

#Giving  
Tuesday

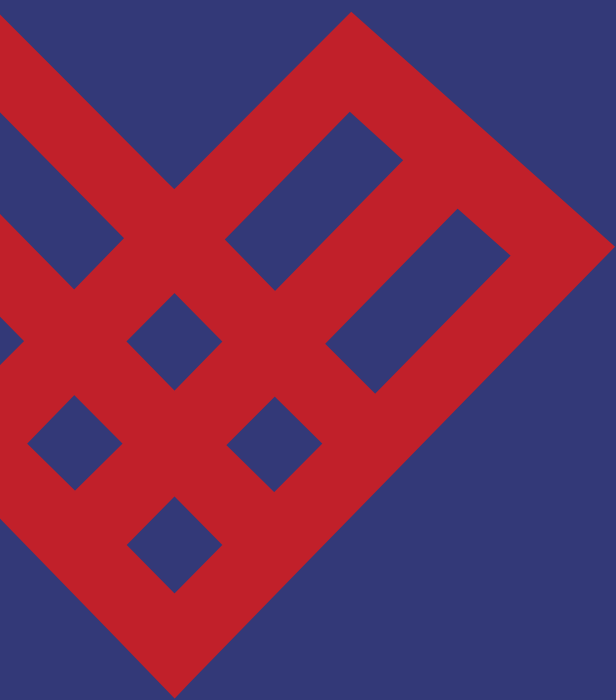


MÔŽEM,  
POMÔŽEM

NÁVOD PRE ORGANIZÁCIE  
**AKO SA ZAPOJIŤ DO  
#GIVINGTUESDAY**

[www.givingtuesday.sk](http://www.givingtuesday.sk)





Čo nájdete  
v tomto návode?

*strana 4 – 5*

## **#GivingTuesday – aj dobré skutky si zaslúžia svoj deň**

- ▶ Čo je #GivingTuesday?
- ▶ 5 dôvodov, prečo sa zapojiť

*strana 6 – 7*

## **Mýty a fakty o #GivingTuesday**

*strana 8 – 11*

## **Úspešná kampaň krok po kroku**

- ▶ Čo chceme dosiahnuť? Stanovte si cieľ
- ▶ Prečo to chceme dosiahnuť?
- ▶ Ako to chceme dosiahnuť?  
(idea, vizuál a nástroje kampane)

*strana 12 – 17*

## **Ako komunikovať, aby ste boli efektívni**

- ▶ Obsah, ktorý netreba ignorovať
- ▶ Ako komunikovať pred, počas a po #GivingTuesday
- ▶ Kde všade nesmú informácie chýbať?
- ▶ Dívajte sa očami darcu: tipy, ako si udržať pozornosť
- ▶ Ako komunikovať na sociálnych sieťach?
- ▶ Ako využiť email?

*strana 18 – 23*

## **Príklady postov a emailov**

*strana 24 – 25*

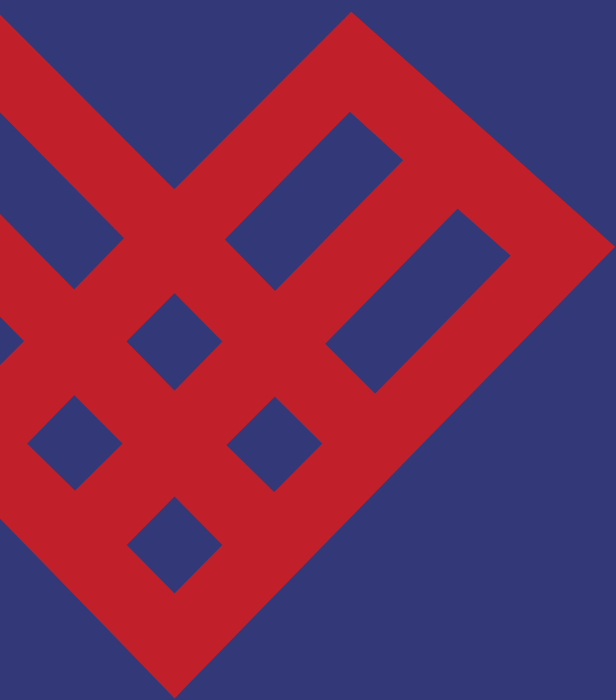
## **Checklist kampane**

*strana 26 – 33*

## **Prípadové štúdie**

*strana 34 – 35*

## **Dizajn manuál**



**#GivingTuesday**

Aj dobré skutky  
si zaslúžia svoj deň

# Čo je #GivingTuesday?

#GivingTuesday je deň, kedy sa po celom svete oslavujú dobré skutky. Je to sviatok štedrosti, počas ktorého sa ľudia spoja a spolu vytvoria vlnu dobra, ktorá sa šíri celým Slovenskom. #GivingTuesday je však aj malým sviatkom podpory organizácií, ktoré každý deň, kúsok po kúsok, prispievajú k zmene a menia svet na lepšie a krajšie miesto.

Počas #GivingTuesday nezáleží na tom, či ste občianske združenie, neziskovka, škola alebo nemocnica. Zapojiť sa môže každý. #GivingTuesday vám dáva príležitosť experimentovať, zviditeľniť svoju organizáciu, aktivizovať ľudí okolo vás aj osloviť nových podporovateľov a darcov. V tomto návode nájdete inšpiráciu, ako sa zapojiť do #GivingTuesday a pripraviť dobrú kampaň.

*Príjemné čítanie! :)*

## 5 dôvodov, prečo sa zapojiť!

Ak ešte váhate, či je pre vás #GivingTuesday to pravé, tu sú body, ktoré vás presvedčia:



### Máte šancu získať pomoc

#GivingTuesday je jeden z mála dní v roku, kedy ľudia sami aktívne vyhľadávajú organizácie, ktoré by podporili. Oslovte verejnosť aj firmy a požiadajte o pomoc v oblasti, s ktorou sa už dlho boríte, práve teraz.



### Dozvie sa o vás viac ľudí

#GivingTuesday skvele funguje na sociálnych sieťach. Záujem o príbehy z darovacieho utorka majú aj médiá. Buďte súčasťou toho celého a zviditeľnite témy, na ktorých vám záleží.



### Stanete sa súčasťou globálneho hnutia

Nezmeškajte šancu zapojiť sa do celosvetovej kampane a využite momentum, ktoré prináša.



### Funguje to

Podľa štúdie [Giving in 2021](#), ktorú vypracoval globálny tím #GivingTuesday, až 82 % ľudí, ktorí sa dozvedia, že existuje sviatok darovania, sa doň zapojí a daruje.



### Zmobilizujete ľudí okolo vás

#GivingTuesday vám umožní aktívne zapojiť vašich podporovateľov aj získať nových.

## Ako hodnotia #GivingTuesday organizácie?

„Priestor, ktorý predstavuje #GivingTuesday, je skvelou príležitosťou pre organizácie, ktoré nemajú samostatné marketingové oddelenia. Prostredníctvom platformy si môžu vyskúšať štruktúru kampane a jej tvorbu v praxi s podporou tímu #GivingTuesday. Pre Mareenu bola najväčším prínosom skúsenosť s rozdelením kapacít, času a investície.“

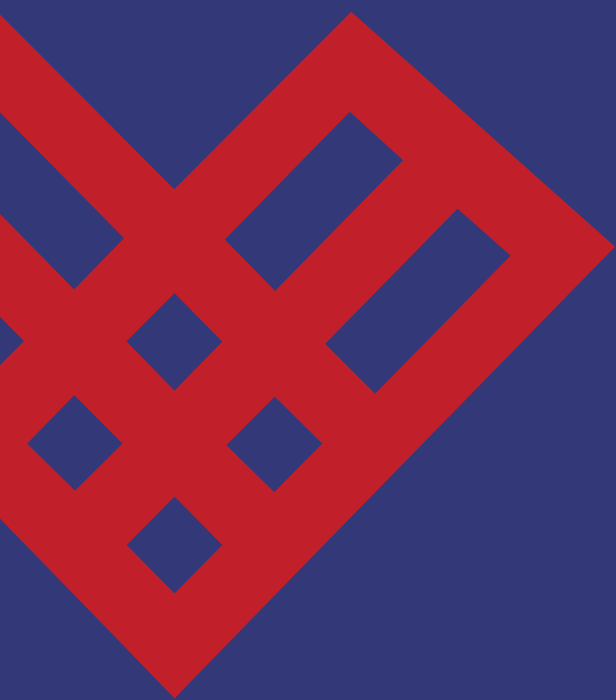
„Sme radi, že sme sa do tejto kampane zapojili a určite sa zapojíme znova, pretože v tom vidíme zmysel – učiť ľudí, že sú medzi nami aj tí, ktorí si nevedia pomôcť sami, ale ktorým dokážeme pomôcť spolu.“

„Okrem darcov sme získali aj nových sledovateľov, ktorí nám vďaka zdieľaniu môžu aj naďalej pomáhať šíriť povedomie o našich aktivitách. Taktiež sme dostali správy od mladých ľudí, ktorí by sa k nám radi pridali ako dobrovoľníci.“

Mareena

ADRA  
Slovensko

Smile n. o.  
Pomáhame  
s úsmevom



Mýty a fakty  
o #GivingTuesday





### #1 MÝTUS: Minimálne plánovanie postačí

Úspech #GivingTuesday sa bude odvíjať od toho, ako dobre si vašu kampaň naplánujete a ako efektívne ju budete komunikovať. Potvrdili to aj skúsenosti organizácií z predošlých rokov – prečítajte si o nich viac na strane 27. Nebojte sa plánovať. Ak máte otázky, radi vám pomôžeme.

### #2 MÝTUS: Do #GivingTuesday sa stačí registrovať a zabudnúť

Nestačí. Rovnako ako nestačí postnúť jeden príspevok na Facebook, aby vám ľudia pomohli. Ak chcete vidieť skutočné výsledky, dajte si záležať na vašej kampani. Postujte, postujte, postujte.

### #3 MÝTUS: Ak si pýtame pomoc od donorov a partnerov pred Vianocami, otravujeme ich

#GivingTuesday stojí na myšlienke šírenia dobra a radosti. Každý rok inšpiruje množstvo ľudí k dobrým skutkom. Je to globálna iniciatíva, a to jej dodáva šmrnc. A ľudia, firmy aj influenceri sa s nadšením zapájajú.

### #4 MÝTUS: Ak spravíme kampaň na #GivingTuesday, zníži nám to počet darov v predvianočnom období

To si myslelo veľa ľudí. #GivingTuesday však rok čo rok potvrdzuje, že opak je pravdou. Darcovstvo v predvianočnom období naďalej rastie rovnakým tempom ako pred #GivingTuesday. Všetko, čo sa vyzbiera počas #GivingTuesday, je len bonusom.

### #1 FAKT: Mobily + sociálne siete = úspech

#GivingTuesday vznikol ako experiment zameraný práve na sociálne siete. A tam funguje najlepšie.

**Úspech vašej #GivingTuesday kampane bude závisieť od toho, ako efektívne zaujmete ľudí na sociálnych sieťach a či ich inšpirujete k zdieľaniu.** Takmer 80 % všetkej aktivity na sociálnych sieťach sa pritom deje na mobilných zariadeniach, myslite na to pri vytváraní postov a grafík.

### #2 FAKT: #GivingTuesday inšpiruje mileniálov

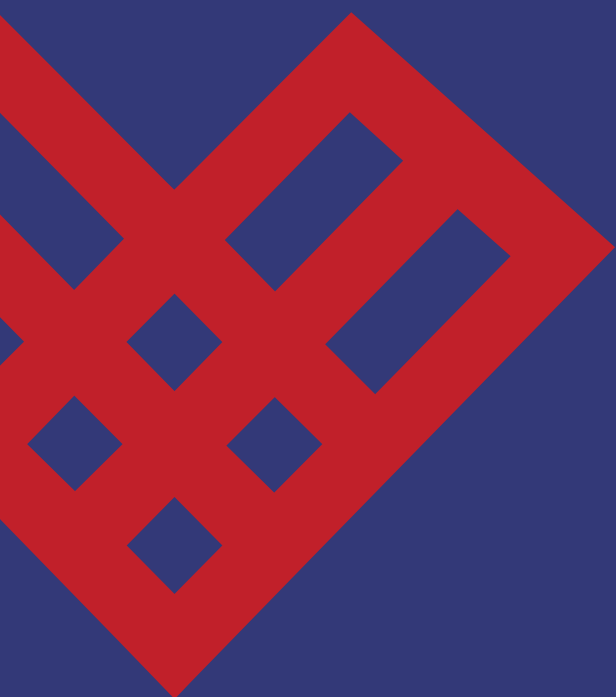
Mileniáli (ľudia do cca 35 rokov) darujú skôr, ak o dobrej skúsenosti počuli od svojich priateľov – zdieľanie na sociálnych sieťach medzi ľuďmi je preto kľúčové. Mileniáli sa zároveň radi v rámci svojej pomoci zapoja aj navyše, nielen finančne. Vymyslite pre nich jednoduchý spôsob, ako môžu dať o vás vedieť svojim priateľom a kolegom a stať sa ambasádorom vašej organizácie.

### #3 FAKT: #GivingTuesday inšpiruje lojálnych darcov

Ukázalo sa, že aj vaši stáli podporovatelia sa radi zapoja do #GivingTuesday. Dokonca s väčšou pravdepodobnosťou ako vo vianočnom období.

### #4 FAKT: Noví darcovia sa vďaka #GivingTuesday vracajú

Ak niekto daruje na #GivingTuesday prvýkrát, je pravdepodobné, že daruje neskôr znova.



# Úspešná kampaň krok po kroku

Nižšie nájdete tipy a základ, ako uvažovať nad svojou kampaňou. Určite si k nim stiahnite aj náš Pracovný zošit pre organizácie: Úspešná kampaň krok po kroku s praktickými cvičeniami a detailnejšími informáciami.



# 1.Čo chceme dosiahnuť?

To je prvá otázka, ktorú by ste si mali položiť. Ináč povedané – stanovte si cieľ. Potrebujete vyzbierať financie na konkrétnu vec? Potrebujete viac dobrovoľníkov? Alebo materiálne dary? Viac fanúšikov na sociálnych sieťach? Nech je to čokoľvek, skonkretizujte to. Inšpirujte sa týmito príkladmi.

Potrebujeme:



**450 eur**

na vybavenie bezpečného priestoru pre poradenstvo pre deti a mladých,



vyzbierať **1000 eur,**

ktoré náš partner z firemného sektora zdvojnásobí,



**200**

párov ponožiek pre ľudí bez domova



**20**

dobrovoľníkov na vyčistenie našich priestorov.

## TIP PRE VÁS



Nebojte sa svoj cieľ komunikovať aj smerom k verejnosti. Konkrétny cieľ ich povzbudí k tomu, aby niečo spravili a vám sa bude jednoduchšie komunikovať progres aj výsledok.



# 2. Prečo to chceme dosiahnuť?

Keď už máte stanovený cieľ, položte si otázky „Prečo to chceme dosiahnuť?“, „Prečo to robíme?“ a „Komu to pomôže?“ Dajte hlavy dokopy a spíšte si to všetko na papier. Pomôže vám to pri tvorbe kampane, pri písaní emailov a postov. Tieto kontrolné otázky slúžia tiež ako skúška správnosti, či máte dobre nastavený cieľ a či sa vaše motivácie a cieľ kampane nerozchádzajú.

## TIP PRE VÁS



Dve hlavy sú viac ako jedna. Sadnite si na dve hodiny s kolegami a zamyslite sa spolu. Brainstormujte nápady a pripravte si prvý návrh kampane.

### 3. Ako to chceme dosiahnuť?

Tu sa začína reálne črtáť vaša kampaň. **Slova kampaň sa hlavne netreba báť.** Kampaň je v podstate len séria aktivít, ktoré spája spoločná idea, cieľ, vizuál a výzva. Toto všetko sa väčšinou formuje na základe tzv. **kreatívneho brífu**. Ponúkame vám preto jeho jednoduchú verziu. Skúste si ju sami vyplniť a podľa toho sa rozhodnite, ako bude vyzeráť vaša kampaň.

#### Kreatívny bríf

*Zodpovedzte písomne nasledujúce otázky:*

##### **KTO STE?**

Akí ste? Čomu veríte? Čo máte za sebou? Čím je vaša organizácia/značka výnimočná? Čo dáva ľuďom? Akú emóciu?

##### **ČO CHCETE?**

Aký problém v spoločnosti riešite? Prečo to riešite? Kto vám môže pomôcť? Akého partnera hľadáte? S čím vám môže pomôcť? Čo od neho očakávate? (Pozn. partnerom môžu byť napr. aj darcovia/podporovatelia)

##### **PRE KOHO TO ROBÍTE?**

Kto je vaša cieľovka? Akí sú? Koľko majú rokov či aké vzdelanie? Čo si myslia? Ako vyzerá ich deň? Čo ich trápi a čo im robí radosť? Čo počúvajú, čítajú, aké majú záľuby?

##### **VAŠE CIELE**

Čo presne chcete dosiahnuť? Kam sa chcete dostať? Ako to chcete odmerať? Čo majú ľudia robiť – akú aktivitu vykonať, aby ste naplnili váš cieľ? Čo si majú po vašej kampani ľudia ideálne myslieť a aký pocit v nich má ostať?

##### **POSOLSTVO**

Čo je to najdôležitejšie, čo chcete ľuďom povedať? Čo im má ostať v hlave? Prečo by tomu mali uveriť? Čím to viete dokázať?

##### **ROZPOČET**

Koľko chcete investovať?

Čo všetko je v tejto sume zahrnuté?

#### Idea

Kreatívny bríf vám pomôže zodpovedať všetky dôležité otázky. Následne si dajte s kolegami brainstorming, ako bude vaša kampaň vyzeráť. Potrebujete vymyslieť ideu, ktorá sa bude niesť celou komunikáciou. Ideálne je postaviť myšlienku na príbehu, s ktorým sa vedia ľudia stotožniť. Následne potrebujete názov kampane a slogan. Pre viac detailov, ako na to, [si stiahnite náš Pracovný zošit pre organizácie](#).

#### Vizuál

Premyslite si základný vizuál, ktorý by mal byť jednotný počas celej kampane. To neznamená, že je nutné používať len jeden obrázok. Každý by však mal niesť rovnaké grafické prvky. Zadefinujte si preto farby svojej kampane, fonty písma, prvky či tvary, ktoré chcete používať, možno pozadie. Premýšľajte nad vizuálom tak, aby ste ho vedeli použiť v rôznych formátoch, napríklad v postoch, ktoré sú na šírku, ale aj v instastories, ktoré sú orientované na výšku. Nezabudnite použiť aj vaše logo.

#### **TIP PRE VÁS**



Vo vizuáloch najlepšie fungujú reálne fotky. Fotky by mali byť kvalitné a zobrazovať, komu pomáhate, alebo odzrkadľovať vašu prácu. Ideálne, ak na nich vidno emócie na tvárach ľudí. Ak vám takéto fotky chýbajú, využít môžete jednu z bezplatných databáz fotiek:

pixabay

kaboompics  
free stock photography



Pexels



Unsplash

Ak nie ste zruční grafici, nevadí. Skúste použiť nástroj Canva.com. Tento web vám umožní vytvoriť si vlastné vizuály aj bez predchádzajúcich skúseností. Nájdete tam aj množstvo vzorov a inšpirácií.

#### Nástroje kampane

Nástroje kampane sú dôležitým rozhodnutím, ktoré vás čaká. Vyberte si kombináciu rôznych nástrojov, ktoré vám najlepšie poslúžia k dosiahnutiu vašich cieľov s ohľadom na cieľovku vašej kampane:

## Sociálne siete

Posty na rôznych sociálnych sieťach sú základom úspešnej #GivingTuesday kampane. Dajte si záležať na ich obsahu a nezabudnite vašich fanúšikov vyzvať k zdieľaniu. Efektívne sú aj videá, posty s influencerami či live stream. Na oslovenie staršej generácie použite Facebook, mladších oslovte cez Instagram a firmy reagujú dobre na LinkedIn. Ak chcete experimentovať, vyskúšajte aj TikTok, kde sa zdržiava hlavne Generácia Z narodená po roku 1995.

## Influenceri

Influenceri sú ľudia, ktorí dokážu ovplyvňovať mienku iných. Nie sú to len známi herci, moderátori či speváci. Dnes majú veľké slovo aj blogeri, youtuberi, skrátka ľudia aktívni na sociálnych sieťach. Oslovte ich s prosbou o pomoc a propagáciu.

### PRO TIP PRE VÁS

Prečítajte si [rady](#), ako pracovať s influencerami,



## Článok/blog a info na webe

Nezabudnite aktualizovať informácie na svojom webe. Informácie na vašich platformách by mali byť zladené. Napíšte blog či článok, prečo sa zapájate do GivingTuesday a ako vám ľudia vedia pomôcť. Neskôr napíšte aktualitu o tom, čo sa podarilo.

### TIP PRE VÁS

Ak vám pomáha influencer či influencerka, spravte s nimi na váš web krátky rozhovor na 5 otázok.



## Email

Email zostáva stále jedným z najefektívnejších nástrojov na oslovenie ľudí. Nebojte sa ho využiť aj počas #GivingTuesday. Analýza spoločnosti Mailchimp ukázala, že v roku 2021 využilo email na požiadanie o podporu iba 38 % neziskoviek na svete. Je to podceňovaný nástroj, hoci väčšina darcov sa vyjadrila, že preferuje dostávať informácie o požadovanej podpore práve takto.

## Podujatie

Nových aj verných podporovateľov môžete osloviť aj podujatím. Zorganizujte deň otvorených dverí, výstavu alebo dobrovoľnícku akciu.

## Médiá

Napíšte tlačovú správu a rozpošlite ju do lokálnych médií a do tlačových agentúr SITA a TASR (kontakty nájdete na ich weboch). Odporúčame napísať jednu v priebehu novembra a jednu tesne pred #GivingTuesday. Vzor tlačovej správy, ktorý môžete použiť nájdete [TU](#).

## Offline kanály

Komunikovať sa dá aj mimo internetu. Rozvešajte letáky, pošlite pozvánky, oslovte ľudí osobne.

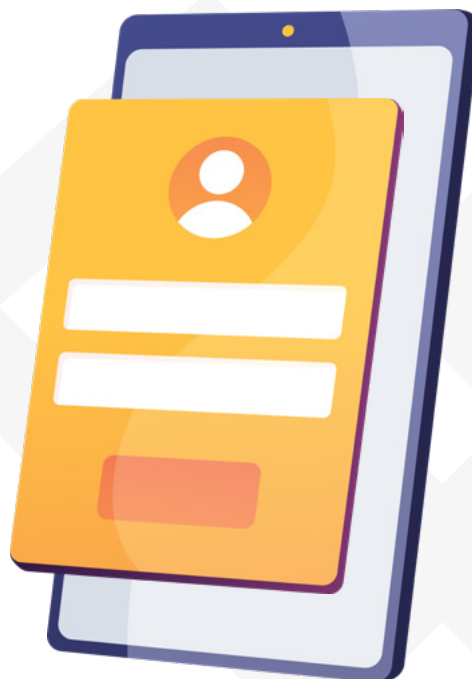
### TIP PRE VÁS

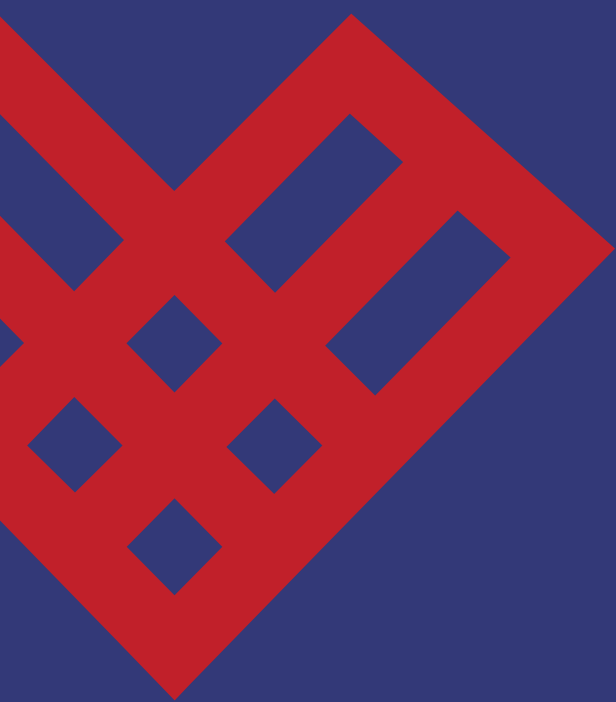
#GivingTuesday nie je o jednom dni. Je o vytváraní kultúry darovania a pomáhania druhým. Využite tento deň na odštartovanie svojej predvianočnej kampane.



## 4. Dajte nám o sebe vedieť! Registrujte sa na [www.GivingTuesday.sk](http://www.GivingTuesday.sk)

Dajte nám vedieť, čo plánujete na #GivingTuesday. [Zaregistrujte sa na našom webe cez jednoduchý formulár.](#) Najoriginálnejšie príbehy tak budeme môcť komunikovať aj my, zahrnúť ich do našich postov či tlačovej správy. Tie najlepšie potom spracujeme do prípadových štúdií. Registráciu otvárame vždy v septembri.





Ako komunikovať,  
aby ste boli efektívni



# 1. Obsah, ktorý netreba ignorovať

Pravidlo číslo 1: nikdy nie je príliš skoro! Nenechávajte si svoju komunikáciu na poslednú chvíľu a začnite komunikovať už teraz. Vedeli ste, že ľudia väčšinou reagujú až na 5. – 7. správu, ktorá ich zasiahne? Komunikácie nikdy nie je dost.

## Čo by vo vašej komunikácii nemalo chýbať:

### Príbehy

Príbehy dokážu motivovať lepšie ako čokoľvek iné. Pomáhajú vašim fanúšikom a darcom stotožniť sa s vašim poslanstvom. Vždy sa ich snažte podať, čo najkonkrétnejšie. Namiesto „pomáhame 200 deťom zo sociálne slabších rodín k lepšiemu vzdelaniu“ skúste povedať „Toto je Miško. Rád hrá futbal a raz by chcel byť učiteľom. Miško sa však narodil do sociálne znevýhodnenej rodiny. Od kedy navštevuje naše centrum, urobil obrovské pokroky a spolu sa rozhodujeme, kam na výšku. Dajte nádej Miškovi a ďalším 200 deťom z nášho centra na lepšie vzdelanie a lepšiu budúcnosť.“

### Dopad

Čo sa stane, keď sa vám podarí naplniť váš cieľ? Koľkým ľuďom to pomôže? Čo sa zlepší?

### Výzva – Call to Action

Jasne naformulujte, čo od ľudí očakávate, čo majú spraviť. Ak chcete, aby darovali, povedzte im „Darujte dnes!“ a pridajte link na darovaciu stránku. Ak potrebujete veci, dajte vedieť, čo presne potrebujete a kam to môžu priniesť. A popritom všetkom, nezabudnite ľudí vyzývať k zdieľaniu.

### Cieľ a urgencia

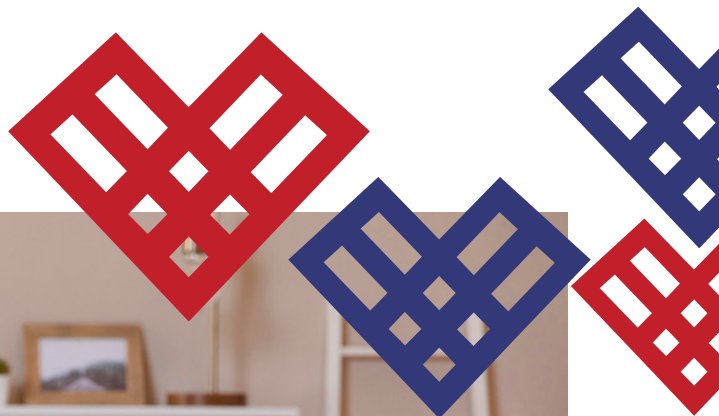
Jasne komunikujte aj svoj cieľ. Motivuje k akcii. Pocit urgentnosti tiež pomáha. Napr. „zostáva už len 6 hodín“ ak fundraisujete. Alebo „už len posledné 2 dni sa môžete prihlásiť ako dobrovoľník.“

### Podakovanie

Podakujte každému darcovi, dobrovoľníkovi, fanúšikovi, ktorý sa zapojil. Nepodceňujte to. Ľudia vám predsa venovali kus seba. Oplatte im to.

### Osobný podtón

Platí špeciálne pre emailovú komunikáciu. Ak viete meno, oslovte človeka. Mail mu píšete ako kamarátovi – úprimne a bez zbytočných fráz. Je to práve ľudskosť, ktorá vytvára emóciu a spojenie.



## 2. Ako komunikovať v čase

### Pred #GivingTuesday

#### *Začnite čím skôr*

Ak ešte nevíete, ako bude vyzeráť vaša kampaň, skrátka ľudí informujte o tom, čo je #GivingTuesday a že sa tiež zapojíte.

#### *Pošlite save the date*

„Save the date“ správu môžete poslať emailom, ako súčasť newslettera alebo zverejniť na sociálnych sieťach.

#### *Informujte o kampani*

Využite všetky dostupné kanály, aby ste ľudí informovali o tom, ako vás môžu podporiť. Zahrňte to do emailov/newslettera, postnite informáciu minimálne 3 – 5-krát pred #GivingTuesday. Posty zintenzívňte, ako sa #GivingTuesday blíži.

#### *Zdieľajte*

Sledujte Facebook a Instagram #GivingTuesday a zdieľajte zaujímavé veci. Napríklad naše videá s influencerami alebo zaujímavé grafiky. Prázdné posty, ktoré si môžete dotvoriť, nájdete tiež v sekcii [Na stiahnutie](#).

#### *Nájdite svojich ambasádorov*

Zamyslite sa, či máte vo svojom okolí niekoho, kto vás dlhodobo podporuje, zdieľa posty, dobrovoľníci. Môže to byť váš ďalší ambasádor. Ambasádori sú ľudia, ktorí ďalej medzi svojich priateľov a známych šíria informácie o vašej organizácii a pomáhajú vám s vašimi výzvami. Vyhľadajte si týchto ambasádorov, osobne ich oslovte a dajte im možnosť vám pomôcť.

### **TIP PRE VÁS**

Používajte hashtagy #GivingTuesdaySK a #MozemPomozem. Dáte tak vedieť, že ste súčasťou niečoho väčšieho.

### Počas #GivingTuesday

#### *Rozbaľte to na sociálnych sieťach*

V deň #GivingTuesday to rozbaľte naplno. Postujte a robte instastories. Pokojne publikujte zo 3-4 posty a ešte viac „storíček“. Zdieľajte fotky (ak máte), videá, informujte o prograse kampane, o dopade, ktorý bude mať.

#### *Pošlite emailovú kampaň*

Ráno ešte pošlite emailovú kampaň. Požiadajte ľudí aj o zdieľanie. Nezabudnite na jasnú výzvu a príbeh.

#### *Sledujte vývoj a hashtagy*

Počas dňa neustále sledujte, ako sa vaša kampaň vyvíja. Sledujte aj hashtagy, najmä, ak používate vlastné. Medzi postami môžete nájsť zaujímavé odkazy vašich fanúšikov, ktoré stoja za zdieľanie.

### **TIP PRE VÁS**

Hravosť vyhráva. Ak bude kampaň baviť vás, bude baviť aj vašich fanúšikov.





## Po #GivingTuesday

### Podakujte

Každému darcovi, dobrovoľníkom, kolegom, ktorí pomohli. A hlavne poďakujte všetkými kanálmi – cez email, cez sociálne siete, osobne...

### Zhrňte výsledky a dopad

Dajte vedieť, ako to dopadlo a aký to bude mať dopad. Čo sa podarí vďaka ľuďom? Komu to pomôže?

### Odštartujte vianočnú kampaň

Udržte momentum a rovno odštartujte svoju vianočnú kampaň.

## TIP PRE VÁS

Zamerajte svoj obsah na sociálne siete. Využívajte vizuály a videá, ktoré upútajú pozornosť. #GivingTuesday vie efektívne osloviť najmä mileniálov. Tí hľadajú nové zaujímavosti a zábavu.



## 3. Kde všade nesmú informácie chýbať

Využívanie rôznych komunikačných kanálov sme tu už spomínali. Nejde však iba o posty na sociálnych sieťach a emaily. Aktuálni treba byť na viacerých platformách, kde o vás ľudia hľadajú informácie.

### Čo všetko treba pri kampani upraviť:

#### Webstránka vašej organizácie

Obzvlášť, ak na ňu v rámci kampane zdieľate link. Každý, kto príde na váš web, by mal ihneď vedieť, že vám beží kampaň, o čom je a čo má spraviť. Preverte aj kontaktné údaje. Sedia? Určite nezabudnite na stránke uviesť kontaktný email.

#### Darovacia stránka

Ak využívate špeciálnu darovaciu stránku, takisto ju prispôbte. Presvedčte sa, že všetko funguje.

#### Sociálne siete

Úprava cover fotky, rám na profilovke, posty – to všetko by malo byť v súlade s vašou kampaňou. Uistite sa, že informácie v bio na Instagrame, či v podrobnostiach o vás na Facebooku sú aktuálne.

## 4. Dívajte sa na komunikáciu očami darcu

Keď sa vám už podarilo zaujať vášho darcu, podporovateľa či dobrovoľníka, kam sa dostane? Na váš web či darovaciu stránku alebo niekam inam? Čo tam uvidí? Máte tam naozaj všetko dôležité atraktívnou formou?

### 7 tipov, ktoré vám pomôžu udržať si pozornosť darcu:

#### Prvé 2-3 vety sú kľúčové

Mali by obsahovať najdôležitejšie informácie – prečo to robíte, čo sa snažíte dosiahnuť aj prečo by mal človek darovať/niečo urobiť práve dnes.

#### Nevytvárajte mylné očakávania

Titulok, post či email je dôvodom, prečo si darca klikol niekam ďalej. Zabezpečte preto všade rovnaký jazyk a hlavné posolstvo.



## Obrázok/video povie viac ako tisíc slov

Nájdite relevantné vizuálne materiály a skombinujte ich s nutným minimom textu. V texte budte struční, vo vizuáli či videu použite jasné farby.

## Jasná výzva

Povedzte darcom, čo presne chcete, aby urobili. Nepredpokladajte, že sa dovtípi. Výzva by mala byť najvýraznejším prvkom na stránke. Výzvu dajte prečítať niekomu nezainteresovanému ako skúšku správnosti, či je zrozumiteľná.

## Navrhnite im, ako na to

Ak zbierate finančné príspevky, zahrňte tam aj navrhovanú sumu, ktorú by ľudia mohli darovať. Doplniť ju môžete informáciou, čo táto suma zabezpečí (napr. „10 eur zabezpečí raňajky pre 3 ľudí bez domova“). Ak zbierate materiálne dary, popíšte, čo možno najkonkrétnejšie vaše potreby a pod.

## Referencie pridajú na kredibilitu

Pridajte do komunikácie referencie skutočných ľudí/klientov. Využite citáty zo sociálnych sietí, ohlasy a dáta o tom, koľko ľudí už podporilo vašu kampaň. Transparentné zobrazenie darcov je veľmi vhodné. Predtým, než použijete nejaký citát, je vhodné vypýtať si povolenie od jeho autora.

## Dajte vedieť, že ste súčasťou globálneho hnutia

Využívajte logo #GivingTuesday a hashtagy #GivingTuesdaySK a #MozemPomozem.

# 5. Ako komunikovať na sociálnych sieťach

#GivingTuesday sa najlepšie šíri na sociálnych sieťach. Využite všetky, ktoré máte k dispozícii.

## Kde postovať a cez koho:

- Využite sociálne siete – Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter. TikTok či Twitch. Sústreďte sa však na tie, kde sú vaši darcovia.
- Využite ambasádorov – motivujte ľudí, aby vašu kampaň zdieľali.
- Zapojte influencerov – ak máte vo svojom okolí ľudí, ktorí dokážu ovplyvňovať mienku verejnosti, zapojte ich, alebo oslovte nových.

## Čo postovať:

- Fotky a príbehy ľudí, ktorým pomáhate
- Novinky z organizácie
- Fotky vášho tímu
- Krátke informácie o tom, ako použijete dary
- Poďakovanie existujúcim darcom
- Vizuály a videá ku kampani, gif a obrázky
- Hashtagy #GivingTuesdaySK a #MozemPomozem
- Sledujte príspevky oficiálnej #GivingTuesday kampane a vašich ambasádorov/influencerov a prezdieľajte ich

## Kedy postovať:

- V novembri postujte 2 – 3-krát za týždeň.
- V deň #GivingTuesday sa nebojte pridať aj viac príspevkov počas dňa.
- Odsledujte si v štatistikách na Facebooku najlepšie časy a dni, kedy postovať. T.j. kedy sú vaši fanúšikovia najaktívnejší. Zistíte to podľa toho, aký je dosah vašich postov pod príslušným postom. Nie je to úplne presné, ale trochu vám to pomôže v plánovaní. Ľudia bývajú aktívni väčšinou ráno do 10, okolo obeda a potom až večer, keď sa vrátia z práce a sú po večeri. Takisto piatok a sobota sú slabšie.

## Zopár nápadov:

- Pridávajte hádanky/kvízy a podobný zábavný obsah, ktorý povedie k vašej kampani.
- Zapojte ľudí – nechajte ich rozhodnúť o logu, slogane, hashtagu alebo téme.
- Vytvorte si vlastný hashtag.
- Investujte do reklamy na Facebooku a Instagrame.  
**Aj 10 eur je lepšie ako nič.**

## 6. Ako využiť email

Email je tiež efektívny nástroj, ako propagovať vašu organizáciu a kampaň. Príde priamo vašim darcom a viete ho personalizovať. Podľa štatistík asi polovica ľudí, ktorí dostanú personalizovaný email, daruje. Čo robiť, ale aj čo nerobiť, keď oslovujete ľudí emailom?

### Koho idete osloviť?

#### Zoznam

Než začnete, vytvorte si zoznam všetkých kontaktov, ktoré chcete osloviť. Keď získate nových darcov alebo podporovateľov, hneď si ich zaradte do zoznamu.

### Ako ich idete osloviť?

#### Nezabudnite na slušnosť (a GDPR)

Kým pošlete email, uistite sa, že ste kontakt získali v súlade s GDPR. **Nikdy nedávajte všetky kontakty na kópiu.** Použite aspoň skrytú kópiu, hromadnú korešpondenciu, ideálne profesionálne marketingové nástroje ako Mailchimp alebo SendGrid – mnohé majú priaznivé cenové ponuky alebo poskytujú služby zadarmo pre neziskovky, pozrite si preto ich pricing, prípadne napíšte na zákaznícku podporu.

#### Dajte si záležať na predmete emailu

Predmet rozhoduje o tom, či si váš email ľudia otvoria alebo nie. **Zamyslite sa nad pútavým a zaujímavým titulkom do 50 znakov.** Ak sa chcete odlíšiť, dajte na začiatok mailu emoji.

### Obsah

K tvorbe obsahu pristupujte osobnejšie – ako keby ste písali svojmu známemu a nielen nejakú generickú neosobnú správu. Dôležitá je aj jasná a zreteľná výzva **na jeden klik**.

### Aj 2-krát denne je v pohode

Počas #GivingTuesday sa nebojte poslať aj dva mailingy. Prvý ráno, druhý poobede s aktuálnou informáciou, ako pokračujete, koľko ľudí sa už zapojilo a čo chcete dosiahnuť. Ak využívate Mailchimp, dajte poobede preposlať kampaň ľuďom, ktorí mail neotvorili.

### TIP PRE VÁS

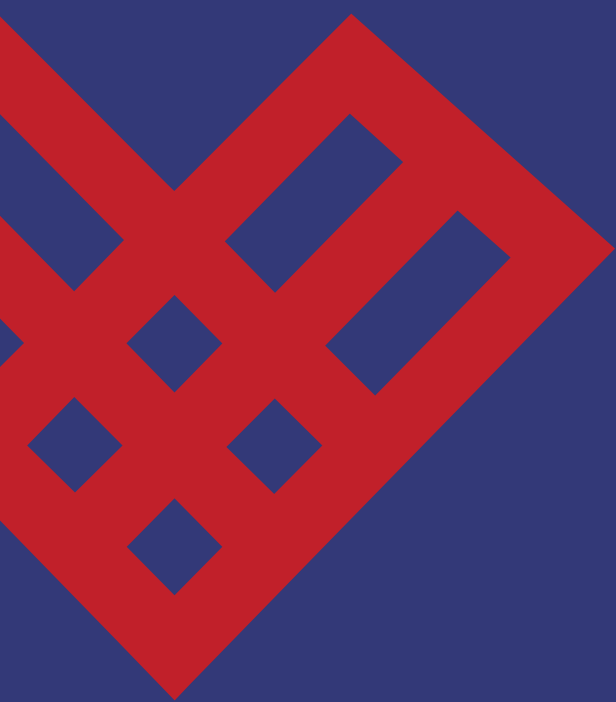


Nebojte sa experimentovať. Každá skúsenosť vás niečo nové naučí. Vytvorte si napríklad A/B testing v mailovej komunikácii a otestujte, ktorý predmet či obsah funguje lepšie.

### Otestujte to

Nezabudnite poslať prvý mail, tzv. **test mail**, sebe alebo kolegovi/kolegyni, aby ste vychytali posledné muchy, skontrolovali, či všetky linky fungujú, či sa správne zobrazuje emoji a obrázky.





Príklady  
postov a emailov

# Vzorové emaily

## EMAIL #1



KOMU:

PREDMET: *Nenechajte nás začať od nuly*

Milý **[krstné meno]**,

S veľkým potešením oznamujeme, že sme sa zapojili do sviatku dobrých skutkov #GivingTuesday. Ak sa nám podarí dosiahnuť náš cieľ, budeme môcť pomáhať **[doplniť ako]**. Veľmi dúfame, že nám pomôžete aj vy a spoločne dosiahneme náš cieľ!

Takto nás môžete podporiť:

Kampaň na širšiu verejnosť spustíme **[doplniť dátum]**. Nechceli by sme ale začať úplne na nule. Pomôžte nám to celé rozbehnúť.

Čo môžete spraviť? Ak ste mali v pláne darovať, urobte tak dnes. **[link na darovanie]**

1. Prepošlite link priateľom a vyzvite ich, aby pomohli aj oni.
2. Zdieľajte link na svojom Facebooku.
3. Dajte nám like na našej stránke **[link na FB/IG]**.
4. Postnite fotku alebo story, ako pomáhate, na Instagram.
5. Zdieľajte na LinkedIne, že podporujete našu kampaň.

Vopred ďakujeme, že nám pomáhate!



## EMAIL #2



KOMU:

PREDMET: *Ďakujeme za vašu podporu*

Milý **[krstné meno]**,

ďakujeme za podporu našej kampane! Veľmi si to vážime. Váš dar pomôže **[doplniť ako]**. Budeme ešte vďačnejší, ak nám pomôžete šíriť našu kampaň ďalej.

Tu je 5 jednoduchých spôsobov, ako na to:

1. Prepošlite link priateľom a vyzvite ich, aby pomohli aj oni.
2. Zdieľajte link na svojom Facebooku.
3. Dajte nám like na našej stránke **[link na FB/IG]**.
4. Postnite fotku alebo story, ako pomáhate, na Instagram.
5. Zdieľajte na LinkedIne, že podporujete našu kampaň.

Ďakujeme, že nám pomáhate!





### EMAIL #3



KOMU:

PREDMET: *Pomôžte nám dosiahnuť náš cieľ*

Milý **[krstné meno]**,  
videli ste už našu novú kampaň?

Podarilo sa nám dosiahnuť už **[číslo]** % z nášho cieľa a to vďaka **[počet]** darcom a darkyniam.  
Pomôžte nám dosiahnuť náš cieľ a darujte ešte dnes aj vy. **[link na darovanie]**

Váš dar nám pomôže **[cieľ alebo poslanie]**. **[Jedna, dve vety o dopade – prečo to robíte]**.

Pomôžete nám dosiahnuť náš cieľ aj zdieľaním tejto kampane? Prepošlite link na kampaň priateľom, alebo zdieľajte informácie, ako pomôcť, na sociálnych sieťach.

Ak ste už darovali a podporili nás, zo srdca vám veľmi ďakujeme. Vaša podpora pre nás znamená veľa.

Ďakujeme, že nám pomáhate udržať momentum a darujete a zdieľate práve dnes!



### EMAIL #4



KOMU:

PREDMET: *Nenechajte nás začať od nuly*

Milý **[krstné meno]**,  
oficiálne štartujeme našu kampaň **[názov kampane]** a potrebujeme vašu pomoc,  
aby sme dosiahli **[popíš cieľ]**.

Pomôžte nám získať náskok a darujte či podporte túto myšlienku ešte dnes! **[link na darovanie]**

Darovať je jednoduché, urobíte tak online za pár minút. Úspech našej kampane závisí pritom práve od vás.  
Zdieľajte preto, prosíme, ako ste pomohli, aj na sociálnych sieťach.

Podporiť nás môžete na stránke: **[link na FB/IG]**. Pomôžte nám šíriť kampaň ďalej! Tu je jednoduchý link:  
**[link, čo majú zdieľať]**

Ďakujeme, že nám pomáhate!



# Vzorové posty na sociálne siete

  POST #1 

**Neziskovka X**  
09:33 · 

Po **#BlackFriday** a **#CyberMonday** prichádza **#GivingTuesday** – celosvetový sviatok dávania! Vlna dobra sa bude šíriť aj na Slovensku, a to už po šiesty raz. My sa už nevieme dočkať, lebo spolu s vami dokážeme priniesť lepšie vzdelanie pre naše deti.

Prečítajte si o tom, čo sa nám podarilo minulý rok, aj čo zaujímavé chystáme na **#GivingTuesday**. Sledujte nás! Viac na [\[link na aktualitu\]](#)

  Your Friend and 74 others 15 Comments

 Like  Comment

  POST #2 

**Neziskovka X**  
17:33 · 

Do **#GivingTuesday** zostáva už len týždeň!

Pripravte sa spolu s nami! Viac o našej kampani sa dočítate tu: [\[link na aktualitu\]](#)

  Your Friend and 74 others 15 Comments

 Like  Comment

  POST #3 

**Neziskovka X**  
08:33 · 

Spúšťame našu **#GivingTuesday** kampaň! Naš cieľ je 2000 eur, ktoré prinesú lepšie vzdelanie pre 20 detí. Pomôžte nám dosiahnuť túto metú a podporte Neziskovku X ešte dnes. Dajte vedieť aj rodine a priateľom.

**#MozemPomozem**

Podporiť nás môžete tu: [\[link\]](#)

  Your Friend and 74 others 15 Comments

 Like  Comment

  POST #4 

**Neziskovka X**  
18:33 · 

**#GivingTuesday** je už zajtra! Pomôžte nám dosiahnuť náš cieľ a priniesť lepšie vzdelanie tam, kde najviac chýba. Všetky deti bez rozdielu a bez ohľadu na to, odkiaľ pochádzajú, si zaslúžia rovnaké možnosti.

**#MozemPomozem**

Ďakujeme, že pomáhate. Viac info tu: [\[link\]](#)

  Your Friend and 74 others 15 Comments

 Like  Comment

  POST #5 

**Neziskovka X**  
09:02 · 

**#GivingTuesday** je tu! Začali sme veľmi dobre a je ešte len 9 ráno. S úžasnými ľuďmi, ako ste vy na našej strane, pokoríme náš cieľ 2000 eur ľavou zadnou! Ak môžete, pomôžte práve dnes!

**#MozemPomozem**

Podporiť nás môžete tu: [\[link\]](#)

  Your Friend and 74 others 15 Comments

 Like  Comment

**Neziskovka X**  
12:15 ·

**#GivingTuesday** je sviatkom štedrosti. Popri predvianočnom nákupnom ošiali sa zastavme a pomôžme tam, kde to treba. Vzdelávanie je tiež darom. Vďaka vašej podpore bude mať o 20 detí viac prístup ku kvalitnému vzdelaniu.

**#MozemPomozem**

[link na info o kampani]

Your Friend and 74 others
15 Comments

Like
 Comment

**Neziskovka X**  
12:15 ·

Minulý rok sa nám podarilo ovplyvniť životy vyše 1000 detí. Teraz majú šancu uplatniť sa v živote a dokonca ísť aj na vysokú školu. Pomôžte nám na **#GivingTuesday** priniesť lepšie vzdelanie ďalším desiatkam detí. Bez vás to nedokážeme!

**#MozemPomozem**

[link na podporu]

Your Friend and 74 others
15 Comments

Like
 Comment

**Neziskovka X**  
14:01 ·

Ste úžasní! Vďaka vám sme už v polovičke nášho tohtoročného cieľa. Ešte sa ale nevzdávame! Zostáva ešte dosť času. Pridajte sa!

**#MozemPomozem**

Podporiť nás môžete tu: [link]

Your Friend and 74 others
15 Comments

Like
 Comment

**Neziskovka X**  
14:01 ·

Už máme 1200 eur vďaka 50 štedrým darcom! Pridajte sa aj vy a pomôžte nám zlepšiť prístup k vzdelávaniu pre deti zo sociálne slabších rodín. Zažite to dnes s nami!

**#MozemPomozem**

Čítajte, ako na to, tu: [link]

Your Friend and 74 others
15 Comments

Like
 Comment

**Neziskovka X**  
17:15 ·

**#GivingTuesday** je už takmer za nami. Zostávajú už len 4 hodiny a nám ešte chýba posledných 200 eur. Podporte nás, aby ani jedno dieťa nezostalo bez kvalitného vzdelania! Bol to pre nás úžasný deň a ďakujeme za to, že ste!

**#MozemPomozem**

Pomôcť nám môžete tu: [link]

Your Friend and 74 others
15 Comments

Like
 Comment

# Vzorové posolstvá

Inšpirujte sa, využite ich alebo si ich upravte. Toto sú hlavné posolstvá #GivingTuesday:

Na #GivingTuesday môže byť každý hrdinom. Pridajte sa k miliónom ľudí po celom svete a zapojte sa!

#GivingTuesday je svetovým sviatkom štedrosti. Zapojiť sa môže ktokoľvek a kdekoľvek. Pridajte sa k nám na #GivingTuesday a zdieľajte, ako dnes pomôžete vy.

Darujte svoj čas, schopnosti, veci alebo peniaze – počas **#GivingTuesday** nikdy neviete, ako veľmi váš dobrý skutok vo finále pomôže iným.

Na #GivingTuesday oslavujeme všetkých dobrých a štedrých ľudí. Zapojiť sa je jednoduché – stačí spraviť dobrý skutok.

Save the date:  
**#GivingTuesday** bude v utorok [sem dajte dátum]. Sme hrdí na to, že sme súčasťou globálneho hnutia.

Každý má niečo, čo môže darovať. Pridajte sa k nám a oslávte **#GivingTuesday**. Darovať môžete svoj čas, schopnosti, hlas, peniaze alebo materiálne dary. Ak môžete, pomôžte. Nápady, ako na to, nájdete na [www.givingtuesday.sk](http://www.givingtuesday.sk)

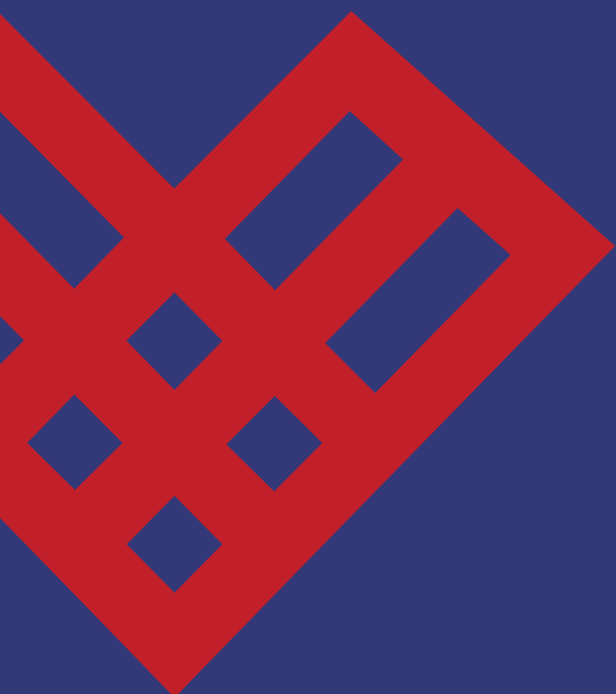
**#GivingTuesday** je o obyčajných ľuďoch, ktorí spolu dokážu neobyčajné veci. Zapojiť sa je jednoduché – stačí spraviť dobrý skutok.

Každý dobrý skutok sa počíta a každý z nich znamená ešte viac, ak sa spojíme. Na **#GivingTuesday** milióny ľudí dokazujú, aká veľká je naša schopnosť pomáhať.

Zapíšte si do kalendára! [sem dajte dátum] je **#GivingTuesday**. Ako sa zapojíte vy?

Máme dva dni na nakupovanie – Black Friday a Cyber Monday. Na **#GivingTuesday** máme deň na darovanie. Spolu si vytvárame novú tradíciu, ktorá sa zapíše do kalendára každého z nás. **#GivingTuesday** je prvým dňom obdobia dávania.

**#GivingTuesday** je globálna iniciatíva, ktorú budujú jednotlivci, rodiny, organizácie, firmy a komunity po celom svete. Milióny ľudí sa v tento deň spoja, aby podporili dobré veci a komunity, v ktorých žijú.



## **Checklist kampane**

Nechcete na nič dôležité  
zabudnúť? Vytlačte si  
tento checklist!



## Pred #GivingTuesday

- ☒ Stiahnuť checklist kampane
- ☐ Napláňovať kampaň
- ☐ Pripraviť vizuály
- ☐ Pripraviť videá
- ☐ Osloviť influencerov
- ☐ Zaregistrovať svoju výzvu na [www.GivingTuesday.sk](http://www.GivingTuesday.sk)
- ☐ Aktualizovať si svoju webstránku
- ☐ Začať komunikovať (minimálne mesiac pred GivingTuesday): zverejniť 3 – 5 postov, odoslať newsletter a 1 či 2 direct emaily podporovateľom
- ☐ Poslať 1 až 2 tlačové správy
- ☐ Poslať pozvánky/vytvoriť event na Facebooku (ak robíte nejaké podujatie alebo akciu)
- ☐ Pripraviť emaily a posty, ktoré zverejníte a odošlete v deň D
- ☐ Zmeniť si cover fotku a profilovku na sociálnych sieťach

## Počas #GivingTuesday

- ☐ Poslať newsletter/mailling
- ☐ Zavesiť na Facebook/LinkedIn/Instagram jeden až dva posty, pridávať instastories
- ☐ Zdieľať zaujímavé posty
- ☐ Sledovať priebeh kampane

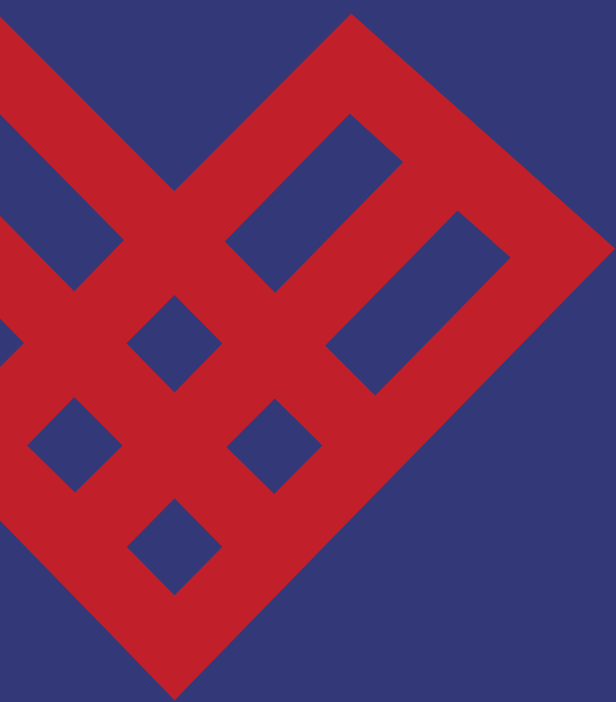
## Po #GivingTuesday

- ☐ Poďakovať (na sociálnych sieťach, v blogu či článku na webe a v newsletteri)
- ☐ Zhrnúť výsledky a dopad
- ☐ Spustiť vianočnú kampaň
- ☐ Vyhodnotiť výsledky
- ☐ Pomenovať nedostatky

### **TIP PRE VÁS**

Kompletnú časovú os kampane nájdete v návode Úspešná kampaň krok po kroku. Stiahnite si ho na našom webe [TU](http://TU).





Prípadové štúdie  
z minulých rokov

# OZ Krehkí bojovníci: #GivingTuesday prekonal naše očakávania

Príbeh OZ Krehkí bojovníci sa začal písať v roku 2017. Združenie vzniklo tak, ako mnoho ďalších pomáhajúcich organizácií, z osobnej potreby a príbehov ľudí, ktorí za ním stoja. Malý tím ľudí, dobrovoľníkov, poháňa v ich snahe motivácia pomôcť ťažko či dlhodobo chorým osobám a ich rodinám ustáť situáciu, v ktorej sa ocitli mnohokrát nečakane. Nová diagnóza so sebou neprináša iba zmenu v zdravotnej karte. Mení sa status celej rodiny, vrátane finančnej situácie, prichádzajú nové prekážky a problémy, ktoré dokonca so zdravotným stavom ani priamo nesúvisia.

OZ Krehkí bojovníci sa svojou činnosťou snaží zmierniť tieto dopady na dvoch „frontoch“. Prvým je poskytnutie materiálnej pomoci formou takzvaných balíčkov pomoci tým, ktorí sa ocitli v núdzovej situácii. Taký balíček pomoci môže obsahovať čokoľvek od liekov, jedla, oblečenia až po drogeriu, hračky či knižky.

Druhým je portál PomôžemTi.sk. „Informácie o dostupnej pomoci pre zdravotne znevýhodnených a ich rodiny, ktorú poskytuje štát, sú pre väčšinu neprehľadné a nezrozumiteľné,“ vysvetľuje nám Lucia Zeiselová z OZ Krehkí bojovníci a dodáva: „Z toho dôvodu sme založili informačný web, kde možno nájsť aktuálne a zrozumiteľné informácie o formách pomoci, ktoré ponúka štát či občiansky sektor na Slovensku.“

## Uvedomovali si potenciál

Zapojiť do globálneho hnutia #GivingTuesday sa Krehkí bojovníci rozhodli prvýkrát v roku 2019. O jeho existencii sa dozvedeli prostredníctvom [facebookovej stránky Nadácie Pontis](#). „Tento kanál sledujeme najmä z dôvodu informovania o školeniach určených pre občianske organizácie. Niekoľko takýchto školení sme už absolvovali a boli sme s nimi veľmi spokojní,“ hovorí Lucia.

#GivingTuesday videli ako dobrú príležitosť získať dostatok finančných prostriedkov na prevádzku informačného webu PomôžemTi.sk aj v roku 2020. „Zároveň sme si tiež uvedomovali potenciál, ako naše maličké združenie a naše aktivity viac spropagovať,“ dodáva Lucia s úsmevom.

Sviatok štedrosti nakoniec prekonal ich očakávania. Okrem toho, že sa im vďaka darom jednotlivcov i firmami podarilo vyzbierať dostatok financií na prevádzku webu, dostali materiálne dary, mediálny priestor v slovenských a českých médiách a dokonca sa im prostredníctvom #GivingTuesday podarilo nájsť aj dobrovoľníčku na dlhodobú výpomoc.

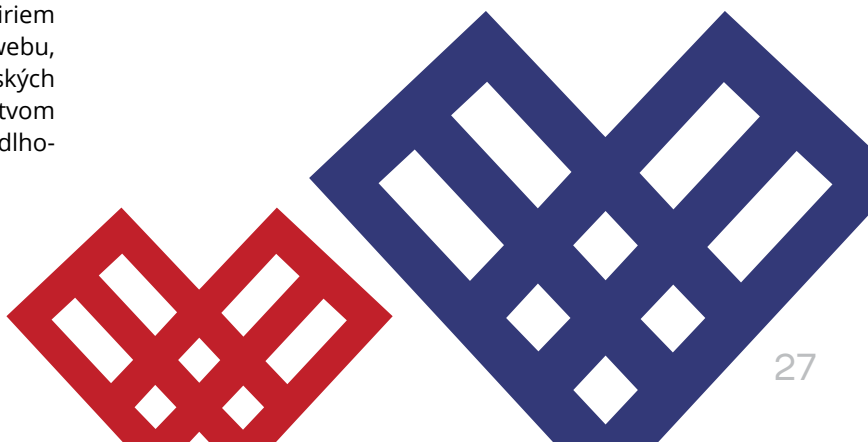
## Dôkladná príprava

Za ich úspechom však stojí pevné odhodlanie a nemalé úsilie. „S prípravou sme začali už 2 mesiace vopred,“ prezrádza nám Lucia. „Napríklad, za účelom zjednodušenia možnosti darovať finančné prostriedky, sme založili darovaciu bránu, keďže dovtedy sme mali k dispozícii iba prevod na účet,“ hovorí.

Kľúčom, aby tento deň splnil všetky očakávania, je podľa združenia aj dobrá komunikácia. „Na našom facebooku sme tiež v dostatočnom časovom predstihu informovali o našom zapojení sa do #GivingTuesday, o tom, čo nás k tomu viedlo, čo by sme potrebovali a zároveň sme ľuďom prinášali osvetu o tomto sviatku štedrosti,“ dodáva.



Napriek dôkladnej príprave sa v novembri rozhodli zariadovať a svoje ambície posunuli ešte vyššie. „Oslovili sme rôzne spoločnosti a firmy aj na získanie materiálnej pomoci,“ hovorí Lucia a dodáva: „Podarilo sa nám tak vyzbierať obsah balíčkov pomoci v podobe potravín, ponožiek a jednorazových latexových rukavíc.“



## Aukcia

Vďaka veľkému odhodlaniu sa združeniu podarilo získať tričko OKTAGON bojovníka MMA Attilu Végha s podpisom, ktoré sa rozhodli vydražiť s cieľom získať ďalšie finančné prostriedky. O aukcii písali v niekoľkých slovenských a českých médiách, ktoré sa venujú športu MMA. Aukcia však nevyšla podľa ich predstáv. „Napriek našej snahe i snahe prevádzkovateľa platformy, na ktorej aukcia bežala, sa nám nepodarilo získať financie od ľudí, ktorí sa jej zúčastnili,“ vysvetľuje Lucia a dopĺňa: „Tričko máme preto stále k dispozícii a plánujeme ho darovať zdravotne znevýhodnenému fanúškovi Attilu Végha. Veríme, že sa nám niekoho takého podarí nájsť a že mu urobí veľkú radosť.“



Napriek menšiemu neúspechu však považujú #GivingTuesday za nadpriemerne úspešný. Materiálne dary v podobe balíkov pomoci venovali desiatim „krehkým bojovníkom“ a ich rodinám, zariadeniu pre seniorov v Hlohovci a občianskemu združeniu Zdravá duša, ktoré pomáha pri sociálnej rehabilitácii duševne chorých ľudí v regióne Považia. A, samozrejme, vďaka finančnej zbierke môžu prostredníctvom informačného webu a poskytovaného sociálneho poradenstva pomáhať desiatkam až stovkám ľudí naďalej.

## Ľudia sú ochotní pomôcť, no často nevedia ako

Pre organizácie, ktoré sa rozhodnú zapojiť do #GivingTuesday, odporúča združenie najmä vzornú prípravu, vrátane stanovenia si konkrétnych cieľov a prostriedkov na ich dosiahnutie. „Napíšte si časový rozvrh a snažte sa ho aj dodržiavať,“ radí Lucia a na záver dodáva: „Na začiatku sme ako malá organizácia mali rešpekt a báli sme sa obrátiť aj na väčšie firmy. Toto treba prekonať. Ľudia sú ochotní pomôcť, no často nevedia ako alebo komu.“

## Príbeh z Podolínce: Povedzte svoj príbeh a stanovte si rozumný cieľ

Príbeh detského domova v Podolínci, dedinke ležiacej pod Pieninami, je skutočnou success story.

Čo chcelo zariadenie počas #GivingTuesday získať? Ich cieľ bol celkom jednoduchý: potrebovali 4 kontajnery na triedenie odpadu. V 4 bytoch, kde žije 40 detí, už mali umiestnené koše na triedenie, no chceli sa posunúť ďalej a získať zberné nádoby.

Svoju požiadavku zaregistrovali na stránke [www.givingtuesday.sk](http://www.givingtuesday.sk). Túžba naučiť deti triediť odpad zaujala natoľko, že detský domov kontaktovali 3 firmy, ktoré im ponúkli pomoc. Dokopy deti dostali koše na separovaný odpad nielen do interiéru bytov, ale aj väčšie kontajnery do exteriéru, lis na plastové fľaše a okrem toho aj školenie pre deti o triedení odpadu v rámci programu Eko Alarm od firmy CURAPROX. Detský domov sv. Klementa Hofbauera dokazuje, že jasná a zmysluplná požiadavka si na deň darovania môže nájsť svojich darcov, ktorí projekt s konkrétnym cieľom radi podporia.

## Čo nové sa vďaka kampani naučili?

„Trebá mať dobrú myšlienku, jasne ju formulovať a vysvetliť potenciálnym darcom, čo od nich očakávam,“ povedal Eduard Ferencko koordinátor kampane. „Tiež som si uvedomil, že treba udržiavať kontakt s firmami, s ktorými som na #GivingTuesday spolupracoval minulý rok.“

Takže, aby sme to zhrnuli:

- Povedzte ľuďom váš príbeh.
- Jasne sformulujte svoju požiadavku.
- Ak máte okruh podporovateľov, zapojte ich!



## Transparency International: Spojte predvianočnú kampaň s #GivingTuesday

Kampaň s názvom Dlhujeme im to prebiehala dlhšiu dobu, Transparency International však využili deň darovania #GivingTuesday na aktivizáciu darcov a odpoveď na otázku, prečo podporiť Transparency práve dnes.

Vašu vianočnú kampaň môžete na #GivingTuesday buď spustiť, alebo (ak už bude bežať) využiť tento deň ako komunikačný nástroj a aktivizačný moment a svoju kampaň tak podporiť.



„Pridajte sa k už 17 osobnostiam, ktoré chcú vrátiť svojim rodičom, čo sa od nich naučili. Špeciálne dnes, na celosvetový sviatok darovania pre verejnoprospešné účely #GivingTuesday. Dlhujeme im to,“ hlásala organizácia v deň darovania.

## KC Kompas: Vytvorte si vlastné podujatie

Komunitné centrum Kompas zapojilo komunitu v Nových Zámkoch (stredné, základné školy), inštitúcie a firmy do zbierky trvanlivých potravín pre núdznych Novozámčanov. Vybierané potraviny boli ďalej distribuované v sociálnej výdajni potravín.

### Ako to dostať medzi ľudí?

Koordinátori KC Kompas oslovili firmy, nezabudli na platenú reklamu na Facebooku, zbierku propagovali na podujatiach, komunikovali cez plagáty a letáky a v neposlednom rade využili pomoc mesta Nové Zámky.



Podujatie upútalo aj pozornosť RTVS, ktorá prišla zo zbierky natočiť reportáž. KC sa tak rozšírilo do povedomia nových ľudí a získalo nových darcov.

Čo nové si vďaka #GivingTuesday uvedomili? „Častejšie v roku treba dať ľuďom možnosť darovať,“ tvrdí organizácia.

## TIP PRE VÁS



### Vymyslite vlastné podujatie... a získajte dobrovoľníkov

Zišla by sa vám pomocná ruka? Vo vašom okolí i v miestnych firmách sa určite nájdú ľudia, ktorým dobrovoľníctvo nie je cudzie. Vytvorte pre nich podujatie a zapojte ich do rozvoja vašej organizácie! Oslovte vašich podporovateľov a firemných partnerov a pripravte pre nich zážitok z dobrovoľníctva.

### Čo by mala vaše výzva obsahovať?

- Prečo vás majú podporiť? Povedzte im váš príbeh.
- Čo získajú – zaujmite ich! (spoznajú vašich klientov, pripravíte spoločné občerstvenie, ...)
- Koľko dobrovoľníkov potrebujete?
- Kde, kedy a čo sa bude diať?

## Inšpirujte sa

OZ Rodinná rozprávka na #GivingTuesday naplánovalo akciu na zútulnenie priestorov centra. Okruhu známych pravidelne odosielať maily a pozornosť upútali aj príspevkami na Facebooku či plagátmi. Podarilo sa im nielen zvýšiť povedomie o svojej činnosti a nájsť niekoľko dobrovoľníkov, ale aj získať financie a farby a štetce na realizáciu akcie.

## #GivingTuesday v ADRA: Mali to ťažké, ale ľudia ich podržali

#GivingTuesday v ADRA dopadol na výbornú. Množstvo darcov oslovila organizácia originálnou kampaňou v hlavnej úlohe s eko taškou, ktorej bolo ťažké odolať.

### Byť iný je in

ADRA Slovensko sa do #GivingTuesday zapojila bez váhania. Iniciatívu už poznali zo zahraničia ako celosvetový deň dobrých skutkov a privítali, že sviatok štedrosti prišiel prvýkrát aj na Slovensko.

Pri príprave kampane sa nebáli byť kreatívni. „V prvom rade sme si premysleli, akú pomoc aktuálne potrebujeme najviac a na základe toho sme vyplnili svoj profil na web stránke GivingTuesday.sk. Zároveň sme si uvedomovali, že do kampane sa zapoja stovky ďalších organizácií, preto sme rozmýšľali, ako ľudí zaujať či motivovať k tomu, aby pomohli ľuďom v núdzi práve s nami,“ objasňuje prípravy Boda Oravcová z ADRA Slovensko.

Tak vznikla eko taška s nápisom Mám to ťažké, ale keď môžem, pomôžem. Tašku mohol v žrebovaní vyhrať každý, kto počas #GivingTuesday daroval ADRA Slovensko 10 eur a viac.

## Vedia vaši známi o #GivingTuesday? Pripravte ich!

Tím ADRA si dal záležať na tom, aby ľudia vedeli, čo #GivingTuesday vlastne je. Predtým, než začali svoju výzvu komunikovať, sa teda zamerali na to, aby ich sledovatelia tento sviatok spoznali. Najskôr zdieľali videá, kde známe osobnosti hovorili, o čom je #GivingTuesday. Zároveň odkazovali ľudí na web, kde mohli čitatelia nájsť viac informácií. Postupne svojich sledovateľov informovali, o čom to je, kedy presne to bude a keď prišiel ten správny čas, zverejnili výzvu, aby sa ľudia zapojili – na web stránky, sociálnych sieťach, v newsletteri či cez ADRA ambasádorov. Organizácia využila aj jednotné grafické podklady, vďaka ktorým si mohla vyrobiť vizuály ku kampani s vlastným posolstvom a logom ADRA Slovensko.

V neposlednom rade v ADRe investovali do reklamy. Šírenie kampane tiež podporili cez Google Ads a promováním príspevkov na Facebooku, bez čoho by sa im nepodarilo osloviť také množstvo ľudí.



Kampaň s eko taškou bola prijatá veľmi pozitívne. Verejnosť reagovala nielen zdieľaním a lajkami, ale prispelo sa aj oblečením či školskými potrebami pre konkrétnych ľudí v núdzi a tiež finančnými príspevkami, vďaka ktorým boli podporovatelia zaradení do žrebovania o originálnu eko tašku. Pre veľký úspech sa táto taška dokonca neskôr vrátila do ponuky a dodnes ju môžete dostať ako darček, ak darujete určitú sumu (25 eur a viac). Vybierané peniaze išli na slovenské projekty pomoci, teda na poskytovanie bezplatnej právnej pomoci pre ľudí v núdzi, pomoc obetiam domáceho a sexuálneho násillia a aktivity DC ADRA Košice, kde sa venujú marginalizovaným skupinám a ľuďom bez domova.

„Sme radi, že sme sa do tejto kampane zapojili a určite sa zapojíme znova, pretože v tom vidíme zmysel – učiť ľudí, že sú medzi nami aj tí, ktorí si nevedia pomôcť sami, ale ktorým dokážeme pomôcť spolu,“ uzavrela Boda Oravcová.



## Mareena radí: Čo sme sa naučili počas #GivingTuesday

V roku 2017 sme prostredníctvom kampane GivingTuesday hľadali tie pravé pomocné ruky aj my v Mareene.

Mareena je mladá a dynamická organizácia. Naším poslaním je pomôcť cudzincom vybudovať si na Slovensku nový domov a prepájať ich s domácimi prostredníctvom našich podujatí a programov.

### #GivingTuesday ako platforma

Prostredníctvom kampane #GivingTuesday sme sa snažili rozšíriť naše finančné zdroje, ale zároveň sme chceli využiť potenciál platformy na zvyšovanie povedomia o témach migrácie a našich činnostiach. Naše očakávania na úvod neboli privysoké. Samotná idea #GivingTuesday sa na Slovensku ešte len rozširuje. Chuť zapojiť sa bola inšpirovaná jej potenciálom, ktorý nás okrem iného mohol podporiť v samotnom rozširovaní povedomia o téme, možnostiach podpory a spropagovania malých organizácií aj mimo priestoru ich pôsobenia, a teda „zvyšnej cieľovej skupiny“.

Ako to však v neziskovom prostredí býva, na prípravu samotnej kampane a šírenie myšlienky sme aj z kapacitných dôvodov nemali vyhradený relevantný čas, čo sa ukázalo aj na samotných výsledkoch kampane. V rámci príprav sme „reagovali“ na poslednú chvíľu, avšak motivovala nás myšlienka, že aj my podporíme silnú ideu, za ktorou stálo mnoho silných osobností či organizácií, ktoré sú nám blízke. Naš premiérový #GivingTuesday sme vnímali viac ako priestor šírenia povedomia o nás, než ako kanál, ktorý nám na úvod zozbiera vysoké čísla podporovateľov.

### Kampaň veľká či malá – hlavne, nech je osobná a hravá

V prípade kampane #GivingTuesday vnímame jej marketingovú podporu veľmi pozitívne, posunula nás k novým ľuďom a nám samým ukázala ďalšie funkčné metódy komunikovania témy. Naše konkrétne výsledky však boli z marketingového hľadiska hodné vkladu. Samotnej kampani sme venovali LEN jeden status, ktorý bol podporový videom. Veríme, že práve osobný tón videa bol pre príležitostných podporovateľov motivujúcim prvkom. Do podpory videa sme vložili najmenšiu možnú sumu, akú dovoľujú sociálne siete a video malo na záver dvojnásobný dosah ako vtedajší počet followerov na našej stránke.



Vzhľadom na časový horizont našej kampane sme však na jej konci finančné zdroje rozšírili o jedného podporovateľa. Daná čiastka nás ale veľmi potešila a využila sa tam, kde bola mienená.

Čo sme si teda z kampane odniesli?

- Nepodceniť čas a kapacity,
- komunikovať aktívne a po dlhší čas,
- interaktívne aktivizovať potenciálnych darcov,
- byť hravý,
- prostredníctvom kampane i naďalej vzdelávať o téme.

Priestor, ktorý predstavuje #GivingTuesday, je skvelou príležitosťou pre organizácie, ktoré nemajú samostatné marketingové oddelenia. Prostredníctvom platformy si môžu vyskúšať štruktúru kampane a jej tvorbu v praxi s podporou tímu #GivingTuesday.

Pre Mareenu bola najväčším prínosom skúsenosť s rozdelením kapacít, času a investície. Aj keď sme zdroje nerozšírili o veľkú finančnú podporu, rozšírili sme základňu nových followerov na našej stránke. A v malom sme si vyskúšali, ako veci môžu fungovať ďalší rok. Podpora v roku 2017 bola najmä o samotných skúsenostiach, splnila však cieľ, podporila naše programy a aktivity komunitného centra. Kto mohol, pomohol. Tešíme sa, že budeme mať šancu zapojiť sa do #GivingTuesday aj ďalší rok.

## OZ Kaspian: Efektívnejšia komunikácia vďaka #GivingTuesday

KASPIAN pri pripravách na #GivingTuesday stavil na plánovanie kampane v dostatočnom predstihu a intenzívnu komunikáciu. Stačilo to na úspešnú kampaň?

Ak si stanovíte jasný a zrozumiteľný cieľ, je omnoho ľahšie kampaň komunikovať na podporovateľov. KASPIAN je nízkoprahové centrum pre deti a mladých v Petržalke a cieľom ich kampane bolo vybavenie poradenskej miestnosti pre mládež v ich nízkoprahovom klube. Práve táto miestnosť je dôležitou súčasťou ich práce. Deti a mladí sa tu môžu spolu s pracovníkmi baviť na citlivé témy a dostávajú základné poradenstvo. Vybavenie miestnosti sa tak stáva dôležitou súčasťou jej atmosféry. Bolo treba zakúpiť lampy, dekoračné vankúše, konferenčný stolík, koberec, kreslá a sedačku. Cieľ kampane bol dohodnutý – teraz už bolo treba "len" ho úspešne odkomunikovať na podporovateľov a zdôrazniť, čo majú spraviť, aby sa im spoločne podarilo cieľ dosiahnuť.

### Týždne príprav na deň D(arovania)

#GivingTuesday je len jeden deň v roku. Ak však chcete z neho získať čo najviac, príprava naň musí začať oveľa skôr. Tak to bolo aj v prípade príprav kampane v KASPIAN-e. V rámci tímu mali najskôr v organizácii niekoľko porád, v ktorých si stanovili stratégiu, grafické výstupy, texty a nastavili správnu komunikáciu s verejnosťou. Začali s prípravou textov do newsletterov a príspevkov na Facebook.

#GivingTuesday je skvelým komunikačným nástrojom a v KASPIAN-e to vedia. Súčasťou príprav bolo preto rozšírenie povedomia o zapojení sa KASPIAN-u do kampane #GivingTuesday, v rámci čoho oslovila organizácia svojich najbližších – rodiny, priateľov, známych, aby zdieľali príspevky a túto informáciu šíрили ďalej. Oslovovanie darcov prebiehalo offline i online. Prostredníctvom letákov

sa obrátili na miestnu komunitu a raz do týždňa o svojej kampani informovali fanúšikov na sociálnej sieti. Správu o kampani mohli priaznivci nájsť aj na webe.



Keďže vaši sledovatelia a fanúšikovia majú na sociálnych sieťach spravidla desiatky či stovky priateľov, oplatí sa vyzývať ich, aby vaše príspevky zdieľali. Vaša kampaň tak môže mať vďaka zdieľaniu dosah na oveľa väčší počet ľudí a môže rozšíriť okruh vašich podporovateľov a darcov.

V samotný deň kampane sa pokračovalo v propagácii stanoveného cieľa cez sociálne siete a newsletter. A aký bol výsledok niekoľkotýždňového snaženia v KASPIAN-e? „V rámci kampane sa nám nepodarilo vyzbierať požadovanú sumu, no boli sme podporení sumou, vďaka ktorej sme mohli zakúpiť dekorácie, koberec a konferenčný stôl, za čo sme veľmi vďační. Vďaka finančnej podpore sme dokázali zariadiť útulnú a bezpečnú poradenskú miestnosť, ktorú deti a mladí môžu navštíviť počas nízkoprahového klubu 4-krát do týždňa, alebo sa využíva aj na pracovné porady pre mladých z terénu,“ zhrnula Radka Hrnčiarová z OZ KASPIAN.

Vďaka kampani sa v KASPIAN-e podarilo vytvoriť pokojné a tiché miesto, kde prichádzajú deti a mládež a kde sa môžu v bezpečí a nerušene rozprávať o dôležitých témach. Je to akési útočisko, kde si prídu deti posediť, porozprávať sa a oddýchnuť si.



## Posledný krok každej dobrej kampane

V KASPIAN-e nezabudli výsledok kampane odkomunikovať prostredníctvom newsletteru darcom, ktorí združenie podporili. Priebeh a výsledky kampane boli tiež zverejnené na fanpagei.



Podakovanie darcom a informovanie o výsledkoch – čo sa za darované peniaze podarilo spraviť – je dôležitým krokom každej fundraisingovej kampane. Keď darca vidí, komu reálne pomáha a aké konkrétne veci sa vďaka jeho pomoci podarilo dosiahnuť, pravdepodobnejšie sa rozhodne pomôcť znova a možno sa stane aj pravidelným darcom.

## Cesta mladých: Kulturista makal v posilke – nebol však sám

Organizácia Cesta mladých na športový deň v Lozorne prilákala známeho kulturistu a spolu s ním aj 40 detí z rómskych i nerómskych rodín.

Cesta mladých pracujúca s rómskymi komunitami otvorila svoje komunitné centrum v Lozorne len dva týždne pred #GivingTuesday. V komunite teda boli nováčikmi, no napriek tomu sa zhostili výzvy a pre novú cieľovú skupinu – deti z vylúčeného prostredia na Záhorí – sa rozhodli v rámci #GivingTuesday zorganizovať športový deň. Pre nový subjekt to bola neľahká úloha. Nevedeli vopred odhadnúť, ako podujatie dopadne a či sa im podarí pritiahnúť dostatočný počet detí.

### Zaujať mládež? Cesta mladých sa to podarilo

Na športový deň prišlo dovedna 40 až 45 detí z rómskych i nerómskych rodín v Lozorne, čo Soňa Koreňová z Cesty mladých hodnotí veľmi pozitívne: „Fakt, že v Lozorne sa nám ako novému subjektu podarilo priniesť na jedno miesto deti z majority i rómske deti považujeme za veľký úspech. Úspechom bolo i to, že do súťaží sa zapojili nielen menšie deti, ktoré sa dajú pomerne jednoducho namotivovať, ale aj mládež nad 15 rokov,“ pokračuje Koreňová.

Mládežníci z Lozorna dokonca ukázali tímového ducha a pri disciplínach sa navzájom povzbudzovali. „Decká sa tešili, že pre nich niekto niečo vymyslel, boli hravé (miestami až príliš) a zvedavé. Bol to výborný priestor pre vybitie energie a budovanie vzťahov.“



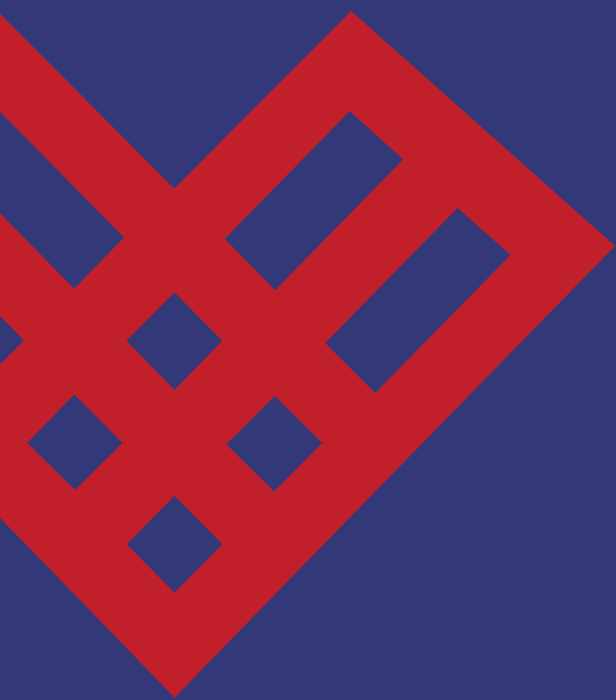
Kulturista a športovec Boris Valihora Prekop, ktorý v bežnom živote trénuje napríklad Majka Spirita, si prišiel zcvičiť s deťmi z Lozorna a v rámci športového dňa viedol niekoľko aktivít. Boris bol pre mladých skvelým vzorom a debatoval s nimi nielen o športe, ale aj o živote a zásadách tvrdej práce. Jeho príbehy o športe a drine prepájal s rôznymi životnými situáciami.

### Online kampaň za úspešným podujatím zaostávala

Okrem podujatia pre deti sa Cesta mladých pokúsila zapojiť aj do online výzvy na darovanie. Cez Facebook oslovili svojich fanúšikov a informovali ich, ako môžu v rámci #GivingTuesday organizácii pomôcť. Hoci jasne vymenovali možnosti zapojenia, jeden príspevok na zaujatie darcov nestačil. Online výzva má spravidla väčšiu šancu na úspech, ak je komunikovaná skôr a častejšie. Komunikácia môže začať už jeden či dva mesiace pred #GivingTuesday, pričom v samotný deň nie je na škodu uverejniť niekoľko rôznych príspevkov (pripomínajúcich aké sú ciele, čo môžu ľudia spraviť, aby sa ciele podarilo spoločne splniť a priebežné výsledky kampane – čo sa zatiaľ podarilo a čo ešte chýba).

Ďalší dôvod neúspechu online výzvy vidí Soňa Koreňová najmä v chýbajúcej kontaktnej kampani – neoslovili darcov individuálne prostredníctvom mailov a nešírili povedomie #GivingTuesday mimo sociálnych sietí. Offline kampaň a oslovenie ľudí z komunity sú pritom kľúčové obzvlášť vtedy, ak základňa fanúšikov na sociálnych sieťach nie je veľká.

V organizácii Cesta mladých počas prvého #GivingTuesday vychytali muchy a do ďalšieho ročníka sa púšťajú s veľkým odhodlaním.



# Dizajn manuál

Využite grafiku, logá či celkový dizajn #GivingTuesday. Na webe si ich môžete stiahnuť v krivkách spolu s rôznymi formátmi na sociálne siete. Logá, hashtagy a podklady si môžete upraviť podľa svojich predstáv. Dizajn #GivingTuesday nemá žiadne fixné pravidlá, no týmto dizajn manuálom sa riadime my pri tvorbe kampane na Slovensku.



Stiahnuť logá a všetky  
materiály #GivingTuesday



## Vznik loga



Logo celosvetovej  
organizácie GivingTuesday

Čičmianske  
srdce

## Logotypy

#Giing  
Tuesday

#GiingTuesday

## Farby

|                                                                                     |                                              |                                                                                     |                                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
|  | <b>R</b> 193<br><b>G</b> 23<br><b>B</b> 41   |  | <b>R</b> 51<br><b>G</b> 57<br><b>B</b> 120 |
|  | <b>R</b> 248<br><b>G</b> 248<br><b>B</b> 248 |  | <b>R</b> 0<br><b>G</b> 0<br><b>B</b> 0     |

## Písmo

Open Sans Regular

A Á Ä B C Č D Ď DŽ DŽ E É F G H CHI Í KL L Ľ  
M N Ň O Ó Ô P Q R Ŕ S Š T Ť U Ú V W X Y Z Ž

a á ä b c č d ď dž dž e é f g h ch i í j k l l'  
m n Ň o ó ô p q r ŕ s š t ť u ú v w x y z ž

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 , . - ~ ' ! " / \* @ ( ) % = < > + -

Open Sans Bold

A Á Ä B C Č D Ď DŽ DŽ E É F G H CHI Í KL L Ľ  
M N Ň O Ó Ô P Q R Ŕ S Š T Ť U Ú V W X Y Z Ž

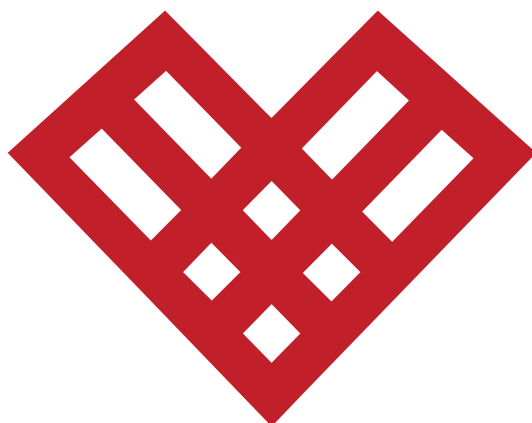
a á ä b c č d ď dž dž e é f g h ch i í j k l l'  
m n Ň o ó ô p q r ŕ s š t ť u ú v w x y z ž

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 , . - ~ ' ! " / \* @ ( ) % = < > + -



Sme tu pre vás!  
MÔŽEM, POMÔŽEM

#Giving  
Tuesday



Kontaktujte nás:

**Nadácia Pontis**

Zelinárska 2  
821 08 Bratislava

[givingtuesday@nadaciapontis.sk](mailto:givingtuesday@nadaciapontis.sk)



[www.givingtuesday.sk](http://www.givingtuesday.sk)