

Praktycznie o fundraisingu

Konferencja FAOO

Jakiego darczyńcy potrzebujemy?

Gdzie go znaleźć?

Jak tworzyć skuteczne komunikaty fundraisingowe?

Jak mierzyć i oceniać fundraising?

/6 czerwca 2019

Warszawa, ul. Sapieżyńska 10a
Sala konferencyjna im. J. Turowicza

- | | |
|-------------|--|
| 9.00-9.30 | REJESTRACJA |
| 9.30-9.45 | OTWARCIE KONFERENCJI |
| 9.45-11.00 | A new ambition
Alan Clayton
Alan Clayton Associates, The Inch, Loch Ness (Wielka Brytania)
[Prezentacja w języku angielskim, bez tłumaczenia] |
| 11.00-11.30 | PRZERWA |
| 11.30-11.50 | Kim są kluczowi darczyńcy i jak do nich dotrzeć?
Marta Wróbel
Stowarzyszenie Żydowski Instytut Historyczny w Polsce |
| 11.50-12.10 | Automatyzacja fundraisingu – pieśń przyszłości czy konieczność?
Tomasz Mazurek
Fundacja JiM |
| 12.10-12.30 | Analiza potrzeb i strategia komunikacji – jak to robić mądrze?
Iwona Duda
Fundacja Sarigato |
| 12.30-13.15 | Aktywność grupowa o charakterze edukacyjnym |
| 13.15-14.15 | LUNCH |
| 14.15-15.00 | Fundraising for your cause with Facebook
Aibhinn Kelleher
Social Good at Facebook, Londyn (Wielka Brytania)
[Prezentacja w języku angielskim, bez tłumaczenia] |
| 15.00-15.20 | Czy statystyka pomoże nam w planowaniu kampanii?
Aleksander Pawłowski
ALIVIA – Fundacja Onkologiczna |
| 15.20-15.40 | O nieoczywistych drogach docierania do darczyńców
Łukasz Kościuczuk
Fundacja Rak'n'Roll – Wygraj życie |
| 15.40-16.00 | ZAMKNIĘCIE KONFERENCJI |

Prezentacje

9.45-11.00

A new ambition

Aby odnieść sukces w fundraisingu potrzebni są zaangażowani i lojalni darczyńcy oraz determinacja i skupienie na kwestii pozyskiwania funduszy całego zespołu organizacji. Od czego zacząć zmianę w fundacji i stowarzyszeniu, aby to osiągnąć? Jak swoją finansową niezależność budowały najbardziej innowacyjne marki sektora non-profit? Kto może być pionierem, który wyprowadzi organizację z zamkniętego kręgu finansowych ograniczeń i biurokratycznej mitręgi? Odpowiedź na to pytanie zna Alan Clayton, który swój model profesjonalnego pozyskiwania funduszy Great Fundraising zbudował analizując ponad 300 przykładów kampanii i działań skierowanych do darczyńców na całym świecie.

[Prezentacja w języku angielskim, bez tłumaczenia]

Gość specjalny:

Alan Clayton

Alan Clayton Associates,
The Inch, Loch Ness
(Wielka Brytania)

11.30-11.50

Kim są kluczowi darczyńcy i jak do nich dotrzeć?

Muzeum Historii Żydów Polskich POLIN powołano w formule partnerstwa publiczno-prywatnego. Na utworzenie placówki Stowarzyszenie Żydowski Instytut Historyczny w Polsce – inicjator i współzałożyciel Muzeum – zebrało od darczyńców prywatnych i instytucjonalnych 165 milionów zł. Od otwarcia muzeum ŻIH kontynuuje działalność fundraisingową na jego rzecz, pozyskując fundusze na programy edukacyjne, wystawiennicze i kulturalne. Łącznie, od 2015 roku, stowarzyszenie pozyskało ponad 30 milionów zł, w przeważającej części od darczyńców prywatnych. Jakie są motywacje kluczowych darczyńców? Jak buduje się z nimi długotrwałe relacje? Jakich narzędzi używać, by skutecznie komunikować swoje projekty?

Zaproszony gość:

Marta Wróbel

Stowarzyszenie Żydowski
Instytut Historyczny
w Polsce



11.50-12.10

Automatyzacja fundraisingu – pieśń przyszłości czy konieczność?

Jeśli chcemy komunikować się z dużymi grupami darczyńców, to potrzebujemy narzędzi i systemów, które pomogą nam wysłać spersonalizowany list z prośbą o wpłatę, zarchiwizują informację o przekazanej darowiźnie czy przypomną o wysyłce podziękowania do naszego dobroczyńcy. Czy warto iść krok dalej i pomyśleć o szerszej automatyzacji? Jakiego procesy można i należy automatyzować? Dlaczego to pomaga w pracy?

Jakie zadania warto powierzyć podwykonawcom i jak ich znaleźć? Jakie są koszty i korzyści takiego podejścia i kiedy się ono opłaca?

Zaproszony gość:

Tomasz Mazurek

Fundacja JiM

12.10-12.30

Analiza potrzeb i strategia komunikacji – jak to robić mądrze?

Co powinniśmy wiedzieć o potencjalnych darczyńcach, aby przygotować odpowiedni przekaz? Jak ich segmentować i dopasowywać do nich komunikaty? Dlaczego sam zasięg kampanii nie jest wystarczający, aby dotrzeć do darczyńców i niezbędna jest strategia?

O kampaniach opartych na dobrych i złych analizach odbiorców opowie szefowa Fundacji Sarigato. Organizacja prowadzi najpopularniejszą w Polsce akcję pomocy bezdomnym psom i kotom – karmimypsiaki.pl oraz projekt Szkoła 3.0, który zapewnia dzieciom dostęp do nauki programowania i robotyki.



Zaproszony gość:

Iwona Duda

Fundacja Sarigato



14.15-15.00

Fundraising for your cause with Facebook

Czy krawcowej spod Gdańska udałooby się zebrać 16 mln zł w tydzień bez prostego narzędzia, jakim jest Facebook Donate Button? Jak oceniają funkcjonowanie „guzika do darowizn” pracownicy społecznościowego serwisu, który ma ponad 2 miliardy zarejestrowanych użytkowników? Czy planują udostępnić organizacjom dane kontaktowe darczyńców? Na te i inne pytania odpowie gość specjalny z Londynu – członkini „Social Good at Facebook”, utworzonego przez internetowego giganta zespołu w 2015 roku, którego zadaniem jest wdrażanie rozwiązań technologicznych wspierających pozyskiwanie funduszy oraz promocję organizacji działających na rzecz pożytku publicznego. [Prezentacja w języku angielskim, bez tłumaczenia]

Gość specjalny:

Aibhinn Kelleher

Social Good at Facebook,
Londyn (Wielka Brytania)

15.00-15.20

Czy statystyka pomoże nam w planowaniu kampanii?

Młoda kobietę prześladowuje przerażający potwór, który wyłania się z ciemności. Nowy horror? Nie. To nowa odsłona kampanii społecznej, której celem jest przekonanie Polaków, że solidarność z chorymi może być bezcennym wsparciem. Jakie są korzyści i koszty komunikacji, która radykalnie odbiega od stereotypowej formy apelu o wsparcie? Jak sprawdzić jej skuteczność? Jak wykorzystać do tego analizę statystyczną: czym są korelacje, estymacje i prognozy oraz jak używać ich w procesie planowania fundraisingu?

Zaproszony gość:

**Aleksander
Pawłowski**

ALIVIA –

Fundacja Onkologiczna

15.20-15.40

O nieoczywistych drogach docierania do darczyńców

Czy organizacji, która pomaga ludziom chorym na raka, wypada komunikować się z darczyńcami za pomocą butelek z piwem? Do kogo trafią takie komunikaty, jak: „Nie ma Rak’n’Rolla bez Was” albo „Nie ma Rak’n’Rolla bez procentów”? Czy to prawda, że oprócz pieniędzy, kampania tego typu przynosi „terapeutyczny rezultat”? Czy aktualni darczyńcy Fundacji Rak’n’Roll wciąż pamiętają legendarną kampanię z 2012 roku: „Zbieramy na cycki, nowe fryzury i dragi”?

Zaproszony gość:

**Łukasz
Kościuczuk**

Fundacja Rak’n’Roll –
Wygraj życie

X Spotkanie FAOO jest finansowane ze środków
Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności



POLSKO-AMERYKAŃSKA
FUNDACJA WOLNOŚCI

Organizację Konferencji FAOO wspierają firmy:
CAF CALL oraz Caltha

CAF  CALL

 Caltha

Organizatorem konferencji
jest Fundacja Akademia Organizacji Obywatelskich
ul. Królowej Marysieńki 48, Warszawa
tel. 664 098 691, e-mail: faoo@faoo.pl



Fundacja Akademia
Organizacji Obywatelskich