

Jak zbudować markę i społeczność darczyńców

w oparciu o pozytywną
komunikację?



Seminarium eksperckie FAOO

**Wtorek, 20 października 2026
godz. 9.30-16.00**

Warszawa, Królowej Marysieńki 48
Sala konferencyjna PAFW

Zmiany klimatyczne, zagrożenie wojną, nieprzewidywalne skutki sztucznej inteligencji, opresyjne rządy. Lęk i niepewność o to, co przyniesie jutro to emocje, które towarzyszą nam każdego dnia i przyczyniają się do utraty poczucia bezpieczeństwa i sprawczości. W tym kontekście pozytywny głos organizacji społecznych powinien wybrzmieć mocniej niż kiedykolwiek wcześniej. Czy jest jednak na to szansa? Tak, jeśli zamiast koncentrować się tylko na oczekiwaniach wobec darczyńców, zaproponujemy niesztampową, odważną narrację, która trafi wprost do emocji odbiorców.

Zapraszamy na interaktywny, praktyczny, jednodniowy warsztat, który poprowadzi pochodzący z USA ekspert i praktyk Tyler Riewer, jeden z twórców fenomenu marki „charity: water”. Założona w 2006 roku amerykańska organizacja, dzięki innowacyjnemu podejściu do fundraisingu indywidualnego, stała się w krótkim czasie rozpoznawalna na poziomie globalnym i wyznaczyła nowe standardy budowania relacji z darczyńcami prywatnymi.

Tyler Riewer

Agencja Mutiny, USA

W trakcie intensywnego i angażującego warsztatu:

- pokażemy, w jaki sposób silne marki są w stanie nie tylko komunikować misję organizacji, ale też budować głębokie relacje odwołujące się do doświadczenia,
- podpowiemy, jak spośród wielu historii wybrać te, które naprawdę poruszają odbiorców,
- pokażemy, jak działa mechanizm, który sprawia, że odbiorca komunikatu nie tylko zauważy naszą organizację, ale zacznie się z nią utożsamiać,
- rozprawimy się z tradycyjnymi przekonaniem i schematycznym podejściem do komunikacji fundraisingowej i storytellingu w sektorze NGO,
- będziemy analizować różne formy video szacując siłę emocji, które może wzbudzić dana marka,
- opowiemy, jakie są sposoby na odbudowanie relacji z dawnymi odbiorcami naszej komunikacji tak, aby byli gotowi ponownie się zaangażować i włączyć w działania organizacji,
- udowodnimy, jak wielką siłę i sprawczość mogą mieć komunikaty, które odwołują się do pojęcia nadziei w szerszym kontekście, niż tylko obietnica lepszej przyszłości.

Zapraszamy do zapoznania się z programem wydarzenia w języku angielskim.



Fundacja Akademia
Organizacji
Obywatelskich



POLSKO-AMERYKAŃSKA
FUNDACJA WOLNOŚCI

Masterclass Program

9.00-9.30 **Registration of participants**

9.30-9.45 **Welcome and introductions**

9.45-10.15 **MAKE ME FEEL SOMETHING**

- Why do certain things move us, and what's actually happening underneath the emotional moments we remember?
- Expanding the emotional palette beyond sadness.
- The mechanics of feeling: specificity, recognition, anticipation, contrast, vulnerability, surprise.

10.15-11.15 **MAKE IT MEAN SOMETHING**

- The difference between something being important and something feeling personally significant.
- How relevance, human truth, and great storytelling create bridges between someone else's experience and our own.

11.15-11.30 **Coffee break**

11.30-12.15 **BUILD A RELATIONSHIP WORTH HAVING**

- Reframing brand as a relationship that should create value, not simply extract it.
- Introduction to the new marketing funnel: *Attention - Connection - Trust - Belief - Purpose*.
- Exercise: Where are we building emotional equity, and where are we accumulating emotional debt?

12.15-13.00 **GIVE ME REASON TO HOPE**

- Redefining hope as credible possibility, not positivity: possibility + proof + agency.
- Exercise: Are our brands creating the conditions that give people reason to believe something better is possible?

13.00-14.00 **Lunch**

14.00-15.00 **PUT IT TO WORK**

- Applying exercise learnings to our own brands and communications.
- Identifying where the experience is breaking down.
- Making tangible changes that create more humanity, value, belief, and agency.

15.00-15.30 **LEAVE WITH MORE THAN YOU CAME WITH**

- The bigger question: what do people have more of because they encountered us?
- Writing a simple brand promise for the experience you want to create.
- Reconnecting with why we chose this work in the first place.

15.30-16.00 **Closing and wrap up**



Fundacja Akademia
Organizacji
Obywatelskich



POLSKO-AMERYKAŃSKA
FUNDACJA WOLNOŚCI

Tyler Riewer

Doświadczony strateg marki i storyteller, absolwent University of Nebraska, gdzie studiował reklamę i dziennikarstwo. Profesjonalną karierę rozpoczął w agencji marketingowej Archrival, specjalizującej się w komunikacji skierowanej do młodych odbiorców i tworzył kampanie dla wiodących amerykańskich marek z branży spożywczej m.in. Red Bull. Następnie dołączył do zespołu agencji Grady Britton, gdzie miał okazję pracować dla takich klientów, jak koncern NIKE. W 2013 roku porzucił sektor komercyjny, aby na ponad dekadę związać się z organizacją non-profit. W nowojorskim biurze organizacji charity: water kierował zespołem kreatywnym i – wspólnie z zespołem fundraisingowym – pomógł w tym okresie pozyskać blisko miliard dolarów na projekty rozwojowe związane z dostępem do wody pitnej niemal w każdym zakątku ziemi. Obecnie współkieruje agencją kreatywną Mutiny Co. Mieszka z żoną i dwójką dzieci na przedmieściach Waszyngtonu.

Do kogo adresowane jest seminarium?

Na zajęcia zapraszamy osoby zajmujące się fundraisingiem i komunikacją w organizacjach, które mają już doświadczenie w pozyskiwaniu środków ze źródeł prywatnych i dysponują zasobami niezbędnymi do tego, by rozwinąć tę formę pozyskiwania funduszy.

UWAGA!

Zajęcia nie będą tłumaczone – konieczna znajomość języka angielskiego.

Jak się zgłosić?

Należy wypełnić i wysłać formularz online do wtorku, 13 października 2026. O przyjęciu lub nieprzyjęciu na listę uczestników seminarium poinformujemy do czwartku, 15 października 2026.

Zasady udziału w zajęciach

- Udział w seminarium jest bezpłatny. Uczestnicy we własnym zakresie pokrywają ew. koszty dojazdu i zakwaterowania.
- Podczas spotkania zapewniamy lunch i serwis kawowy nieuwzględniające specjalnych preferencji lub potrzeb żywieniowych.
- Warunkiem udziału w wydarzeniu będzie dobrowolne wyrażenie zgody (za pośrednictwem formularza zgłoszeniowego) na przetwarzanie danych osobowych oraz wykorzystanie wizerunku utrwalonego na zdjęciach do celów organizacji wydarzenia, promocji i informowania o nim, a także do celów sprawozdawczości.
- Osoby, które w przeszłości zgłosiły swoje uczestnictwo w dowolnym wydarzeniu organizowanym przez FAOO i ostatecznie nie wzięły w nim udziału, nie informując o tym uprzednio fundacji, nie będą przyjęte na listę uczestników seminarium.



Fundacja Akademia
Organizacji
Obywatelskich



POLSKO-AMERYKAŃSKA
FUNDACJA WOLNOŚCI