

Už více než třicet let jsme tu pro ty, kteří potřebují podat pomocnou ruku. Nabízíme podporu lidem s postižením, rodinám s dětmi, lidem s duševním onemocněním, seniorům, i těm, kteří se ocitnou v krizové situaci.

◆ Cíle programu

- Prioritizace fundraisingových cílů
- Umět segmentovat dárce, nastavit péči o ně
- Ujasnit si fundraisingový argument pro dárce
- Obnovit firemní kontakty kontakty "ze záhrobí"
- Nastavení pravidelné komunikace s individuálními dárci

◆ Na co jsme přišli, co se povedlo

- Testovat a vyhodnocovat - dvě nejdůležitější činnosti, nikdy nezapomínat
- Komunikační kampaň bez fundraisingové výzvy je promarněný potenciál
- Naučili jsme se dvě užitečná slova - prioritizovat a segmentovat
- Máme: nástroje k reálnému fundraisingovému plánu na příští rok, vytvořené skupiny dárců
- Oslovili jsme 40 firem ze skupiny spících kontaktů - 53 % odpovědí na dotazníky se nám vrátilo, zatím jsme absolvovali 11 schůzek
- Příslib finanční podpory - 150 tisíc do dalšího roku

◆ Naše plány

- Vytvořit nový fundraisingový plán na rok 2025 - na tom už pracujeme
- Funkční systém péče o dárce - firemní i individuální
- Odbavit vánoční kampaň zaměřenou na individuální dárce + nové kontakty z dobrovolnických firemních dní
- Potenciál firemních sbírek - jak pracovat s firemními dobrovolníky (za letošek 220 kontaktů)
- Výrobky lidí s postižením - jak využít výrobky klientů Denního stacionáře Ratolest

◆ Tohle si odnášíme

- Osvětová kampaň jedině s fundraisingovým podtextem
- Je hezké chtít dosáhnout cíle, ale bez plánu to nepůjde
- Kompletně vyčištěná CRM databáze - systém, jak zaznamenávat nové kontakty i komunikaci s nimi
- Bez kontinuální péče o dárce o ně přijdeme - nenechme je spadnout "do záhrobí"

Hlavní věc, co si z FRINu odnášíme je vědomí, že nemusíme všechno umět hned, nemusí se nám všechno napoprvé podařit, nemusíme být ve všem od počátku jako podle příručky fundraiserů.

**Hlavní je začít, být konzistentní, upřímný a nebát se zeptat
- sebe sama, kolegů, vedení, dárců.**