



MŮŽETE VÍC. Vy, vaši lidé, vaše společnost.

BULLETIN

TÉMA

Jak na veřejnou sbírku

Veřejné sbírky jsou běžnou součástí života občanů i neziskových organizací. Nejznámějšími formami veřejných sbírek jsou pokladničky určené k přijímání finančních příspěvků, prodej předmětů, zaslání dárcovských SMS zpráv či prodej vstupenek na benefiční akce.



Rozhodli jsme se podívat na veřejné sbírky očima těch, kdo jsou v přímém kontaktu s dárci. Na praktické zkušenosti jsme se proto zeptali dvou studentů pražského gymnázia **Ondra** a **Vítek**, kteří se letos jedné takové sbírky aktivně účastnili v roli dobrovolníků prodávajících symbolické dárkové předměty.

Kluci, kdo vás na samotnou sbírku připravoval a co vám o ní řekl?

„Paní učitelka nás nejdříve vyzvala, kdo se chce zapojit dobrovolně do sbírky na ulici. Z naší třídy to byli skoro všichni kromě tří spolužáků. Pak nám rozdala tašky, okopírované potvrzení o sbírce a každá dvojice dostala cca 100 ks prodejních předmětů. Cílem bylo vybrat peníze na pomoc postiženým dětem. Také nás paní učitelka upozornila na to, že nemáme zapomenout pozdravit, zeptat se lidí, zda chtějí přispět, pak nabídnout předměty k prodeji a nakonec za zakoupení poděkovat,“ říká Ondra.

„K prodeji jsme dostali pár letáčků, ale nebylo jich moc, asi tak 20. Myslím, že tam bylo, na co se vybírá, jak se jmenuje organizace a číslo bankovního účtu, kam mohou lidé také posílat peníze,“ nejspíše vzpomíná Vítek. S jedním si je ale naprosto jistý: „Také nám paní učitelka říkala, že nemáme vyndávat peníze z kasičky!“

Přišel za vámi někdo přímo z té neziskové organizace, aby vám vysvětlil důležitost a užitečnost pomoci a povyprávěl vám o ní?

Vítek vrtí hlavou: „Ne, nepřišel, ani na začátku, ani po sbírce. Nic o nich nevíme. Vše nám říkala jen paní učitelka, ale byly to jen informace, jak se máme chovat při výběru peněz.“

Jak probíhala samotná akce na ulici? Byl tam s vámi někdo z dospělých?

„Ne, žádný dospělý poblíž k ruce nebyl, byli jsme tam sami, tedy s ostatními spolužáky na různých místech. Chodili jsme po dvojicích. My jsme nejdřív stáli u metra. Mysleli jsme si, že to bude lehčí, že předměty prodáme rychle. Ale jednoduché to nebylo. Hodně lidí nás odmítlo s vysvětlením 'Nemám čas.' 'Ne, děkuji.' a jedna paní dokonce na nás křičela 'NE, NE!'“, vypráví Ondra.

Vítek pokračuje: „V Palladiu po nás šla ochranka, že nemáme povolení prodávat. Tak jsme toho nechali a šli jinač. Také jsme potkali pár lidí, kteří si už předmět koupili od jiných dětí. Celkem jsme prodali jenom tak dvacet předmětů.“

Jak jste kolemjdoucí oslovovali? Řekl vám někdo, jak s lidmi máte mluvit a jak je oslovit?

„Ne, to nám neřekli. My jsme si vymýšleli různě. Nejdřív 'Kupte si něco!', ale na to moc lidí nereagovalo. Pak jsme zkusili 'Kupte si a přispějte na charitu!' a 'Přispějte na postižené děti!' a to už bylo lepší.“

Jakou zkušenost vám účast na sbírce dala? Jak jste se cítili? A půjdete do toho za rok znovu?

„Byla to naše první zkušenost, byli jsme amatéři. Příště nám to půjde už líp, jako jiným starším spolužákům, kteří byli asi úspěšnější.“

„Bylo to mrzutý, když nás každý odmítal. Tak jsme to chtěli po dvou hodinách zabalit a jít domů nebo na jídlo. Pak jsme něco prodali a zase nás to začalo bavit.“

„Zda se příští rok zapojím? No, nevím, asi se raději hodím marod,“ uvažuje Ondra. Vítek naopak uvítá možnost zkusit to znovu: „Budou se víc snažit. Chtělo by tomu dát větší reklamu, aby o tom lidé více věděli.“

Co byste tedy potřebovali, aby bylo jinak?

„Hlavně by měla být lepší reklama, aby o tom bylo víc slyšet - hodně lidí to jakoby zaskočilo. Taky by se mohlo zapojit víc spolužáků. A možná nějaká lepší odměna?“

Přišel vám někdo z organizace na závěr poděkovat a seznámit vás s vaším celkovým úspěchem?

„Ne, ani nakonec nikdo nepřišel. Ale paní učitelka nám poděkovala a pak jsme se dočetli na nástěnce, že se vybralo z celé Prahy přes 100 tisíc.“

Děkujeme oběma studentům za upřímný rozhovor týkající se jejich zkušeností s veřejnou sbírkou.

Komentář Lenky Stárkové

V každodenním životě se nejčastěji setkáváme s lidmi stojícími u vstupu do metra, na zastávkách tramvaje a autobusu, vybízejícími kolemjdoucí k příspěvnu na charitativní účely. Nejen, že je těchto žadatelů moc a lidé už jsou pro množství žádostí hluší ke konání dobra (za těchto podmínek), ale zároveň lidé s kasičkami nejsou v mnohých případech dostatečně vybaveni a připraveni potenciálním dárcům poskytnout potřebné informace, a to ani jak o samotném poslání organizace, tak ani o účelech veřejné sbírky. Takové sbírky nezaujímají.

Pro pořadatele veřejné sbírky doporučuji:

- Věnovat velkou péči přípravě dobrovolníků, kteří o příspěvek na ulicích žádají (důležitá je dobrá znalost organizace a umění oslovit – mají jen pár sekund na to, aby lidi zaujali).
- Připravit dostatek letáčků se základními informacemi (kdo sbírá a na co, kontakt, příběh, poděkování, kde dárci najdou další informace – například o celkové výši sbírky); letáky nabízet i bez finančního příspěvnu (i ti, co nepřispějí na ulici, mohou později zaslat DMS nebo přispět jinak).
- Propojit sbírku s PR kampaní, která dopředu osvětlí účel sbírky (spolupráce s tiskovými médii).
- Vybírat vhodnější dárkové předměty (více k užitečnosti, vtipnější, zajímavé, neobvyklé).
- Formulovat jasné heslo – krátké sdělení, představující výzvu pro kolemjdoucí.
- Nezapomenout dárcům i těm, kdo sbírají, poděkovat a upozornit je, kde se dozví o realizaci účelu, na který přispějí!

Tři kroky úspěšného oslovení dárců jsou: vzbudit emoce, poskytnout argumenty a vhodně požádat o příspěvek. Dobrý dárcem je ten, který je motivovaný. Podpořte proto jeho motivaci!

Z DÍLNY SANEK

- Během podzimu jsme uskutečnili s Lékaři bez Hranic (www.lekari-bez-hranic.cz) interaktivní kurz s tématem řešení konfliktů a vyjednávání.
- Pro Společnost pro ranou péči (www.ranapece.cz) proběhl během října a listopadu intenzivní kurz fundraisingu, který je v rámci našeho cyklu Manažer v sociálních službách akreditován u MPSV.
- Na sklonku roku 2012 jsme pro Národní vzdělávací fond (www.nvf.cz) realizovali další školení v rámci jejich vzdělávacího programu „Lidé jsou naše největší bohatství II“. Témata zahrnovala efektivní komunikaci, fundraising, samofinancování NNO a sociální ekonomiku.

Latinský výrok pro zimu:

Honestus rumor alterum est patrimonium.

(Dobrá pověst je jako druhé jmění.)

Dobrý směr
v roce 2013

