

WIOSENNA AKADEMIA FUNDRAISINGU

MODUŁ I JAK PLANOWAĆ BY SKUTECZNIE DZIAŁAĆ PLANOWANIE STRATEGICZNE W ORGANIZACJI SPOŁECZNEJ	
TERMIN	7 MARCA 2018 GODZ. 14:00 – 20:00
OPIS MODUŁU	To wyjątkowe warsztaty, podczas których będziemy puszczać wodze fantazji na temat przyszłości naszych organizacji. Od wizji, po misję i cele do planu konkretnych działań. Warsztaty będą okazją do refleksji nad tym, jacy jesteśmy jako organizacja, a jacy chcemy być. Poznamy narzędzia i metody skutecznego planowania rozwoju w kontekście całej organizacji jak i fundraisingu. Celem warsztatów jest danie impulsu do wytyczenia klarownej ścieżki rozwoju. Tło warsztatów: Rosnąca ilość wytycznych, problemy z płynnością finansową i ograniczona dostępność do funduszy zewnętrznych, zmieniające się oczekiwania lokalnego środowiska, silniejsza konkurencja wśród organizacji pozarządowych oraz szybkie zmiany społeczne i technologiczne to rzeczywistość, w której funkcjonują organizacje pozarządowe. Pomimo, iż NGO chcą działać szybko i skutecznie, mało która organizacja wnikliwie planuje swoje własne funkcjonowanie. Dlatego spotkanie będzie okazją do analizy nie tylko otoczenia, ale przede wszystkim wewnętrznego potencjału poszczególnych NGO, refleksji nad wizją i misją oraz skutecznego planowania rozwoju. Cel warsztatów: Celem spotkania jest wzmocnienie funkcjonowania organizacji pozarządowych. W trakcie warsztatu uczestnicy poznają proces opracowania planu strategicznego oraz poszczególne jego etapy, poznają skuteczne techniki i narzędzia wspomagające planowanie,



	jak i wdrażanie programu rozwoju organizacji pozarządowej. Korzyści wynikające z udziału w warsztatach: • poznanie procesu planowania strategicznego, dostosowanego do potrzeb NGO • poznanie znaczenia poszczególnych etapów planowania strategicznego: od misji po plan operacyjny; • poznanie narzędzi i technik przydatnych w trakcie planowania strategicznego; • poznanie metod i narzędzi pozwalających skuteczniej przejść do planu fundraisingu; • możliwość skonfrontowania sytuacji własnej organizacji z przedstawicielami innych NGO; • poznanie przedstawicieli innych organizacji pozarządowych oraz wymiana doświadczeń.
PROGRAM	Sesja I – Wprowadzenie do szkolenia oraz do tematyki planowania strategicznego • program szkolenia, określenie oczekiwań uczestników i celów szkolenia • dyskusja na temat kluczowych problemów w zarządzaniu NGO • optymalna struktura planu strategicznego – dla małych i dużych NGO Sesja II – Misja i wizja organizacji pozarządowej • analiza dobrych praktyk • rola misji i wizji w planowaniu strategicznym oraz codziennym funkcjonowaniu NGO • praca grupowa i indywidualna mająca na celu określenie misji i wizji poszczególnych NGO Sesja III – Analiza sytuacji zewnętrznej i wewnętrznej organizacji • sesja analityczna, m.in. poznanie technik i narzędzi do analizy czynników makroekonomicznych i mikroekonomicznych oraz trendów/określenie potencjału otoczenia zewnętrznego • sesja analityczna, m.in. poznanie technik i narzędzi do analizy

	czynników wewnętrznych Sesja IV – Określenie kluczowych obszarów strategicznych - wytaczanie kluczowych obszarów funkcjonowania poszczególnych NGO - korelacja kluczowych obszarów i systemu zarządzania organizacją Sesja V – Cele strategiczne oraz plan operacyjny na najbliższy okres - techniki i metody wytaczania celów strategicznych oraz operacyjnych - przykłady planów operacyjnych oraz systemów zarządzania - przykłady i inspiracje
BIO TRENERA	Anna Styszko - trenerka i doradczyni, od kilkunastu lat współpracuje z sektorem pozarządowym. Współzałożycielka Laboratorium Inspiracji Społecznych, obecnie Prezeska Zarządu Fundacji. Angażuje się w proces wzmacniania środowiska pozarządowego działając w zarządzie Federacji Małopolska Pozarządowa oraz będąc członkinią Małopolskiej Rady Działalności Pożytku Publicznego. Wspiera instytucje społeczne i samorządowe w zakresie zarządzania strategicznego i operacyjnego, wdrażania projektów oraz animacji lokalnej społeczności. Ekspertka w zakresie konsultacji społecznych oraz współpracy sektora publicznego i społecznego. Od 2009 r. ocenia wnioski o dofinansowanie przy MRPiPS. Absolwentka politologii, ukończyła Szkołę Trenerów Zarządzania oraz liczne kursy trenerskie w Polsce i zagranicą. Stypendystka Instytutu Roberta Schumana.
MODUŁ II FUNDRAISING DLA NIEZAAWANSOWANYCH, CZYLI JAK SKUTECZNIE POZYSKIWAĆ ŚRODKI NA DZIAŁANIA TWOJEJ ORGANIZACJI	
TERMIN	15 MARCA 2018 (CZĘŚĆ I) 22 MARCA (CZĘŚĆ II) GODZ. 14:00 – 20:00



OPIS MODUŁU	Jeszcze do niedawna obco brzmiące słowo “fundraising” na stałe wpisane zostało do słownika organizacji pozarządowych. Środki na realizację misji to bez wątpienia podstawowy warunek funkcjonowania większości organizacji non-profit. To też jeden z najważniejszych tematów, którym poświęcają swoją uwagę. Często jednak mówi się w Polsce o tzw. grantozie, czyli uzależnieniu organizacji wyłącznie od jednego źródła finansowania - grantów. Warto więc poszerzać wiedzę organizacji o inne metody i narzędzia służące pozyskiwaniu funduszy, a przede wszystkim wykorzystywać je w praktyce. Podczas szkolenia odmienimy razem fundraising przez wszystkie przypadki. Dowiesz się gdzie i jak pozyskiwać środki w sposób planowy, profesjonalny i etyczny. Poznasz podstawowe narzędzia i dobre praktyki w ich wykorzystaniu.
PROGRAM	Poznaj ABC fundraisingu • Czym jest fundraising, kim jest fundraiser? • 4 podstawowe filary fundraisingu w Twojej organizacji. • Przegląd wybranych narzędzi i technik fundraisingowych • Omówienie wybranych źródeł finansowania organizacji. • Budowanie i utrzymywanie relacji z darczyńcami: jak skutecznie prosić i dziękować za wsparcie? Pozyskaj pieniądze w sieci, czyli o fundraisingu internetowym • Jak przygotować skuteczną stronę internetową. • Wykorzystanie e-mail marketingu w komunikacji z darczyńcami. • Baza subskrybentów: jak ją stworzyć i o nią dbać? • Niezbędne elementy newslettera, o których musisz pamiętać. • Tworzenie treści, które zaangażują odbiorców. Powalcz o \$\$\$ w realu ➡ przygotowanie zbiórki publicznej • Definicja zbiórki, czyli czym jest, a czym nie jest zbiórka publiczna. • Jak zgłosić i rozliczyć zbiórkę: procedury, terminy i niezbędne dokumenty.

	• Twoja pierwsza zbiórka - planowanie, realizacja, rozliczenie. • Rozliczenie zbiórki – ćwiczenie praktyczne.
BIO TRENERÓW	Michał Serwiński: Z wykształcenia dziennikarz i kulturoznawca, od początku drogi zawodowej sercem i głową związany z sektorem pozarządowym. Pracę rozpoczął w Fundacji Anny Dymnej „Mimo Wszystko”, gdzie tworzył Dział Fundraisingu. Aktualnie prowadzi biuro regionalne Polskiej Akcji Humanitarnej w Krakowie koordynując działania PAH w na południu Polski. Członek zarządu Stowarzyszenia Wzmacniacz.org, wolontariusz Pokojowego Patrolu WOŚP. Pasjonuje go praca dla dobra. Lubi biegać, słuchać muzyki i pamiętać o wszystkim. Marcin Węc: Od ponad 15 lat związany z sektorem pozarządowym. Współzałożyciel Polskiego Stowarzyszenia Fundraisingu i Stowarzyszenia Wzmacniacz.org. Prowadzi szkolenia, doradztwo i konsultacje dla organizacji pozarządowych z zakresu fundraisingu, PR i marketingu. Lubi pomagać innym, śpiewać gospel i biegać.
MODUŁ III BUDOWANIE I ZARZĄDZANIE SPOŁECZNOŚCIAMI W III SEKTORZE PRZY WSPARCIU NOWYCH TECHNOLOGII	
TERMIN	29 MARCA 2018 GODZ. 14:00 – 20:00
OPIS MODUŁU	Mało który projekt czy organizacja w III sektorze istnieje bez wsparcia ludzi z zewnątrz (zarówno na poziomie energetycznym, jak i finansowym)! Jak więc zbudować społeczność aktywnych uczestników? Jak skłonić ludzi by angażowali się bardziej w działania organizacji? Jak zarządzać społecznością on-line i off-line, przy wykorzystaniu narzędzi technologicznych? Po co w ogóle budować społeczności? Nie braknie części warsztatowych umożliwiających wymianę doświadczeń uczestników!
PROGRAM	• wprowadzenie do pojęcia “społeczność” • zawód “community managera” - analiza zjawiska

	• sposoby budowania społeczności • metody zarządzania społecznością • jak zwiększyć zaangażowanie uczestników? przegląd strategii • społeczności on-line oraz off-line • narzędzia technologiczne pomagające w pracy • praca na własnych case'ach - "crush test" społeczności
BIO TRENERÓW	Katarzyna Wabik: community konsultant, były community manager (Yelp, Lifetramp). Zbudowała od zera do kilku tysięcy aktywnych użytkowników, lokalną społeczność wokół Yelpa w Krakowie. Yelp to popularny portal i aplikacja z recenzjami miejsc usługowych w miastach na całym świecie, która aktualnie notuje 100 milionów odwiedzających miesięcznie. Katarzyna obecnie dzieli się swoją wiedzą i doświadczeniem w zakresie budowania społeczności. Szkoli, jak również wdraża strategię budowania społeczności w firmach i start-upach. Współpracowała w tym zakresie m.in. z: Idea Bankiem, aplikacją Haiz, Uniwersytetem Dzieci, JCC Krakow, Leaware, High School Of New Media, Instytutem Dizajnu w Kielcach. Bartłomiej Świstak Piotrowski: networker, business development manager, zajmuje się budowaniem społeczności od 2010 roku. Twórca TEAM Kraków (klubu rozwojowo-networkingowego), Startupunity (projektu dotyczącego społeczności startupowych), startupuj.pl (marki szkoleniowej) oraz Startupmind (spotkań kreatywnych dla startupów). Mocno zaangażowany w #omgkrk, Narzędziownię oraz Centrum Obywatelskie. Lokalny lider i organizator protestów przeciwko ACTA w 2012 roku. Prowadził szkolenia/konsultacje z budowania społeczności i sieciowania dla: Fundacja My Pacjenci, Muzeum Śląska Opolskie - projekt EDUKO w ramach Bardzo Młodej Kultury, Wojewódzkiego Domu Kultury w Kielcach i kilkunastu innych organizacji. Od lat wspiera integrację lokalnych środowisk przedsiębiorców, startupowców oraz NGO i ruchów nieformalnych.

MODUŁ IV FUNDRAISING A SPOŁECZNOŚĆ, CZYLI JAK ZBIERAĆ ŚRODKI PRZY WSPARCIU SPOŁECZNOŚCI	
TERMIN	5 KWIETNIA 2018 GODZ. 14:00 – 20:00
OPIS MODUŁU	Wykorzystując wiedzę z modułu III, zastanowimy się nad praktycznym użyciem tej wiedzy. Odpowiemy na następujące pytania: Jak efektywnie zbierać środki przy wsparciu społeczności? Czy społeczność można monetyzować w celach nie tylko społecznych, ale także komercyjnych? Czy jest to etyczne? Skupimy się na przykładach kampanii crowdfundingowych oraz finansowania w modelu patronackim.
PROGRAM	• korelacja zjawisk: społeczności i fundraisingu • zagadnienie crowdfundingu + case studies • zagadnienie modelu patronackiego + case studies • społeczność a monetyzacja i cele komercyjne - case studies, dobre i złe praktyki • dyskusja dotycząca etyki monetyzacji społeczności i etyka pracy community managera • praca na własnych case'ach
BIO TRENERÓW	Katarzyna Wabik: community konsultant, były community manager (Yelp, Lifetramp). Zbudowała od zera do kilku tysięcy aktywnych użytkowników, lokalną społeczność wokół Yelpa w Krakowie. Yelp to popularny portal i aplikacja z recenzjami miejsc usługowych w miastach na całym świecie, która aktualnie notuje 100 milionów odwiedzających miesięcznie. Katarzyna obecnie dzieli się swoją wiedzą i doświadczeniem w zakresie budowania społeczności. Szkoli, jak również wdraża strategię budowania społeczności w firmach i start-upach. Współpracowała w tym zakresie m.in. z: Idea Bankiem, aplikacją Haiz, Uniwersytetem Dzieci, JCC Krakow, Leaware, High School Of New Media, Instytutem Dizajnu w Kielcach. Bartłomiej Świstak Piotrowski:



	networker, business development manager, zajmuje się budowaniem społeczności od 2010 roku. Twórca TEAM Kraków (klubu rozwojowo-networkingowego), Startupunity (projektu dotyczącego społeczności startupowych), startupuj.pl (marki szkoleniowej) oraz Startupmind (spotkań kreatywnych dla startupów). Mocno zaangażowany w #omgkrk, Narzędziownię oraz Centrum Obywatelskie. Lokalny lider i organizator protestów przeciwko ACTA w 2012 roku. Prowadził szkolenia/konsultacje z budowania społeczności i sieciowania dla: Fundacja My Pacjenci, Muzeum Śląska Opolskie - projekt EDUKO w ramach Bardzo Młodej Kultury, Wojewódzkiego Domu Kultury w Kielcach i kilkunastu innych organizacji. Od lat wspiera integrację lokalnych środowisk przedsiębiorców, startupowców oraz NGO i ruchów nieformalnych.
MODUŁ V	
Marketing 3.0 - czy możemy wygrać przyszłość?	
TERMIN	12 KWIETNIA 2018 GODZ. 14:00 – 20:00
OPIS MODUŁU	Organizacje społeczne potrzebują działań promocyjnych, bez dwóch zdań. Może szczególnie właśnie w kontekście Fundraisingu, a tym bardziej Fundraisingu poza grantowego, o czym opowiedzą koledzy w kolejnym tygodniu. Ale jak to zrobić? Jak ugryźć temat promocji w NGO?
PROGRAM	• Wprowadzenie w Marketing 3.0 - budowanie marki kulturowej i zaufania społecznego do organizacji; • Inspiracje - przykłady kampanii promocyjnych polskich organizacji, które powinny otrzymać nagrodę nobla, a nie otrzymały jej tylko dlatego, że nobla nie przyznaje się w dziedzinie marketingu; • Strategia !!! - Persona, wartości, trendy; • Warsztat - kto jest naszą CTG i dlaczego powinniśmy do niej poczuć chemię?; • Podstawowe narzędzia promocyjne: LP, Newsletter, Social

	Media (przy okazji co warto robić a czego nie warto i kogo trzeba podglądać ;)) • Trochę więcej słów Media Relations; • Trochę mniej słów o mierzeniu efektów; • Content is the King! - jak pisać, żeby nas czytano i jak mówić, żeby nas słuchano czyli strategię tworzenia treści; • Warsztat - Piszemy notkę Prasową; • A co jeśli nie mamy pieniędzy? - darmowe narzędzia do tworzenia grafik i treści; • Podsumowanie;
BIO TRENERA	Piotr Gajda – fundraiser, od 5 lat współpracujący z organizacjami pozarządowymi projektując i wdrażając kampanie fundraisingowe. Wśród nich takie kampanie jak Czadowa Para czy Wyślij pączka do Afryki.