

STRONGER  
ROOTS

# The Stronger Roots Program

Případová studie:  
INEX-SDA

| Nadace OSF

 NADÁCIA  
OTVORENEJ  
SPOLOČNOSTI

 NIOK  
FOUNDATION

 glopolis

# INEX-SDA:

## Jak příběhy a crowdfunding pomohly oživit vztahy s kdysi získanými příznivci

**Organizace zaměřená na mezinárodní dobrovolnictví** dokázala probudit komunitu svých příznivců v úspěšné crowdfundingové kampani během pandemie COVID-19. Vztahy s touto komunitou pak dále upevnila tím, že s ní sdílela příběhy svých dobrovolníků.

**INEX-SDA (Sdružení dobrovolných aktivit)** je nevládní nezisková organizace, založená v roce 1991, která se věnuje mezinárodnímu dobrovolnictví a mezikulturnímu vzdělávání. Organizuje dobrovolnické projekty, vzdělávací programy a workcamps. Workcamp je název

pro mezinárodní dobrovolnický projekt, během něhož skupina dobrovolníků z různých částí světa společně pracuje a tráví volný čas, někdy po dobu jednoho týdne, jindy však i po dobu jednoho roku. Jejich posláním je prosazovat rozvoj tolerantní a otevřené společnosti, která respektuje kulturní rozdíly a ctí zásady udržitelného rozvoje. Cílem aktivit INEX-SDA je vytvořit skupinu aktivních a zodpovědných občanů, kteří se zajímají o svět kolem sebe a kteří se zapojují do dobrovolnických aktivit.

## PROBOUZENÍ SPÍCÍCH PŘÍZNIVCŮ

Lockdown v období pandemie COVID-19 způsobil, že organizace INEX přišla o svůj hlavní zdroj příjmů – poplatky hrazené dobrovolníky vyjíždějícími do zahraničí. Protože již nedostávali finanční podporu ze strany široké veřejnosti, širší dopad INEXu již nebyl tak viditelný. Největší finanční podpora organizace obecně pocházela od bývalých účastníků. V posledních letech však INEX aktivně neudržoval komunitu svých podporovatelů a potřeboval spící příznivce probudit. Program Stronger Roots jim umožnil plánovat strategičtěji a využít možnosti konzultovat situaci s odborníky na PR, fundraising a komunikaci i financovat účinnou reklamu.

## MODRÁ SRDCE V CROWDFUNDINGU

Název Modrá srdce byl kreativně použit jako hashtag a zároveň to byl snadno rozpoznatelný vizuální prvek, který INEX šířil prostřednictvím svých sociálních sítí. Důležitým faktorem při budování kampaně bylo, že INEX požádal své bývalé dobrovolníky o podporu s prosbou, zda by sdíleli své autentické zkušenosti (viz Toolbox). To vedlo k efektu sněhové koule – některé lidi oslovil INEX přímo a další pak byli osloveni právě těmito příběhy. Ve svých krátkých sděleních se

dobrovolníci zaměřovali na své milé vzpomínky a důvody, proč je důležité přispět právě teď. To bylo klíčové, protože většina příznivců INEXu, včetně potenciálních dárců, neznala finanční zázemí organizace, a proto si neuvědomovala, jak těžce pandemie organizaci zasáhla. Následně bylo povzbudivé vidět, jak se v jejich okolí zvedla velká vlna solidarity. „*První velká sbírka pro nás byla tolik potřebným impulsem. Viděli jsme, že naše komunita stojí při nás a záchrana workcampů je pro ni důležitá.*“ INEX získal 6 800 eur od 237 individuálních dárců, většinou bývalých dobrovolníků. Položili tím také základ pro to, aby mohli vypracovat strategii komunikace s příznivci po zbytek roku. Celkově se v průběhu fundraisingu ukázalo, že zásadní je hodně komunikovat, vysvětlovat, čemu se organizace věnuje, a oslovovat ty, kteří byli již v minulosti přispěvateli a dárci.

## PŘÍBĚHY ZMĚN

Klíčovou činností k získávání finančních prostředků i upevnování okruhu podporovatelů byly Příběhy změn, v nichž lidé představují své zkušenosti, které učinili v programech INEXu. Pracovníci INEXu shromáždili a postprodukčně zpracovali 20 skutečných příběhů svých dobrovolníků, vedoucích táborů i českých organizátorů a absolventů workcampů.

Snažili se, aby celá „cesta“, o které byl příběh, byla co nejautentičtější: jak se o INEXu dotyčný dozvěděl, jak si vybral téma a místo, jaké překážky musel překonat, pokud nějaké měl, jaké vztahy navázal a jak ho cesta obohatila do budoucna. INEX tyto lidi dobře znal a věděl, že se dokážou jasně vyjádřit a rádi se podělí o své zkušenosti. Konkrétní otázky jim byly zaslány předem, aby se mohli připravit.

## SDÍLENÍ ZNAMENÁ, ŽE NÁM NA VĚCI ZÁLEŽÍ

Po prvním šoku z pandemie COVID-19, ale i úspěšné kampani Modrá srdce přizpůsobili v INEXu své aktivity situaci, uspořádali více workcampů v Česku a zavedli různé druhy táborů. Rozhodli se zachovat příběhový aspekt své komunikace a začali dělat streamovaná videa přímo z workcampů. „*Je zajímavé,*

*že se streamy dostaly i mimo naši běžnou bublinu, například díky sdílení místními partnery. Divákům se líbí, že jsou plné akce a nejsou vysílány z kanceláře, nýbrž jsou autentické, protože ukazují workcampsy takové, jaké skutečně jsou.*“ Tyto živé přenosy nejsou technologicky náročné, postačují běžné typy mobilních telefonů a jsou nahrávány přímo prostřednictvím nativní aplikace Facebooku. Efektivně ukazují dopad, který má účast na workcampu nejen pro dobrovolníky, ale i na místa, v nichž dobrovolníci pomáhají širší komunitě. Sdílení příběhů je užitečným nástrojem k tomu, jak udržovat kontakt s příznivci, kterým jsou tyto příběhy blízké, i k tomu, jak přestavit své poslání novým sympatizantům a podporovatelům.

## Toolbox 1

### Získání vypravěčů

Pracovníci INEXu individuálně oslovili nejbližší komunitu organizace prostřednictvím sdílených kanálů, jako je Facebook nebo e-mail, podle toho, jak s danou osobou komunikovali v minulosti. Nenabízeli žádnou vnější motivaci, pouze prezentovali možnost spolupráce čistě jako konkrétní formu podpory fundraisingové kampaně a způsob, jak pomoci INEXu přežít náročné pandemické období. Výzva zněla takto: „*Protože víme, že veřejnost bohužel často vnímá INEX*

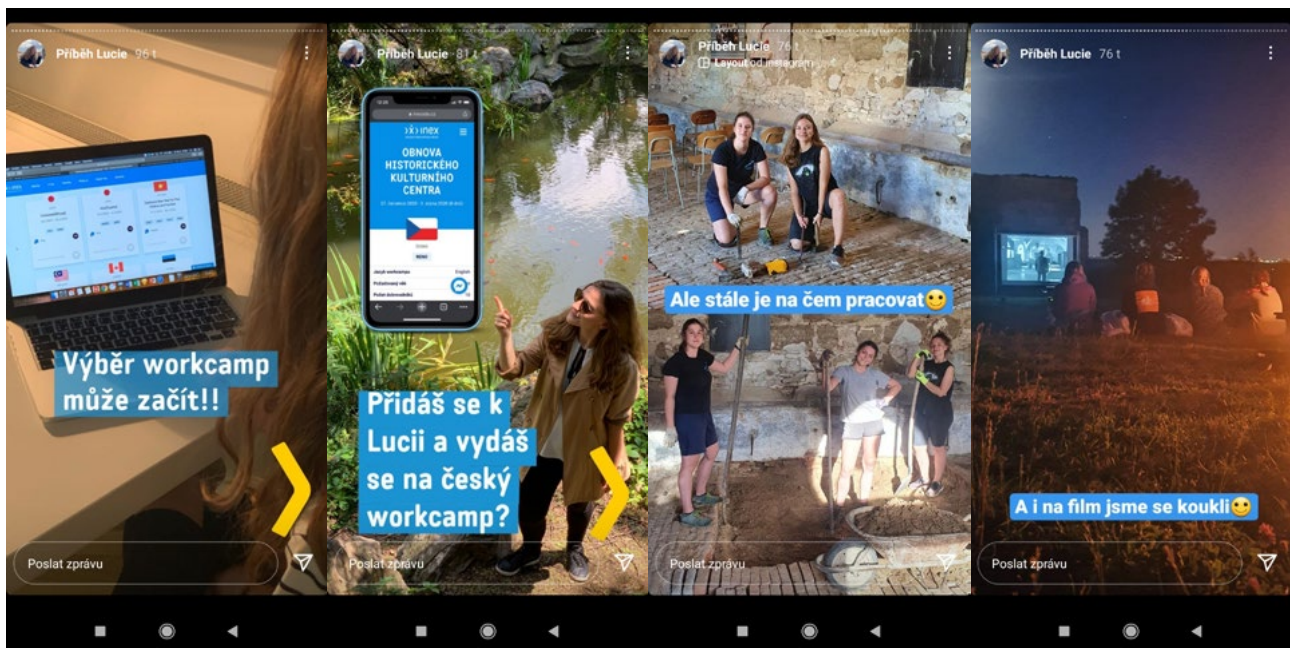
*jen jako jakousi dobrovolnickou cestovní kancelář, je nám jasné, že některým lidem význam našeho fundraisingu může unikat. Proto chceme veřejnosti co nejvíce ukázat vzdělávací aspekt dobrovolnictví. Jako nejlepší způsob, jak toho dosáhnout, se nám jeví příběhy lidí, kteří se dobrovolnictví zúčastnili. Mohli bychom s vámi natočit krátké video, které by představilo váš příběh a to, jak dobrovolnictví ovlivnilo váš život?“* Nebylo třeba dalšího přesvědčování a komunikace téměř vždy přešla přímo k praktickým otázkám realizace.

## Toolbox 2

### **Sdílení zkušeností prostřednictvím příběhu na Instagramu – Příběh změny s Lucií**

Toto je oblíbený způsob, jak osvěžit obsah a zároveň ho dostat k širšímu publiku.

Nová dobrovolnice Lucie sdílela svou cestu s INEXem na Instagramu INEXu po dobu dvaceti týdnů prostřednictvím instagramových příběhů a hashtagu **#LucieWorkcampuje**. Ke sdílení zkušeností si INEX vybírá lidi, kterým důvěřuje. Domluví se s nimi na rámcových tématech a časové frekvenci a sdělí jim heslo (které si mohou po skončení spolupráce změnit). Následný obsah je v rukou influencera. Lucie volně zdokumentovala proces výběru svého prvního workcampu, následné cesty, výzvy, které práce přinášela, volnočasové aktivity a navázaná přátelství. Její příspěvky měly pozitivní ohlasy a INEX od té doby realizoval tuto formu předávání zkušeností s ještě dalšími sedmi dobrovolníky.



\* Všechny citace jsou od Lenky Kadeřábkové, ředitelky organizace INEX-SDA

Tato případová studie vznikla  
v rámci programu Stronger Roots.

Cílem programu Stronger Roots je zvýšit  
odolnost organizací občanské společnosti a jejich  
sítí, posílit jejich sociální kapitál a začlenit je do  
komunit a společností, v nichž působí. Realizují je  
Nadace Open Society Fund Praha, Nadace NIOK,  
Nadace Open Society Foundation Bratislava  
a Glopolis.

**STRONGER  
ROOTS**