

**SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030**

„AKADEMIA FUNDRAISINGU DLA OSP”

LEKCJA 6

Budowanie skutecznego opisu kampanii fundraisingowej

PREZENTACJA

opracowano w ramach Projektu

„Akademia fundraisingu dla OSP z Województwa Małopolskiego”

finansowanego ze środków Narodowego Instytutu Wolności – Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego
w ramach Rządowego Programu Fundusz Inicjatyw Obywatelskich NOWEFIO na lata 2021-2030

AGENDA - Lekcja 6: Budowanie skutecznego opisu kampanii fundraisingowej



- **Celem lekcji 6 jest** zbudowanie opisu kampanii OSP, który prowadzi odbiorcę od zrozumienia do wpłaty i wzmacnia zaufanie;
- **CZĘŚĆ 1:** Architektura opisu od pierwszego zdania do decyzji o wsparciu;
- **CZĘŚĆ 2:** Stałe elementy opisu cel problem rozwiązanie rezultat budżet rozliczenie;
- **CZĘŚĆ 3:** Język i emocje bez nacisku bez przesady z poszanowaniem prywatności;
- **CZĘŚĆ 4:** Adaptacja do kanałów i checklista jakości opis bazowy krótkie wersje aktualizacje;

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

Opis kampanii

- to narzędzie decyzji darczyńcy



- opis ma **skracać drogę do decyzji i usuwać wątpliwości** przed wpłatą;
- **najpierw informacje decyzyjne**, potem tło i szczegóły uzupełniające;
- **tekst ma prowadzić wzrok**, krótkie sekcje, przewidywalny układ;
- **opis buduje wiarygodność przez konkrety i spójność**, zamiast deklaracji;
- w OSP **kluczowe jest połączenie sensu wsparcia z rozliczalnością**;



SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

Gotowość do wpłaty

- trzy warunki naraz



- **zrozumienie celu** - wiem na co idą pieniądze i co dokładnie powstanie;
- **poczucie sensu wsparcia** - rozumiem jak wpłata poprawi gotowość OSP;
- **zaufanie** - widzę konkrety identyfikację organizatora i zasady rozliczenia;
- **brak jednego elementu obniża wpłaty** nawet przy dobrej intencji;
- w praktyce OSP wygrywa spokojna rzeczowość i konsekwentne dowody;



SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

**Jak sprawimy,
żeby w 15 sekund skanowania opisu
darczyńca jednocześnie rozumiał cel,
widział sens wsparcia
i miał zaufanie do rozliczenia?**

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

Zasada hierarchii informacji

- najpierw to co najważniejsze



- **start od zdania, które ustawia decyzję, kwota, cel, efekt, miejsce;**
- **dopiero potem historia jednostki, szersze wartości i kontekst;**
- **pierwsze linijki mają wystarczyć do podjęcia decyzji w pośpiechu;**
- **takie podejście zmniejsza ryzyko nieporozumień i pytań w komentarzach;**
- **jest spójne ze standardem rzetelności, nie pomijaj kluczowych informacji;**

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

Trzy warstwy opisu

- dla różnych odbiorców



- **WARSTWA 1:** 10 sekund tytuł i zdanie wprowadzające cel i sens;
- **WARSTWA 2:** 30 sekund streszczenie decyzji w kilku liniach;
- **WARSTWA 3:** 2 minuty szczegóły problem rozwiązanie budżet rozliczenie;
- **każda warstwa powinna być spójna** i nie zmieniać rdzenia kampanii;
- warstwy ułatwiają skracanie tekstu bez utraty kluczowych informacji;

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

Szkielet opisu

- który prowadzi od zrozumienia do wpłaty



- **tytuł i zdanie wprowadzające** - co robimy, dla kogo, gdzie i dlaczego teraz;
- **streszczenie decyzji** – cel, kwota, argument, rozliczenie;
- **problem językiem ryzyka i czasu** - konsekwencje braku sprzętu;
- **rozwiązanie i użycie** - jak zakup działa w realnych interwencjach;
- **rezultat** – budżet, wiarygodność, rozliczenie, wezwanie do wsparcia;



SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

Tytuł ma informować a nie brzmieć jak hasło

- **minimum treści:** co, dla kogo, gdzie;
- **najlepiej dodać efekt operacyjny** - po co to jest potrzebne;
- **unikaj ogólników** - typu wyposażenie, poprawa bezpieczeństwa;
- **wpisz konkret:** np. rzeczowy: defibrylator AED, pompa, agregat, szkolenie;
- **dobra forma tytułu pomaga udostępnić i cytować cel** bez przekłamań;



SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

Zdanie wprowadzające

- ma domknąć sens w 1–2 zdaniach



- **odpowiada na dwa pytania** – dlaczego teraz, co konkretnie zmieni wpłata;
- **używa języka działań** – kupujemy, szkolimy, uruchamiamy, zamiast deklaracji i ogólnych intencji;
- **pokazuje przełożenie na efekt** – krótszy czas działań, większe bezpieczeństwo, wyższa gotowość bojowa;
- **opisuje mechanizm, nie cud** – co dokładnie poprawi zakup i w jakich sytuacjach to zadziała;
- **jest krótkie i jednoznaczne** – 1–2 zdania, bez dygresji, bez rozbudowanych wstępów;

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

Streszczenie decyzji

- blok który może sam sprzedać kampanię



- **cel rzeczowy w jednym zdaniu** - co kupujemy lub finansujemy;
- **brakująca kwota** - ile jeszcze potrzeba do realizacji;
- **główny argument** - dlaczego to ważne dla mieszkańców i ratowników;
- **zapowiedź rozliczenia** - co opublikujemy i gdzie;
- **wskazanie jak wesprzeć** - wpłata udostępnienie kontakt do firmy;



SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

Problem opisuj w kategoriach ryzyka i czasu



- **opisuj konsekwencję** braku sprzętu lub rozwiązania bez dramatyzowania;
- **stosuj język operacyjny np.** minuty, dostępność, niezawodność;
- **pokaż ryzyko dla poszkodowanych** i bezpieczeństwo ratowników;
- **unikaj ogólnych ocen** i podniosłych sformułowań bez treści;
- **zadbaj o spójność problemu z celem i budżetem** kampanii;



SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

Rozwiązanie

- pokaż jak działa w realnych działaniach OSP



- **kto używa sprzętu i w jakich sytuacjach interwencji?**
- **co dokładnie zmienia zakup** szybsze działanie lepsze zabezpieczenie?
- **jak wygląda wdrożenie**, odbiór, montaż, szkolenie (jeśli dotyczy)?
- **gdzie będzie dostępne i jak będzie utrzymywane w gotowości?**
- **unikaj nadmiaru parametrów technicznych** - wybierz to co rozumiałe;

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

Rezultat opisuj mierzalnie i ostrożnie

- **wybierz proste miary** np. liczba przeszkolonych, czas podjęcia działań;
- **podawaj liczby** tylko gdy wiesz skąd wynikają i umiesz to wyjaśnić;
- **nie obiecuj ratowania życia jako gwarancji**, opisuj zwiększanie szans;
- **pokaż jak zmiana będzie widoczna dla mieszkańców**;
- **jeżeli używasz danych - wskaż ich pochodzenie** w opisie kampanii lub aktualizacji;



SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

Budżet kampanii fundraisingowej

- trzy koszyki kosztów



- **koszty bezpośrednie zakupu** np. urządzenie wyposażenie dostawa;
- **koszty niezbędne - towarzyszące** np. szkolenie montaż materiały jeśli występują;
- **koszty obsługi zbiórki** np. prowizje opłaty operatorów jeśli występują;
- **pokaż logiczny związek kosztów z efektem** kampanii;
- **dodaj plan awaryjny** na zmianę cen lub niedobór środków;



SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

Jasny zakres celu

- co obejmuje a czego nie obejmuje



- **co obejmuje cel** – sprzęt i koszty konieczne do zakupu oraz uruchomienia, np. dostawa, montaż, szkolenie, jeśli potrzebne;
- **czego nie obejmuje** – kosztów stałych OSP oraz innych zakupów niezwiązanych z tym celem;
- **bez ogólników** – zamiast potrzeby, doposażenie, modernizacja, podaj konkretną listę elementów;
- **zasady graniczne** – co robimy przy nadwyżce i przy niedoborze, w jakiej kolejności realizujemy elementy;
- **uczciwość wobec darczyńcy** – jasno opisz przeznaczenie wpłaty oraz sposób rozliczenia i publikacji;



SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

Czy zakres celu, budżet oraz zasady dla nadwyżki i niedoboru są opisane tak jasno, że OSP może się z nich publicznie rozliczyć krok po kroku?

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

Pięć kategorii twierdzeń

- które najczęściej psują wiarygodność



- **przeznaczenie środków** – zbyt ogólne albo zbyt szerokie, bez listy konkretnych wydatków;
- **skala i liczby** – podane bez źródła, bez zakresu, bez wyjaśnienia jak zostały policzone;
- **terminy i harmonogram** – obiecane bez realnego planu zakupu, dostawy i wdrożenia;
- **partnerzy, współfinansowanie, zgody** – przywołane bez potwierdzeń, dokumentów lub jednoznacznych ustaleń;
- **efekt i bezpieczeństwo** – sformułowane jak gwarancja rezultatu, zamiast realistycznego opisu wpływu i ograniczeń;

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

Jak pisać o faktach i liczbach żeby nie wprowadzać w błąd



- **oddziel fakty od planów** – fakt jest potwierdzony, plan jest zamierzeniem do realizacji;
- **nie udawaj pewności** – szacunki opisuj jako szacunki, a nie jako pewniki, jeśli nie masz danych;
- **doprecyzuj liczby** – czego dotyczą, z jakiego roku pochodzą, jakiego obszaru obejmują, co dokładnie liczą;
- porównuj **uczciwie** – pokaż punkt odniesienia, liczby bazowe i kontekst, nie tylko procenty;
- **wyjaśnij pochodzenie danych** – krótko wskaż źródło lub sposób obliczenia, zwłaszcza gdy liczba budzi pytania;



SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

**Jaką zasadę dowodową przyjmujemy
w opisie kampanii: które liczby i twierdzenia
muszą mieć źródło, datę i możliwość
weryfikacji oraz kto to zatwierdza przed
publikacją?**

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

Wiarygodność

zaczyna się od jasnej identyfikacji organizatora



- **wskaż organizatora kampanii** – czy zbiórkę prowadzi OSP, czy podmiot pośredniczący, kto formalnie przyjmuje wpłaty;
- **podaj dane identyfikacyjne** – pełna nazwa, siedziba, a jeśli dotyczy, KRS, NIP, REGON;
- **dodaj kontakt do kampanii** – osoba odpowiedzialna lub skrzynka kampanii, telefon i e-mail;
- **określ odpowiedzialność za rozliczenie** – kto przygotuje podsumowanie, kto opublikuje informacje po kampanii, w jakim terminie;
- **utrzymaj spójność danych** – identyczne informacje w opisie zbiórki, na stronie OSP, w mediach społecznościowych i materiałach promocyjnych;



SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

Transparentność

czyli co pokażemy po kampanii i kiedy



- **zapowiedz rozliczenie wprost** – faktury, protokół odbioru, zdjęcia efektu, krótkie podsumowanie wydatków;
- **wskaż miejsce publikacji** – strona OSP, profil społecznościowy, aktualizacja na stronie zbiórki;
- **podaj termin publikacji** – np. do 14 dni po zakończeniu kampanii lub do 14 dni po zakupie i odbiorze;
- **opisz zasady graniczne** – co robimy przy nadwyżce środków, co robimy przy niedoborze, w jakiej kolejności realizujemy elementy;
- **utrzymaj spójność komunikatu** – to samo rozliczenie i te same zasady we wszystkich kanałach informacji;



SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

Pilność uzasadniaj faktami a nie straszeniem



- **uzasadnij pilność faktami** – sezon szkoleń, okno zakupu, stan techniczny sprzętu, termin przeglądu, plan dyżurów;
- **pokaż konsekwencje operacyjne opóźnienia** – dłuższy czas działań, ograniczona gotowość, większe obciążenie ratowników, ryzyko awarii;
- **unikaj presji emocjonalnej** – nie sugeruj przymusu moralnego wpłaty, nie używaj dramatyzujących komunikatów;
- **zadbaj o spójność z planem** – pilność musi wynikać z harmonogramu zakupu, dostawy i wdrożenia, a nie z samej potrzeby;
- **daj komplet informacji kluczowych** – cel, kwota, zakres, rozliczenie, zasady nadwyżki i niedoboru, wtedy pilność działa uczciwie;



SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

Wezwanie do wsparcia ma być krótkie, konkretne i partnerskie



- **wskaż jeden krok** – wpłać, udostępnij, przekaż kontakt do firmy, wybierz najprostsze działanie;
- **uzasadnij dlaczego teraz** – odwołaj się do faktów i harmonogramu, nie do presji emocjonalnej;
- **zachowaj partnerski ton** – bez języka winy, bez sugestii przymusu, bez oceniania odbiorcy;
- **umieść wezwanie po konkretach** – po celu, kwocie, zakresie i zasadach rozliczenia, gdy zaufanie jest już zbudowane;
- **powtórz w miejscach kluczowych** – na początku i na końcu opisu, w aktualizacjach, zawsze w tej samej, prostej formie;

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

Emocje z godnością bez naruszania prywatności



- **opisuj warunki działań** – pora, pogoda, presja czasu, ograniczenia widoczności, trudność terenu;
- **nie ujawniaj tożsamości osób** – nie podawaj danych ani szczegółów, które pozwalają rozpoznać poszkodowanych, pacjentów, dzieci;
- **unikaj danych wrażliwych** – nie opisuj szczegółów medycznych i intymnych, jeśli nie są konieczne do uzasadnienia celu;
- **wybieraj przykłady typowe** – pokazuj mechanizm działań OSP, bez sensacyjności i bez epatowania cierpieniem;
- **kontroluj materiały wizualne** – publikuj zdjęcia tylko przy jasnej podstawie i zgodach, sprawdzaj prawa do wizerunku i zasady publikacji;

**Gdzie stawiamy granicę emocji i opowieści,
aby budować zaangażowanie
bez naruszania prywatności, godności
i bezpieczeństwa informacyjnego,
oraz kto podejmuje decyzję
w sytuacjach granicznych?**

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

Prosty język to narzędzie zaufania a nie styl



- **pisz dla odbiorcy** – odpowiadaj na jego pytania, usuń wątpliwości przed wpłatą;
- **najpierw konkrety** – cel, kwota, efekt, zasady, dopiero potem wyjaśnienia i tło;
- **używaj czasowników** – zamiast realizacja, poprawa, wdrożenie, pisz robimy, kupujemy, szkolimy, uruchamiamy;
- **skracaj zdania** – jedna myśl w jednym zdaniu, unikaj zdań wielokrotnie złożonych;
- **wyjaśniaj pojęcia** – skróty i terminy techniczne dopisz jednym prostym objaśnieniem;



SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

Czytelność tekstu w internecie

- prowadź wzrok odbiorcy



- **dziel tekst na krótkie sekcje** – dodaj śródtytuły, które mówią wprost, czego dotyczy fragment;
- **wypunktowania zostaw dla faktów** – kwoty, elementy budżetu, kroki działania, zasady rozliczenia;
- **liczby pokazuj na wierzchu** – nie ukrywaj kwot i terminów w środku długiego akapitu;
- **jedna sekcja, jeden temat** – problem, rozwiązanie, budżet, rozliczenie, bez mieszania wątków;
- **pisz pod telefon** – krótsze zdania, krótsze akapity, przewidywalny układ i powtarzalne nagłówki;



SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

Opis bazowy

- jeden rdzeń wiele wersji bez zmiany sensu



- **zaczynij od opisu bazowego** – pełnego, kompletnego, możliwego do rozliczenia;
- **skracaj pod kanał** – skróć długość, dostosuj kolejność, nie zmieniaj celu ani zasad;
- **stałe w każdej wersji** – organizator, cel, liczby, warunki realizacji, zasady rozliczenia;
- **zmienia się forma, nie treść** – długość i układ, nie rdzeń przekazu i nie obietnice;
- **efekt dla OSP** – mniej chaosu, mniej sprzecznych komunikatów, większa wiarygodność kampanii;



SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

Sygnaty zaufania

które powinny być widoczne od razu



- **tożsamość i kontakt** – pełna nazwa OSP, miejscowość, kontakt do kampanii, jasne kto odpowiada za komunikację.
- **cel i zakres** – konkretny cel, granice przeznaczenia środków, jasno co obejmuje i czego nie obejmuje.
- **budżet i zasady graniczne** – prosty podział kosztów, zasady dla nadwyżki i niedoboru, kolejność realizacji elementów.
- **aktualizacje i rozliczenie** – zapowiedź harmonogramu aktualizacji, termin i forma rozliczenia po zakończeniu.
- **styl komunikacji** – rzeczowy, spokojny, bez przesady, bez nacisku, bez manipulacji



SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

Aktualizacje kampanii

- dowód że OSP panuje nad procesem



- **ustal częstotliwość aktualizacji** – np. jedna aktualizacja tygodniowo w trakcie zbiórki, a po zakończeniu aktualizacja końcowa;
- **aktualizuj etapami** – wybór oferty, zamówienie, dostawa, uruchomienie lub szkolenie, rozliczenie i publikacja dowodów;
- **trzymaj się opisu bazowego** – cel, zakres, budżet i zasady pozostają spójne w każdej aktualizacji;
- **nie dokładaj nowych obietnic** – bez przesady, bez emocjonalnego nacisku, bez zmiany sensu kampanii w trakcie;
- **zamknij kampanię rzetelnie** – podziękowanie, rezultat, kwoty brutto i netto, dokumenty, daty oraz link do publikacji rozliczenia;



SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

**Jak zapewnimy spójność obietnic
w wielu kanałach i w aktualizacjach
kampanii, aby żadna wersja opisu
nie dodawała nowych zobowiązań
i nie osłabiła wiarygodności OSP?**

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

Mini test jakości

- czy dwie osoby spoza OSP rozumieją to samo



- **daj opis do testu** – przekaz go dwóm osobom spoza OSP, najlepiej z różnych grup odbiorców;
- **sprawdź zrozumienie celu** – poproś, aby własnymi słowami powiedziały, jaki jest cel i co dokładnie kupujecie;
- **sprawdź zakres i przeznaczenie wpłat** – zapytaj, na co idą pieniądze i czego kampania nie obejmuje;
- **sprawdź rozliczenie i wynik** – zapytaj, jak nastąpi rozliczenie, kiedy i gdzie zobaczą rezultat oraz dokumenty;
- **popraw miejsca niejednoznaczne** – usuń fragmenty, które wymagają domyślania się sensu, dodaj brakujące konkrety;



SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

Pytanie do analizy:

**Czy nasz opis kampanii
zawiera taki poziom konkretności i rozliczalności,
aby darczyńca mógł podjąć decyzję
bez dodatkowych pytań i bez domyślania się?**

SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030

Pytanie do dyskusji w OSP

**Gdzie stawiamy granicę
między poruszającą historią
a naruszeniem prywatności i godności osób,
których dotyczą działania ratownicze?**

**SFINANSOWANO ZE ŚRODKÓW NARODOWEGO INSTYTUTU WOLNOŚCI – CENTRUM ROZWOJU SPOŁECZEŃSTWA OBYWATELSKIEGO
W RAMACH RZĄDOWEGO PROGRAMU FUNDUSZ INICJATYW OBYWATELSKICH NOWEFIO NA LATA 2021-2030**

„AKADEMIA FUNDRAISINGU DLA OSP”

LEKCJA 6

Budowanie skutecznego opisu kampanii fundraisingowej

PREZENTACJA

opracowano w ramach Projektu

„Akademia fundraisingu dla OSP z Województwa Małopolskiego”

finansowanego ze środków Narodowego Instytutu Wolności – Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego
w ramach Rządowego Programu Fundusz Inicjatyw Obywatelskich NOWEFIO na lata 2021-2030