny na Hartově stezce: Chceme oživit Hartovu stezku protínající česko-německou hranici. V rámci dvou veřejných brigád během podzimu 2021 vysadíme 20 stromů a pomůžeme tak obnovit poničenou alej kolem stezky. Zároveň se pokusíme probudit zájem místních o toto ojedinělé místo. Spolu s kořeny stromů budou i naše vzpomínky vrůstat do této divoké krajiny.

<https://www.darujme.cz/projekt/1204880>

Kostel ve Skřivani jako místo setkávání: V letošním roce uplynulo 5 let od založení spolku Skřivaň. Jedním z hlavních cílů komunity je péče o kostel sv. Štěpána ve Skřivani a kostelní zahradu, jejich údržba, zpřístupňování a zprostředkování ducha a krásy tohoto výjimečného místa prostřednictvím kulturních programů pro veřejnost. Prostředky získané sbírkou použijeme nejen k jejich pořádání, ale především k zajištění dalších etap opravy střechy kostela.

<https://www.darujme.cz/skrivan>



NAROZENINOVÉ DÁRCOVSKÉ VÝZVY

Narozeninové 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 slavit své narozeniny pro vás - a tímto způsobem vybírají peníze mezi svými známými. K vaší kampani je možné založit neomezený počet narozeninových 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.

Ambasador = nejčastěji jsou to vaši dobří známí, rodinní příslušníci, dobrovolníci nebo příznivci. Je důležité, aby vaši činnost dobře znali, věřili vám a jejich výzva tak byla přesvědčivá. Důležité též je, že v době kampaně slaví narozeniny a chtějí vás podpořit svým časem a energií vloženou do oslovování svých známých se žádostí o dar - místo dárků k narozeninám chtějí, aby lidé posílali peněžní dary na vaši kampaň.

Jak výzvu založit

Narozeninovou 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 (po vytvoření jednoduché registrace do portálu) tvořit! Zde si také určuje, kolik peněz chce vybrat a za jak dlouhé období.





NAROZENINOVÉ DÁRCOVSKÉ VÝZVY

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.

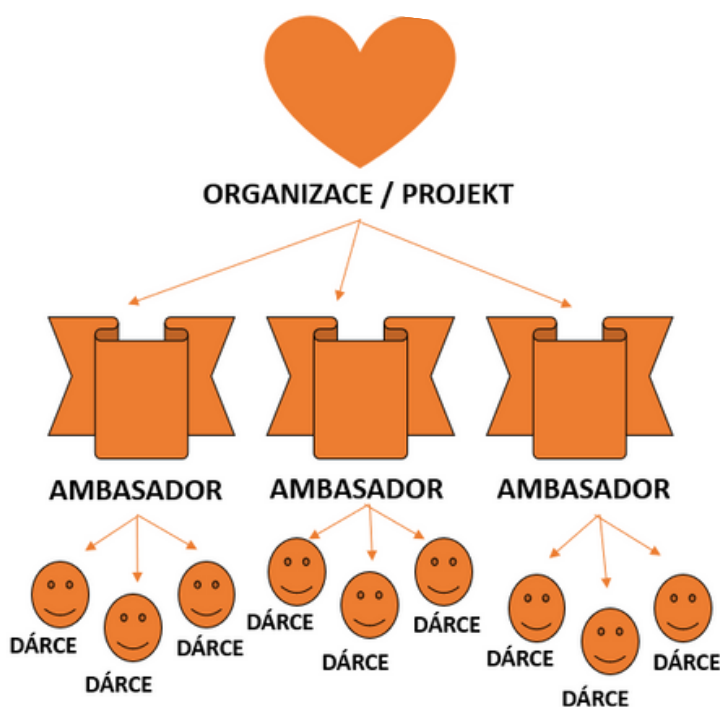
Jak mají ambasadoři zvolit cílovou částku

- 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 adresně "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".





NAROZENINOVÉ 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
- samotné datum narozenin by mělo být nejpozději ve 2/3 výzvy - řada dárců přispěje až kolem narozenin
- 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 NAROZENINOVÉ DÁRCOVSKÉ VÝZVY

Kristýna Cmíralová slaví narozeniny a přeje si diskusi o budoucí podobě Ivančic: Ahoj kamarádi. Brzy se blíží moje narozeniny. Kristova léta mám pomalu za sebou... a stává se ze mě vážná paní! Letos si nepřeju žádné dárky. Já už všechno mám. Pokud byste ale rádi podpořili, to co dělám, přispějte prosím na jednu akci o budoucí vizi Ivančic/ veřejném prostoru, architektuře a krajině, kterou plánuju zorganizovat koncem ledna 2024.

<https://www.darujme.cz/vyzva/1204021>

Zkušenosti Kristýny s narozeninovou výzvou: o narozeninové výzvě jsem začala přemýšlet až pár dnů před narozeninami. Věděla jsem, že musím jednat rychle - a to byl pro mě ten nejlepší motivátor. Dala jsem si den na utřídění myšlenek, jak akci pojmout. Obrázek jsem měla připravený a sepsání samotného textu mi pak nezabralo více než hodinu.

Řídila jsem se radou, abych rozeslala výzvu nejdřív rodině a přispěla si klidně i sama, abych nezačínala s nulovou částkou. Už během hodiny se ale podařilo vybrat několik tisíc. A v průběhu týdne jsem potom potkávala kamarády a známé, kteří se ke mně hlásili, že se jim nápad moc líbí a dárek už mi zaslali. Několik lidí mou výzvu i sdílelo, z toho jsem měla fakt radost. Takže ten úvodní pocit trapnosti mě úplně opustil. :) Podařila se vybrat skoro půlka, což považuji za úspěch.. Lidi fakt chtějí pomáhat. Tak se toho nebojte! Vy do projektu dáváte spoustu času a energie, přispět pár stovkami je pro ostatní to nejmenší.

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

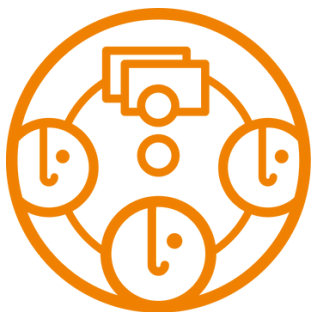
<https://www.darujme.cz/vyzva/1200222>
[článek, kde Míša sdílí své zkušenosti](#)

Narozeniny s půdou: Naše kolegyně Petra Vymětalíková se pustila do oslavy svých narozenin pro dobro české půdy.

<https://www.darujme.cz/vyzva/1203639>

Na koloběžce přes Jeseníky!: Letos mi bude 33 let. Místo dáreků 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 dáreků přispějete na podporu aktivních lidí po celém Česku.

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



PO SKONČENÍ KAMPANĚ

Přibližně týden po skončení kampaně (tato doba je potřebná proto, aby došly všechny přislíbené dary) vám zašleme na email darovací smlouvu na vybranou částku sníženou o 3,7% administračního poplatku. Tento poplatek pokrývá náklady spojené s provozem platformy Darujme.cz - zahrnuje bankovní poplatky, provozní a administrativní náklady nebo třeba další technologický rozvoj nástroje. Připojíme také seznam dárců (jména, emaily a darovanou částku), abyste jim mohli ještě jednou poděkovat a dále s nimi komunikovat.

Po oboustranném podpisu darovací smlouvy vám cca do 10 dnů přijde na účet vybraná částka navýšená o maximálně 20 000 Kč bonusového příspěvku. Jeho výše se odvíjí od vybrané sumy, takže pokud byste vybrali 15 000 Kč, tak výše bonusového příspěvku je také 15 000 Kč.

S penězi můžete naložit dle svého nejlepšího uvážení ve prospěch daného projektu - nákupu toho, na co vám peníze nevystačily či rozvoje dalších aktivit, na které jste dříve nepomysleli, ale víte, že by o ně ve vaší komunitě byl velký zájem!



DARUJME.CZ

Návrh kampaně nám pošlete na
mistokdezijeme@nadacevia.cz

