



Šeš' tipov
od mentorov
na
zjednodušenie
budovania
komunity
priaznivcov

STRONGER
ROOTS

PRÍRUČKA
Budovanie komunity
pre neziskovky

AUTORKA
Marie Peřinová,
Nadace OSF

Každá organizácia, ktorá bola podporená v rámci programu Stronger Roots, mala možnosť dva roky konzultovať svoju prácu na budovaní komunity priaznivcov s mentorom či mentorkou – ľuďmi s dlhoročnými skúsenosťami v strategickom plánovaní, vedení projektov a tímov. Tu je niekoľko tipov, ktoré mentori pripravili, aby vám pomohli prekonať hlavné prekážky pri budovaní komunity priaznivcov.

MENEJ JE NIEKEDY VIAC: RIEŠTE VECI KROK ZA KROKOM

Mať veľké ambície je skvelé, no treba si uvedomiť, že budovanie komunity priaznivcov je dlhodobý proces a všetky zmeny sa nedajú urobiť zo dňa na deň. Trvá mesiace alebo roky (a množstvo kampaní, projektov alebo iných aktivít), kým oslovíte väčšiu skupinu ľudí a zapojíte ich do vašej činnosti. Rovnako je potrebný čas a kapacity na zavedenie nevyhnutných vnútorných zmien, ako je nájdenie správnej osoby, ktorá sa stará o darcov a podporovateľov, a na nájdenie správnej stratégie, ako často a s akými posolstvami ich oslovujete. A nakoniec, čo je možno najviac dôležité, budovanie komunity priaznivcov si vyžaduje zmenu zmýšľania vnútri organizácie: váš tím musí chápať a prijať dôvody, prečo je komunita priaznivcov pre vašu organizáciu dôležitá, ako ich zapájate a spolupracujete s nimi.

Stanovte si jasné ciele a aktivity na ich dosiahnutie a smerujte k nim krok za krokom. Čoskoro zistíte, ako sa zmýšľanie vášho tímu, vnútorné procesy a vonkajšie činnosti prelínajú a spoločne prispievajú k budovaniu komunity priaznivcov.

VÁŠ TÍM SÚ VAŠI PODPOROVATELIA ČÍSLO JEDEN: BEZ KOLEGOV TO NEDOKÁŽETE

Vytváranie komunity priaznivcov nemôže riadiť jeden komunikačný pracovník alebo fundraiser. Naopak, ide o zastrešujúcu stratégiu, ktorá prechádza naprieč rôznymi projektmi a aktivitami a musí ju zdieľať a prijať celý tím – od riaditeľa či riaditeľky organizácie až po

jednotlivých koordinátorov, ktorí sa v rámci jednotlivých projektov priamo stretávajú s členmi vašej komunity.

Urobte z budovania komunity priaznivcov súčasť vašich stratégií, ako aj pravidelných interných stretnutí, aby celý váš tím vedel, aké zmeny sa majú uskutočniť a prečo sa zavádzajú. Ukážte im, ako zapájanie ľudí pomáha vašej organizácii, a dajte im vedieť, ako k tomu všetci môžu prispieť.

HOVORTE PRIAMO: VAŠE PUBLIKUM MUSÍ IHNEĎ POCHOPIŤ, O ČO VÁM IDE

Externá komunikácia je kľúčovým aspektom budovania komunity priaznivcov. Ak oslovujete ľudí, musíte hovoriť zrozumiteľným jazykom a musí im byť jasné, ako sa môžu zapojiť alebo ako vám môžu pomôcť.

Venujte veľkú pozornosť formulovaniu vašich posolstiev a testujte medzi svojimi priateľmi, príbuznými alebo vašimi súčasnými podporovateľmi, či jasne rozumejú tomu, čo vaša organizácia robí a prečo je to dôležité. Zvážte použitie krátkych atraktívnych príbehov vašich klientov alebo vašich úspechov namiesto dlhých popisov vašich projektov. A nebojte sa priamo povedať, že potrebujete finančnú podporu (ak o ňu nepožiadate, nedostanete ju).

FUNDRAISING SA OPLATÍ: MUSÍTE VŠAK MAŤ STRATÉGIU A STARAŤ SA O SVOJICH DARCOV

Ak začínate s fundraisingom v organizácii, ktorá bola zvyknutá získavať finančné prostriedky z dotácií od štátnych a verejných inštitúcií alebo zo sociálneho podnikania, budete sa musieť najskôr zamerať na zmenu myslenia. Zamestnanci sa môžu hanbiť alebo cítiť trápne, keď si majú pýtať peniaze priamo od ľudí, a tiež budú potrebovať jasné pokyny, ako postupovať – čo povedať, aké materiály distribuovať, na koho odkázať potenciálnych darcov atď. Musíte nastaviť interné procesy tak, aby bolo o darcov dobre postarané, aby

mali pocit, že majú všetky informácie, a aby nestrácali ochotu vás podporovať.

Začnite vytvorením stratégie, ktorá bude obsahovať informácie o tom, kto sú vaše cieľové skupiny pre fundraising, kto, kedy a ako ich bude oslovovať a ako bude vaša organizácia spolupracovať s potenciálnymi a existujúcimi darcami. Zapojte svojich zamestnancov do všetkých diskusií a povedzte im, ako sa môžu zapojiť (napríklad nielen tým, že budú oslovovať potenciálnych darcov, ale aj tým, že s vami budú zdieľať príbehy a informácie zo svojej práce, ktoré potom môžete vo fundraisingu využiť).

NOVÉ NÁPADY MÔŽU PRÍŠŤ OD VAŠICH PODPOROVATEĽOV: POŽIADAJTE O SPÄTNÚ VÄZBU A ZAPOJTE ICH

Môžete sa opýtať ľudí, ktorí podporujú vašu organizáciu alebo pomáhajú vo vašich aktivitách, aké sú ich dôvody a čo by im pomohlo, aby sa ešte viac angažovali. Možno dostanete nové nápady, čo by sa dalo vo vašej práci zlepšiť a získate novú inšpiráciu, ako sa viac priblížiť k ľuďom. Požiadajte o spätnú väzbu je taktiež ďalší spôsob, ako vašich priaznivcov zapojiť do vašej práce a ak budete reflektovať ich názory, možno nájdete nové cesty, ako sa dá prehĺbiť ich zapojenie.

Aby ste sa dozvedeli viac o vašich podporovateľoch, ich potrebách a názoroch, je dobré uskutočniť prieskum prostredníctvom dotazníkov alebo rozhovorov. Kedykoľvek budete mať príležitosť, opýtajte sa vašich priaznivcov a darcov, ako hodnotia vašu prácu a ako by sa ešte mohli zapojiť. Ponúknite im rôzne spôsoby angažovania (finančná podpora je len jednou z možností – môžete ich tiež požiadať, aby sa stali dobrovoľníkmi, poskytli svoje know-how alebo expertízu, porozprávali sa s priateľmi o vašej organizácii atď.).

NAŠTARTUJTE SAMÝCH SEBA: KOMUNITA PRIAZNIVCOV BUDE PRE VAŠU ORGANIZÁCIU VEĽKOU OPOROU

Budovanie komunity priaznivcov je dlhodobý a niekedy náročný proces, ktorý si vyžaduje investovanie množstva práce, času a financií do interných a externých zmien. Z dlhodobého hľadiska však prináša mnoho výhod a vašu organizáciu výrazne posilní.

Bez ohľadu na to, koľko zdrojov máte, oplatí sa začať budovať komunitu priaznivcov aj malými krokmi. Ako povedal jeden z mentorov: „Len sa začnite rozprávať s ľuďmi a uvidíte, že veci, ktoré si prajete, sa začínajú diať.“



