

#Giving  
Tuesday

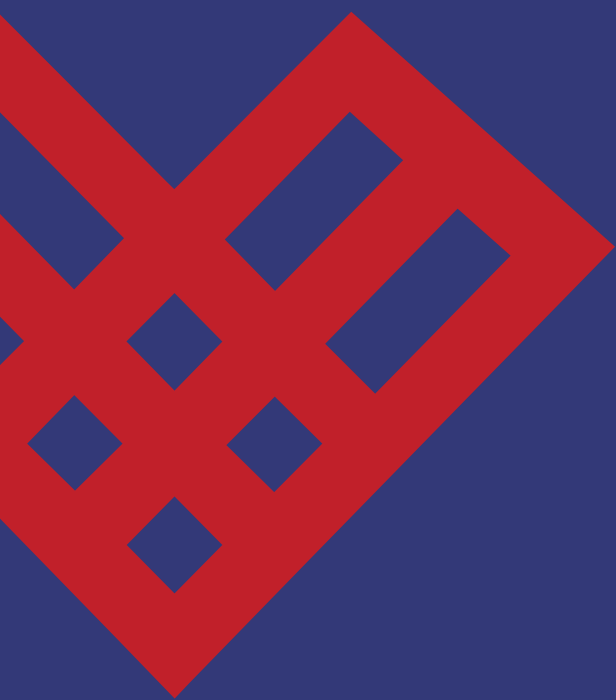


MÔŽEM, POMÔŽEM

PRACOVNÝ ZOŠIT PRE ORGANIZÁCIE  
ÚSPEŠNÁ KAMPAŇ  
KROK PO KROKU

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





Čo nájdete  
v tomto zošite?

*strana 3*

## **Ako sa mentálne nastaviť na #GivingTuesday**

*strana 4 – 6*

## **Úlohy pred kampaňou**

- ▶ Stanovte si cieľ kampane
- ▶ Zostavte tím a oslovte spolupracovníkov
- ▶ Pripravte harmonogram aktivít a stretnutí

*strana 7 – 13*

## **Ideme na to – kampaň krok po kroku**

- ▶ Idea kampane
- ▶ Rozpovedzte príbeh
- ▶ Pripravte výzvu na zapojenie
- ▶ Vytvorte autentické vizuály
- ▶ Nájdite ambasádorov kampane
- ▶ Zaujmite zábavnou výzvou či súťažou
- ▶ Nezabudnite na kontrolu

*strana 14*

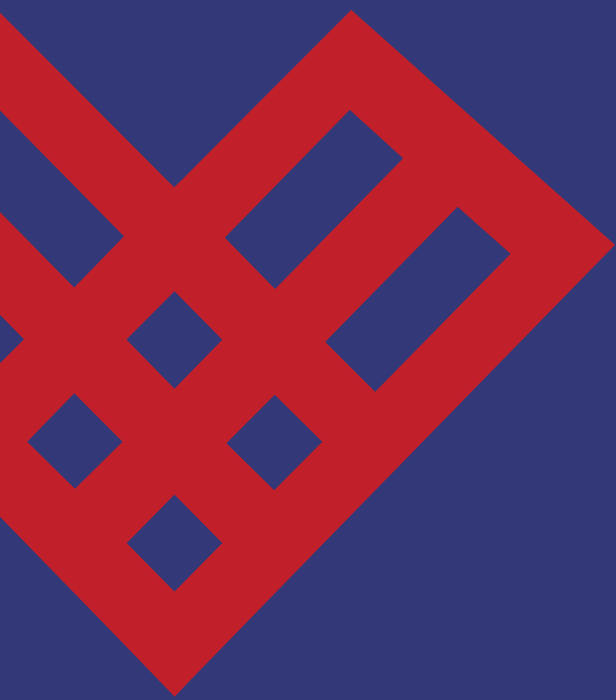
## **Najčastejšie chyby pri vytváraní výzvy**

*strana 15 – 17*

## **Časová os**

*strana 18*

## **Dizajn manuál**



# Ako sa mentálne nastaviť na #GivingTuesday

Ako spraviť z #GivingTuesday viac než len povinnosť  
a využiť tento deň ako príležitosť? Spravte si z toho  
zábavu. Vyskúšajte niečo nové. Pozvite nových ľudí.  
Oslavujte.

# Urobte z #GivingTuesday oslavu!

#GivingTuesday pre vás nemusí byť len ďalšia fundraisingová kampaň. Je to deň na oslavu štedrosti v akejkoľvek forme. Deň, kedy sa môže každý podeliť o čokoľvek, čo má – či je to čas, vedomosti, peniaze alebo priestor.

Pristúpte ku #GivingTuesday ako k oslave štedrosti a pozvite ľudí, aby oslavovali s vami. **Veď predsa na skvelú oslavu chce byť pozvaný každý!**

A prvky ako jednotná téma (grafika, farebná paleta, komunikačný štýl) vám uľahčia jej plánovanie. Hry, súťaže a výzvy (aj online) sú zase veľkým plus a zaujmú ľudí.

**Spoločná oslava je okrem toho dobrým spôsobom, ako oceniť dlhodobých darcov a osloviť nových!** Navyše vám ponúkne príležitosť zvečniť zaujímavé momenty na fotkách, videách a získať nové príbehy, ktoré využijete v komunikácii v ďalších kampaniach, ďakovných správach a tak ďalej.

S fotkami to môžete vyskúšať aj hneď. Odfotťe sa s vaším tímom, fotku vytlačte a nalepte do tohto zošita. Bude vám pripomínať, že držať spolu sa oplatí a všetko sa podarí.



Tu umiestnite foto.

# Stanovte si cieľ kampane

Cieľ kampane vám pomôže zdefinovať štruktúru vašej kampane. Mal by odrážať vaše priority.

Nastavte si dostatočne ambiciózny cieľ, aby motivoval celý váš tím k tomu, aby ste ho dosiahli. Zvážte tiež, kto je vaša cieľová skupina a ako ju oslovíte. Koho chcete inšpirovať k darovaniu?

Teraz je vhodný čas **experimentovať a vyskúšať niečo nové!** Cieľ nemusí byť len o peniazoch. Tu je niekoľko nápadov na cieľ kampane.

Vaším cieľom môže byť napríklad získať:



## Priestor na vaše nápady k cieľu kampane

*Aký je podľa vás váš cieľ?*

---

---

---

---

*Ako podľa vás vyzerá naplnenie cieľa v číslach? (napr. koľko darcov chcete získať, akú sumu, koľko ľudí či darov zapojených do vecnej zbierky...)*

---

---

---

---

---

*Akou udalosťou/príležitosťou vyvrcholí vaša kampaň – naplnenie cieľa?*

---

---

---

---

---

*Ako a kto odmeria naplnenie cieľa?*

---

---

---

---

# Zostavte tím a oslovte spolupracovníkov

Skvelá kampaň vtiahne ľudí a motivuje ich, aby sa pridali. Zorganizujte svoj kampaňový tím tak, aby každý vedel, čo sa od neho očakáva, a tešil sa zo svojej účasti na kampani. Je to oslava, pamätáte? :)

Nebudte v tom sami! Využite zoznam nižšie a napíšte si ľudí, ktorých by ste zapojili do kampane. Keď budú súhlasiť, odškrtnite si ich.

## *Kolegovia / vedenie*

---

---

---

## *Darcovia / dobrovoľníci*

---

---

---

## *Ambasádori*

---

---

---

## *Partneri (firmy, PR či marketingové agentúry)*

---

---

---

---

---

---



# Pripravte harmonogram aktivít a stretnutí

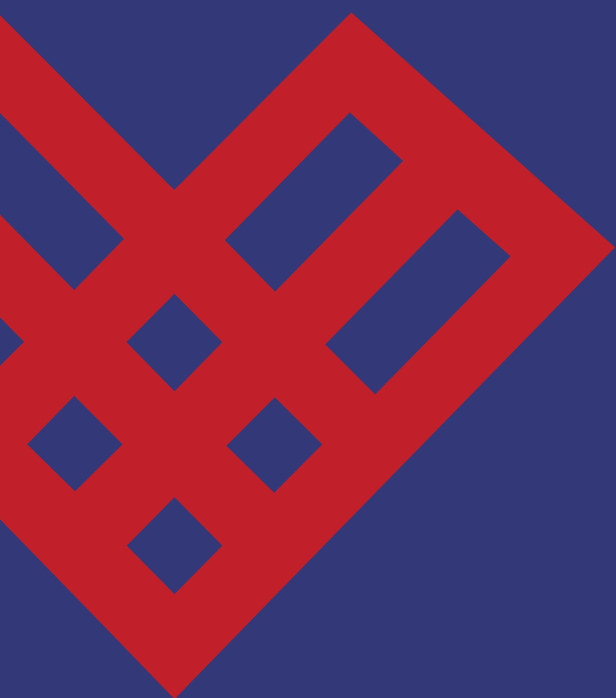
Plánovanie a rozdelenie úloh vopred vám ušetrí množstvo času a zabráni tomu, aby jednu úlohu robili súčasne dvaja alebo snád ešte horšie – nikto.

## PRO TIP

Ak na kampani pracujete viacerí, využite nástroje na prehľadnú „deľbu práce“ ako Trello, Asana alebo Google kalendár na sledovanie deadlinov.



| Úloha                                             | Dokedy | Kto to má na starosti? | Hotovo? |
|---------------------------------------------------|--------|------------------------|---------|
| Vyberte členov tímu                               |        |                        |         |
| Stanovte dátum začiatku kampane                   |        |                        |         |
| Dohodnite sa na ciele kampane                     |        |                        |         |
| Veľký tím? Rozdeľte ho do pracovných skupín       |        |                        |         |
| Vytvorte ideu kampane                             |        |                        |         |
| Zostavte komunikačný plán                         |        |                        |         |
| Zozbierajte príbehy                               |        |                        |         |
| Pripravte vizuály, grafiky a posty                |        |                        |         |
| Oslovte ambasádorov                               |        |                        |         |
| Oslovte partnerov/firmy                           |        |                        |         |
| Oslovte pravidelných darcov                       |        |                        |         |
| Zvážte zorganizovanie aktivity pre podporovateľov |        |                        |         |
| Oslovte médiá                                     |        |                        |         |
| Skontrolujte, či všetko funguje                   |        |                        |         |
| Naplánujte poďakovanie darcom                     |        |                        |         |
| Vyhodnoťte kampaň                                 |        |                        |         |



**Ideme na to**  
Kampaň krok po kroku

# Idea kampane

Spravte si #GivingTuesday podľa seba! Vytvorte si vlastný názov, logo či slogan, ktoré zjednotia vašu kampaň a pozdvihnú váš marketing.

## Názov

Napíšte zopár nápadov na názov kampane. Odporúčame maximálne 6-7 slov.

---

---

---

---

## Slogan

Napíšte zopár nápadov na úderný slogan. Skúška správnosti je povedať si názov kampane a za tým slogan. Fungujú spolu?

---

---

---

## Vizuály

Napíšte zopár nápadov na vizuály.

---

---

---

---

## Prostriedky kampane

Napíšte zopár nápadov, aké prostriedky by ste chceli v kampani využiť. Budete točiť video? Reelsy? Robiť grafiky, texty a blogy, emaily či letáky? Napíšte si, čo by ste chceli a na čo máte čas a budget.

|       |       |
|-------|-------|
| <hr/> | <hr/> |
| <hr/> | <hr/> |
| <hr/> | <hr/> |
| <hr/> | <hr/> |

## Rozpovedzte príbeh

Odporúčame postaviť svoju kampaň vždy na príbehu. Je jedno, či vymýšľate do svojej kampane video, grafiku alebo sériu článkov, príbehy sú to, čo ľudí zaujme. Čo teda obsahuje neodolateľný príbeh?



## Cieľ kampane

Čo žiadate od darcov?



Nezabudnuteľný príbeh  
klienta, zamestnanca,  
kolegu, dobrovoľníka



Dáta/čísla na podporu príbehu



Prepojenie na  
koncoročnú/vianočnú  
výzvu na darovanie



**Urgencia**  
Prečo je pomoc potrebná  
práve teraz?

## (1) Nápad na príbeh

## (2) Nápad na příběh

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## (3) Nápad na příběh

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

# Ako formulovať výzvu pre darcov

Rokmi sme zistili, že najlepšie fungujú výzvy, ktoré v sebe obsahujú tri faktory – presvedčenie, oslovenie a príležitosť. V preklade to znamená, že darcom poskytnete vo výzve informáciu:

1. **Presvedčenie** – prečo svojej výzve veríte vy a prečo by mal on. Dôvod, prečo to celé robíte.
2. **Oslovenie** – práve vy darcovia ste v našom príbehu dôležití. Prečo je to tak?
3. **Príležitosť** – dajte darcom príležitosť sa zapojiť. Čo majú urobiť a k čomu to povedie?

## Príklad:

Detský domov potrebuje financie na zakúpenie kontajnerov na triedenie odpadu. Kampaň začne príbehom Katky, ktorej záležalo na našej planéte.

1. **Presvedčenie:** Veríme, že každé dieťa by malo dostať možnosť pomáhať – či už svojmu okoliu, životnému prostrediu alebo planéte.
2. **Oslovenie:** Práve vy nám môžete pomôcť viesť deti k ohľaduplnosti k svojmu okoliu už od malička a kúpiť Katke jej vysnívanú pomôcku – obyčajný koš na triedenie odpadu.
3. **Príležitosť:** Idete do toho s nami? Darujte ešte dnes a pomôžte nám naplniť náš cieľ 30 košov pre Katku a deti z Domova D. Jeden koš stojí 10 €. Každý dar sa počíta. *(Alternatívne môžete napísať: Hľadáme 60 darcov, ktorí darujú po 5€.)*

## Sem napíšte vaše nápady:

### Presvedčenie

---

---

---

### Oslovenie

---

---

---

### Príležitosť

---

---

# Vytvorte autentické vizuály

**Videá, fotky a logo** sú kľúčom ku skvelej komunikácii. Spolu s **jednotnou farebnou paletou** pomôžu vašej kampani vyniknúť. Vďaka pekným vizuálom sa kampaň stane osobnejšou a autentickou. Nezabudnite, že vizuály nemusia byť dokonalé, ale sú dôležité – využijete ich aj v článkoch či videu.

## TIP PRE VÁS

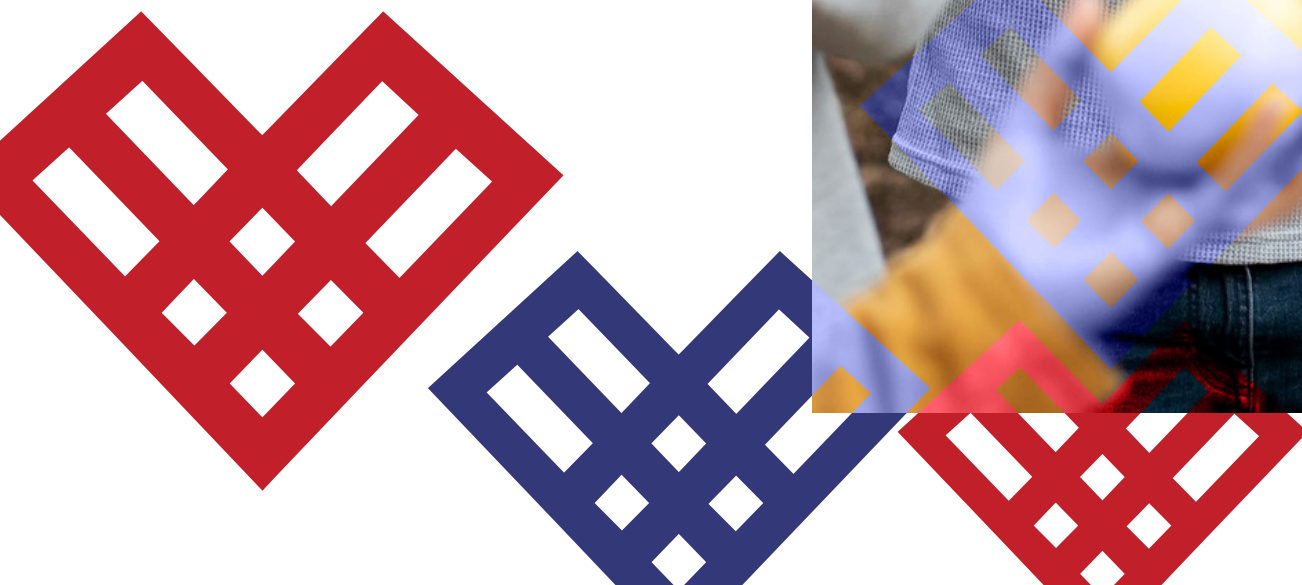


Do vizuálu môžete (ale nemusíte) použiť aj logo #GivingTuesday, ktoré si môžete upraviť podľa seba. [Logo nájdete tu.](#)

Vzhľad kampane môžete používať počas celého predvianočného obdobia!

*Tipy, ako na tvorbu vizuálu:*

1. Definujte si farby a fonty.
2. Ak nemáte grafika, ktorý by vám pomohol, vytvorte grafiky v nástroji [Canva](#) alebo [Photopea](#).
3. Použite **vlastné fotky**, kde vidno tváre ľudí. Ak nemáte dobré foto, **môžete využiť aj fotobanku**, napríklad Pexels, Pixabay či Unsplash.
4. Vytvorte si vizuály vo **viacerých formátoch** (budete potrebovať štvorcový formát na posty na Instagram, formát 9:16 na výšku na Instastory, hlavičku do emailu 600x200 px, cover photo na Facebook atď. – potrebné rozmery nájdete napríklad v Canve).
5. Myslite na priestor na **logo vašej organizácie**, prípadne logo #GivingTuesday.
6. Nedávajte do vizuálu zbytočne veľa textu. Postačí názov kampane či slogan, dobrý nápad je vpísať tam i vašu webovú adresu.





## Príklady z predošlých rokov:



PODPORTE



SLOVENSKÝ  
SKAUTING

NA CESTE ZA  
KVALITNÝM VZDELÁVANÍM







**NAPREDUJ**

#MozemPomozet  
@GivingTuesdaySlovensko

## Pomôžte nám darovať pokojné Vianoce

Podporte Linku dôvery Nezábudka,  
nech cez sviatky nikto nezostane  
bez pomoci...

**NEZÁBUDKA**  
LINKA DÔVERY  
0800 800 566



#GivingTuesday



#GivingTuesday



#GivingTuesday

Pomôžte deťom  
so zdravotným  
znevýhodnením  
posúvať sa  
vpred.



# Nájdite ambasádorov kampane

Ambasádorom kampane je vaša téma blízka a veria vašej práci. Ambasádori majú hlas a neboja sa ho použiť na zviditeľnenie vašej kampane.

Tri pravidlá úspešnej práce s ambasádormi sú:

1.

Oslovte ľudí s vplyvom v rôznych komunitách či témach, v ktorých by ste chceli získať darcov.

2.

Spravte prípravu za nich.  
**Pripravte im jednoduchý manuál**, v ktorom im poskytnite všetky informácie, ktoré chcete, aby šírili o vašej kampani. Nezapudnite im napísať, **dôležité dátumy**, kedy majú niečo robiť. Pripravte im príspevky na sociálne siete, ktoré majú postovať, a články, informácie o priebehu kampane či zaujímavé fakty o téme, ktoré môžu zdieľať.

3.

Oslovte ich vo veľkom predstihu.

Nižšie si napíšte, kto sú vaši ambasádori:

## TIP PRE VÁS



Stanovte si tiež, kto bude zodpovedný za prípravu príspevkov a komunikáciu s ambasádormi.

*Kolegovia a vedenie*

---

---

*Občianski aktivisti, miestne osobnosti*

---

---

*Darcovia a dobrovoľníci*

---

---

*Celebrity, influenceri, športovci*

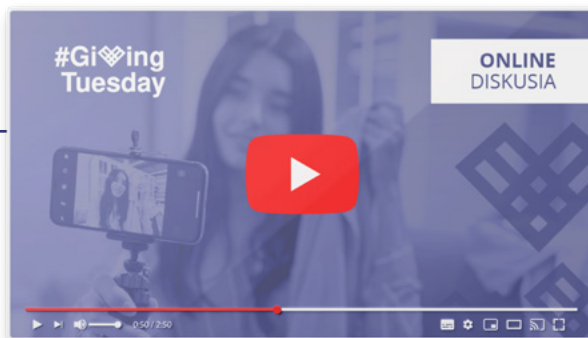
---

---

## TIP PRE VÁS



Ak vás zaujíma vyslovene práca s influencerami, [prečítajte si tento článok](#), kde nájdete sériu tipov, ako na to. Môžete si tiež pozrieť [záznam z diskusie](#), kde sme sa téme venovali spolu so špecialistami.



## Zaujmite zábavnou výzvou či súťažou

Pridajte zábavný prvok, ktorým zaujmete ľudí, a ktorý sa stane čerešničkou na torte vašej kampane. Súťažou motivujete publikum, aby váš obsah komentovali a zdieľali. Kampaň sa tak bude živšie šíriť medzi nové obecnstvo.

**Zdvojnásobenie darov:** Máte štedrého partnera, ktorý by mohol poskytnúť prostriedky a zdvojnásobiť dary,

ktoré vám zašlú menší darcovia? Požiadajte ho, aby sa stal súčasťou vašej kampane, podporil štedrosť darcov a pomohol tak k naplneniu vášho cieľa! Množstvo firiem pred Vianocami podporuje dobročinné projekty. Nebojte sa ich osloviť. Ponúknite im #GivingTuesday ako možnosť prezentovať svoje hodnoty tým, že vás podporia.

*Sem napíšte možných partnerov, ktorých oslovíte:*

---

---

---

---

**Výzvy a súťaže** spravia z vašej kampane zábavu pre vás i pre podporovateľov. Zamyslite sa, akú cenu viete do súťaže ponúknuť – darčekový predmet, deň alebo poobedie vo vašej organizácii, workshop pre firmu či jednotlivcov – fantázii sa medze nekladú.

*Sem napíšte vaše nápady na výzvu alebo súťaž:*

---

---

---

---

# Nezabudnite na kontrolu

Uistite sa, že darovanie bude pre vašich darcov skvelá skúsenosť!

Vašu web stránku, marketing i online darovanie by ste mali prispôbiť #GivingTuesday. Všetko by malo byť jednoduché a intuitívne, aby sa darca cítil vítaný.

## **TIP PRE VÁS**



Predstavte si, že ste darca. Prejdite celú cestu, ktorú darca absolvuje, na mobile i počítači. Začnite na sociálnych sieťach, kliknite na webstránku, odošlite dar, prehodnoťte ďakovný email.

Potrebné úpravy zaznačte sem:

*Marketing, sociálne médiá*

---

---

---

---

*Newsletter*

---

---

---

---

*Webstránka*

---

---

---

*Online darovanie, ďakovný email*

---

---

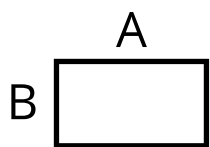
---

# Najčastejšie chyby pri vytváraní výzvy

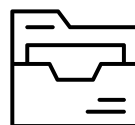
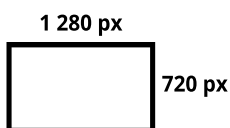
Organizáciám, ktoré sa registrovali na stránke [www.GivingTuesday.sk](http://www.GivingTuesday.sk), často posielame obdobné pripomienky. Prečítajte si tri najčastejšie a vyhnite sa týmto chybám.

## Zvoľte vhodný obrázok

Pri vytváraní výzvy je dôležité myslieť na to, že prvé, čo darcovia uvidia, je vizuál kampane. Pútavý obrázok vie teda vaše šance značne zvýšiť v záplave iných organizácií. Darcovia pozitívne reagujú na autentické vizuály, použite preto fotky z vašej činnosti, ako trávite čas s klientami, prípadne špeciálne pripravený vizuál na #GivingTuesday. **Formát obrázku má byť 16:9, teda na šírku, v rozmeroch aspoň 1280x720 pixelov. Veľkosť obrázka je do 5 MB.**



A : B = 16 : 9



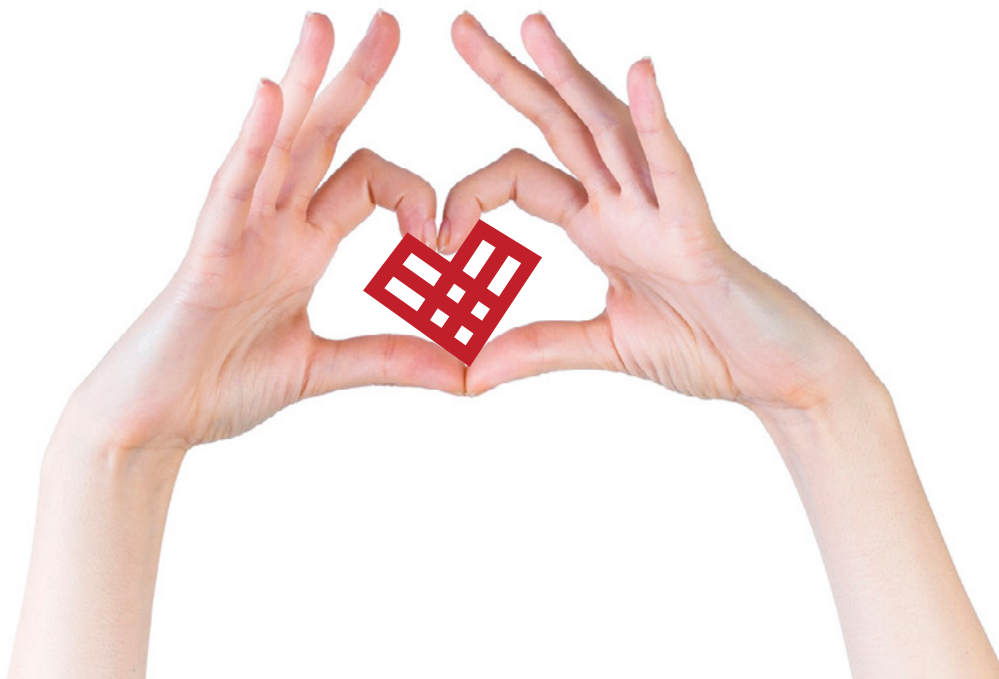
< 5MB

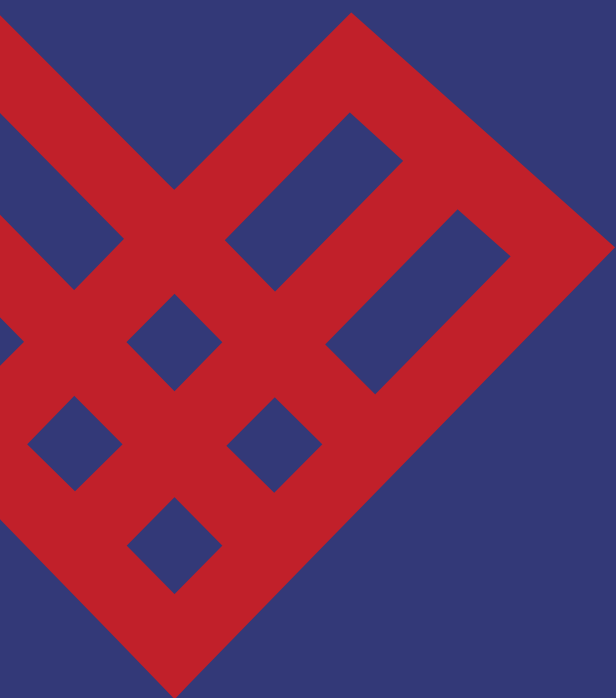
## Darcom to uľahčite na jeden klik

Uľahčite darcom cestu, ako vám prispieť, a vytvorte si k výzve platobnú bránu. Každý ďalší klik, ktorý musia vaši potenciálni darcovia spraviť na to, aby vašej organizácii prispeli, ich môže odradiť. Preto nie je vhodné spoliehať sa na číslo účtu, ktoré máte na stránke. Oveľa vhodnejšie je založiť si platobnú bránu napríklad cez stránky [Darujme.sk](http://Darujme.sk), [Donio.sk](http://Donio.sk) alebo [LudiaLudom.sk](http://LudiaLudom.sk).

## Pomenujte pomoc, o ktorú žiadate

Vo výzve je potrebné byť priamy a pomenovať, čo potrebujete. Platí to najmä, ak žiadate o inú pomoc, ako finančnú. Pri hmotnej pomoci je potrebné jasne a jednoznačne napísať, čo vám pomôže, a v akom počte – niečo ako nákupný zoznam, aby to darcovia nemuseli lúštiť z textu. Ak žiadate o mediálny priestor, treba napísať v akých médiách, v akom rozsahu a podobne. Môže ísť pritom o tradičné médiá, ale aj o sociálne siete, outdoorovú reklamu či eventy, napíšte preto presne, čo si predstavujete. **Ak to z vašej výzvy nebude jasné, je iba malá šanca, že vás niekto kontaktuje, aby ste mu svoje potreby vysvetlili.**

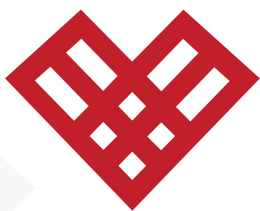




## Časová os

Tak kde začat? Pomôžte si pri plánovaní kampane touto časovou osou.





## Jún

1. **Inšpirujte sa** úspešnými príkladmi organizácií z minulých rokov.
2. **Plánujte.** Toto je skvelý čas na plánovanie kampane. Sadnite si s tímom nad tento návod, prejdite si ho krok po kroku a rozhodnite sa, kto sa bude na tohtoročnej kampani podieľať.
3. **Nastavte si cieľ kampane.** Chcete získať viac fanúšikov? Alebo vyzbierať peniaze na vašu kampaň? Čokoľvek chystáte, stanovte si cieľ, ktorý dá vašim kolegom predstavu, k čomu smerujete, a vašich darcov uistí, že viete, čo chcete s ich podporou dosiahnuť.



## Júl

1. **Spolupracujte.** Plánujete sa spojiť s ďalšou organizáciou, požiadať o spoluprácu miestny podnik alebo firmu? Teraz je správny čas osloviť partnerov.
2. **Zvážte matching darov.** Ak plánujete zbierať peniaze, oslovte firmy alebo veľkých darcov a navrhnite, aby v rámci predvianočnej kampane dary od ľudí matchovali (zdvojnásobili). Pomôžu vám tak zapojiť viac ľudí a sami si vyskúšajú, aké je to byť súčasťou najväčšej oslavy darovania na svete.
3. **Vyhľadajte influencerov a ambasádorov** pre vašu kampaň a oslovte ich.



## August

1. **Sfinalizujte cieľ, značku kampane** (názov, slogan atď.), **vizuály a príbehy.** Zvážte, že spravíte len jednu koncoročnú kampaň a prepojíte #GivingTuesday s vašou predvianočnou komunikáciou. Logo #GivingTuesday si [stiahnete tu](#). Pokojne si ho akokoľvek upravte, aby sedelo vašej organizácii.
2. **Dokončíte harmonogram aktivít** a zdieľajte ho s kolegami.
3. **Naplánujte externú komunikáciu.** Kedy oznámite kampaň verejnosti? Kedy odošlete emaily? Ako budete prispievať na sociálne siete? Všetko zaznačte do zdieľaného Google kalendáru pre vašich kolegov.
4. **Skontrolujte a otestujte** vašu webstránku, darovaciu stránku (na PC aj mobile) a naplánujte potrebné úpravy.
5. **Porozmýšľajte nad vyhodnotením kampane.** Ako zmeriate svoj cieľ? Čo by ste sa počas #GivingTuesday radi naučili? Určite si člena tímu, ktorý bude mať vyhodnotenie na starosti.



## September

1. **Zaregistrujte sa** na webe <https://www.givingtuesday.sk/pre-neziskovsky/>. Takto vašu výzvu nájdu ľudia, ktorých budeme cez celoslovenskú kampaň smerovať práve na náš web. Čím skôr sa zaregistrujete, tým viac ľudí a potenciálnych darcov, partnerov, dobrovoľníkov vašu výzvu uvidí.
2. **Pripravte si zoznam emailových adries darcov.** Ak máte k dispozícii mená, oslovte ich krstným menom, vaša správa bude osobnejšia. Porozmýšľajte nad rozdelením zoznamu na rôzne skupiny (podľa toho, čo od nich žiadate: pravidelní/ jednorazoví/veľkí darcovia, dobrovoľníci, ...)
3. Vložte si vizuál kampane do **mailového podpisu**, požiadajte o to aj kolegov.
4. **Pripravte obsah pre influencerov a ambasádorov** kampane. Príspevky na sociálne siete a text do emailov, ktoré pripravíte vy, by mali ambasádori doplniť o osobné príbehy, prečo vašu organizáciu podporujú.
5. **Vyjdite s farbou von!** Odošlite email s pozvánkou svojim kontaktom (využite zoznam, ktorý ste si pripravili) a začnite prispievať na sociálne siete 2- až 3-krát týždenne, aby ste boli na očiach a naladili ľudí na oslavu dobra, ktorú chystáte.



## Október

1. **Komunikujte.** Inšpirujte sa [Návodom pre organizácie: Ako sa zapojiť do #GivingTuesday](#).
2. **Pošlite ďalší mail s pozvánkou na svoje kontakty** (v Outlook, Google formáte). Keď si pripravíte zoznam emailových adries, môžete upraviť aj pozvánky podľa toho, čo budete od konkrétnych skupín (ambasádorov, dobrovoľníkov, darcov, novinárov) v deň #GivingTuesday žiadať. Vďaka tomu budú presne vedieť, čo majú v ten deň pre vás spraviť!
3. **Nezabudnite na influencerov a ambasádorov**, ktorým pošlite špeciálne podrobnejšie inštrukcie, aby sa podelili.





# November

1. **Zostáva posledný mesiac!** Odošlite túto správu všetkým kontaktom.
2. **Zmeňte si titulnú fotku** na FB – použite vašu vlastnú alebo si stiahnite našu! Požiadajte dobrovoľníkov, zamestnancov a ambasádorov, aby tak spravili tiež.
3. **Prispievajte** minimálne 3-krát za týždeň a teraz sa zamerajte na plánovanú kampaň, výzvu, súťaž či zdvojnásobovanie darov. Nezabudnite na hashtag **#MozemPomozem** a označte **@GivingTuesdaySK**, aby sme o vás vedeli a mohli vaše správy zdieľať.
4. **Zdieľajte príspevky GivingTuesday Slovensko** na Facebooku a Instagrame. Nemusíte vymýšľať len vlastný obsah. Sledujte nás a čo sa vám páči, zdieľajte.
5. **Stretnite sa** s vedením a kolegami a informujte ich o úlohách na Deň D. V prípade externých spoluprác sa stretnite aj s vašimi partnermi.
6. Znova **otestujte** web a darovaciu stránku.



## Týždeň pred

**Oznámte vaše plány miestnym i celoslovenským médiám.** #GivingTuesday píše neobyčajné príbehy obyčajných ľudí, ktoré médiá každý rok zaujímajú. Pošlite im tlačovú správu alebo pripravte článok do novín, s ktorými sa vopred dohodnete. Článok zdieľajte na sociálnych sieťach.

### MEDIA TIP 1

Stiahnite si z našej stránky  
**vzor tlačovej správy.**



### MEDIA TIP 2

**Ak sa vám nepodarí osloviť médium, nezúfajte.** Napíšte blog či článok sami a zaveste ho na svoj web. Zdieľajte obsah na sociálnych sieťach a odošlite link ešte raz médiám.

**Odošlite email** zameraný na najdôležitejší obsah vašej kampane. Informujte kolegov, ambasádorov a dobrovoľníkov o pláne na blížiacu sa oslavu darovania.

**Postujte na Facebook a Instagram** denne a pripomeňte kľúčovým partnerom, že najväčší sviatok štedrosti je čochvíľa tu.





# #GivingTuesday

**DNES JE #GivingTuesday!**

**Odošlite personalizovaný email** na všetky emailové skupiny.

**Prispievajte na sociálne siete niekoľkokrát denne** – zamerajte sa na pozitívny dopad darovania, progres v napĺňaní cieľa, inšpirujúce príbehy a #GivingTuesday. Na Facebooku to však neprežeňte – stačia 3 posty. Zamerajte sa skôr na stories a skúste natočiť aj reels!

Fundraisujete? Vtedy pokojne pridajte aj na Facebook viac príspevkov, keď dosiahnete 30 %, 60 %, 80 %, 90 % a 100 % stanoveného cieľa. Označte #MozemPomozem a @givingtuesdaysk.

**Pošlite email 1- až 2-krát** o priebehu dňa a napĺňaní cieľa.

**Dôležitým darcom a ambasádorom môžete zavolať,** pripomenúť, že dnes je #GivingTuesday a poďakovať im za podporu.

## Deň po #GivingTuesday

**Poďakujte** zamestnancom, dobrovoľníkom, darcom, ambasádorom, partnerom a všetkým, ktorí sa zapojili. Pošlite im email a poďakujte sa aj na sociálnych sieťach.

## Pár dní po #GivingTuesday

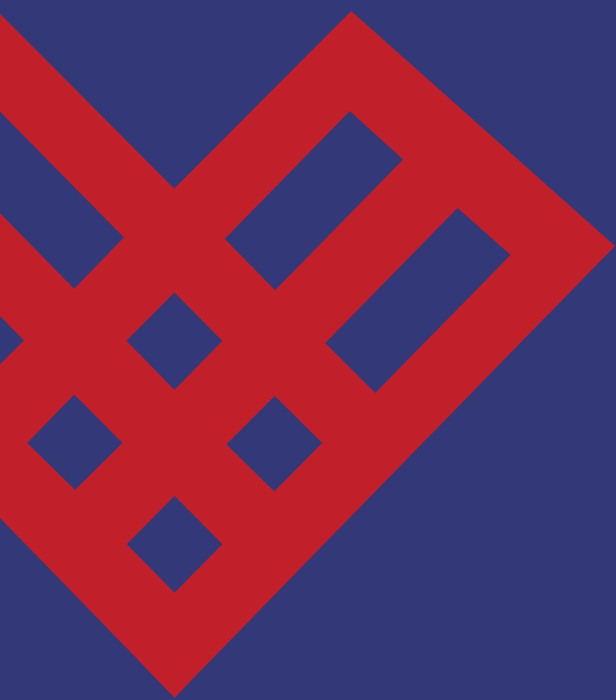
**Dajte vedieť, ako ste dopadli.**

Zverejnite na sociálnych sieťach a pošlite newsletter s informáciou, ako sa vám podarilo naplniť svoj cieľ a aké sú vaše ďalšie plány.

**Podelte sa o úspech!** Napíšte nám na [givingtuesday@nadaciapontis.sk](mailto:givingtuesday@nadaciapontis.sk) alebo vyplňte dotazník, ktorý zašleme registrovaným organizáciám.







# 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 D Z D Ž E É F G H C H I Í K L Ĺ Ľ  
M N Ň O Ó Ô P Q R R S Š T Ť U Ú V W X Y Z Ž

a á ä b c č d ď d z d ž e é f g h c h i í j k l ĺ  
m n Ň o ó ô p q r r 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

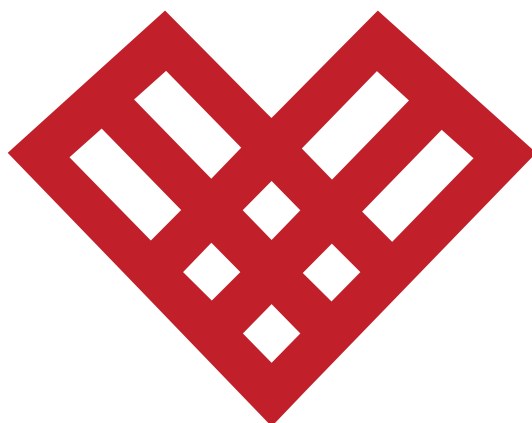
A Á Ä B C Č D Ď D Z D Ž E É F G H C H I Í K L Ĺ Ľ  
M N Ň O Ó Ô P Q R R S Š T Ť U Ú V W X Y Z Ž

a á ä b c č d ď d z d ž e é f g h c h i í j k l ĺ  
m n Ň o ó ô p q r r 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)