

# fundraising

MAGAZYN

numer  
specjalny



MOC

FUNDRAISINGU

GRUDZIEŃ 2024

# Spis treści

Zwiększanie mocy .....	3
Uczestnicy szkolenia „Fundraising Ma Moc <sup>3</sup> ” .....	4
Fundacja Zielona Przystań .....	6
Lokalna Grupa Rybacka Kaszuby .....	7
Fundacja Aktywności i Edukacji Społecznej (FAES) .....	8
Towarzystwo Pomocy Kotom ProFelis .....	9
Fundacja Dla Kobiet dr Monika Łukasiewicz .....	10
Fundacja Zamieszkań .....	11
Stowarzyszenie Opieki Paliatywno-Hospicyjnej im. bł. ks. Kazimierza Sykulskiego w Rudzie Białaczowskiej .....	12
Fundacja Lapigua .....	13
Poważna sprawa .....	13
Czego uczy FMM? .....	14
Galeria „Fundraising Ma Moc <sup>3</sup> ” .....	15
Uczestnicy szkolenia „Fundraising Ma Moc <sup>4</sup> ” .....	19
Fundacja Dom Nazaretański .....	20
Fundacja Mapa Pasji .....	22
Stowarzyszenie Mudita .....	24
Fundacja ks. Jana Kaczkowskiego .....	26
Fundacja Święty Mikołaj dla Seniora .....	28
Ruch Onkologiczny PARS .....	30
Tato.Net - Program Inicjatywa Fundacji Cyryła i Metodego .....	32
Galeria „Fundraising Ma Moc <sup>4</sup> ” .....	34
Fundraising to... ..	39
Zostań członkiem PSF .....	40



ul. Szewska 20/4  
31-009 Kraków

psf@fundraising.org.pl  
tel. +48 698 150 342

KRS 0000256735  
NIP 6782996317  
REGON 120253047



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

# Zwiększanie mocy

**„Fundraising to sport zespołowy”** głosi jedna z zasad obowiązujących w profesjonalnym zbieraniu pieniędzy. I słusznie, bo ciężko w pojedynkę unieść zadania i zmiany, jakie czekają na każdą organizację, która chce zaangażować się w fundraising na poważnie.

W połowie roku 2024 w Polsce jest około 2000 fundraiserów – tyle osób przyznaje się do tego zawodu na portalu LinkedIn. Jeśli przymierzyć tę liczbę do ponad 100 tysięcy organizacji zarejestrowanych w KRS, to od razu widać, że niewiele jest fundacji i stowarzyszeń, które stworzyły stanowisko dla specjalisty od relacji z darczyńcami. Jest ich zaledwie kilkaset. Dlaczego? Być może także dlatego, że wiele z nich próbowało „grać w fundraising” w pojedynkę. I poległo.

Szkolenie „Fundraising Ma Moc” daje uczestnikom – pierwszy raz w ich życiu – posmak pracy w zespole fundraiserów. Wszyscy mają tyle samo czasu i takie same zadania: nauczyć się zasad fundraisingu w ciągu czterech dni oraz przeprowadzić prawdziwą zbiórkę pieniędzy dla swojej organizacji. Wszyscy czują stres, ale od czego są koleżanki i koledzy? I jeszcze mentor, który sam kiedyś przeszedł tę drogę i umie doradzić, żeby nie spalić początku. Rozmowy w grupie, wzajemna obserwacja i motywacja – to coś, czego na co dzień brakuje w organizacjach, a co daje szansę

na przemyślenie i ewentualną zmianę planu, niekiedy uratowanie chwiejącej się zbiórki. Trudno jest czasem odczytać się postawy zosisamosi, alfy i omegi.

24 absolwentów włożyło w ten projekt dużo serca i energii. Zbudowali atmosferę pracy i nauki, która zaowocowała zebranymi funduszami. O tych doświadczeniach opowiada ten specjalny numer Magazynu „Fundraising”. Jest on zapisem początków kariery przyszłych wybitnych fundraiserów. Kapsułą czasu, która pomoże przyszłym badaczom sektora pozarządowego docenić starania pierwszego pokolenia, które wprowadzało do swoich organizacji najlepsze praktyki ekonomii społecznej.

Która organizacja zwiększyła swoją moc dzięki fundraisingowi? Czyje życie się zmieniło? Jakie problemy zostały rozwiązane? Jakie przygody mieli fundraiserzy w czasie spotkań i rozmów z darczyńcami? Poczytajcie, zapraszam do lektury!

*Robert Kawalko  
Prezes Polskiego Stowarzyszenia Fundraisingu*



# Uczestnicy szkolenia „Fundraising Ma Moc”

Fundacja Aktywności i Edukacji Społecznej FAES  
Fundacja Dla Kobiet – dr Monika Łukasiewicz  
Fundacja DOBROCZYNNI  
Fundacja Kwietna  
Fundacja Lapigua  
Fundacja Leroy Merlin  
Fundacja PoMOC ma MOC - Działamy z Pasją!  
Fundacja XXII  
Fundacja Zachód Wschód Wsparcie  
Fundacja Zamieszkani

Fundacja Zielona Przystań  
Klub Inteligencji Katolickiej  
Lokalna Grupa Rybacka Kaszuby  
Stowarzyszenie Opieki Paliatywno-Hospicyjnej  
im. bł. ks. Kazimierza Sykulskiego w Rudzie Bia-  
łaczowskiej  
Stowarzyszenie Pomocy Osobom z Autyzmem  
TPK ProFelis  
Związek Dużych Rodzin Trzy Plus



Fundacja Zachód  
Wschód Wsparcie



Dofinansowano ze środków Fundacji Orlen



# Fundacja Zielona Przystań



**Fundraiser:** Mirosław Biedroń, Jakub Słowik, Justyna Moskał, Marta Kubisztal | [fundacjazp.pl](http://fundacjazp.pl)

**Cel:** Środki na remont łazienek w Środowiskowym Domu Samopomocy

**Wynik:** 6000 zł do sierpnia

Fundacja Zielona Przystań istnieje od marca 2018 roku, od początku dzięki swym członkom, wolontariuszom i osobom zaangażowanym realizując szereg działań społecznych wspierających zdrowie i dobrostan rodzin, osób starszych, przewlekle psychicznie i somatycznie chorych oraz dzieci z trudnościami rozwojowymi. Angażuje się w pomoc osobom bezdomnym, organizuje transporty humanitarne do Ukrainy i promuje lokalne rolnictwo. Poprzez te inicjatywy Fundacja wzmacnia więzi społeczne, promuje zdrowy styl życia i wspiera najbardziej potrzebujących członków społeczności.

Środowiskowy Dom Samopomocy Zielona Przystań w Tarnowie jest jednym z naszych flagowych projektów, który prowadzimy od 2020 roku na zlecenie gminy. Finansowanie pochodzi ze środków przekazanych od Wojewody Małopolskiego. Dom jest przeznaczony dla 60 osób przewlekle psychicznie chorych, cierpiących na choroby otępienne, takie jak Alzheimer, Parkinson, Płąsawica Huntingtona, oraz młodszych osób cierpiących na przewlekle zaburzenia w sferze psychicznej.

Celem kampanii, którą rozpoczęliśmy na FMM, jest zebranie 25 tys. zł na remont łazienek w ŚDS. W trakcie szkolenia zidentyfikowaliśmy potencjalnych darczyńców, po czym skontaktowaliśmy się z trzema firmami, a dwóch darczyńców odwiedziło ŚDS, poznając strukturę i potrzeby. Dbaliśmy o podtrzymywanie nawiązanych relacji z darczyńcami, jak też przeprowadziliśmy rozmowę z pracownikami, przedstawiając im strategię promocji i pozyskiwania funduszy od darczyńców. Równocześnie firma zajmująca się projektowaniem łazienek wykonała dla nas bezpłatnie nowoczesne projekty, uwzględniające potrzeby osób z niepełną sprawnością.

Pracowaliśmy również nad naszą widocznością w internecie. Stale poprawiamy działanie stron internetowych, dodaliśmy przycisk „Wesprzyj Nas” i zawarliśmy porozumienie z operatorem. Założyliśmy i uporządkowaliśmy także media społecznościowe, w tym LinkedIn i Facebook.



Najważniejsza zmiana, jaka w nas zaszła, to zmiana naszego myślenia i postrzegania nas w przestrzeni publicznej. Zrozumieliśmy, że komunikaty o naszej działalności nie mogą być kierowane, jak było to wcześniej, tylko i wyłącznie do naszych beneficjentów, ale również do ogółu społeczeństwa, tym samym ocieplając nasz wizerunek i tworząc podwaliny pod pracę Fundraiser'a.

Uczestnictwo w szkoleniu „Fundraising Ma Moc” zmieniło podejście naszego zespołu do fundraisingu. Uświadomiliśmy sobie, że warto zbierać środki od darczyńców zewnętrznych i promować działania Fundacji. Nauczyliśmy się przede wszystkim najtrudniejszego – prosić o wsparcie. Zwiększyła się nasza aktywność w mediach społecznościowych. Przy okazji bieżącego projektu rozpoczęliśmy także poszukiwanie darczyńców do przygotowanej przez nas kampanii edukacyjnej „Wehikuł czasu”, czyli działań z wykorzystaniem symulatora starości.

Niesamowite jest, że przeglądając w maju internet w poszukiwaniu szkoleń z zakresu pozyskiwania funduszy od darczyńców, nie mogliśmy sobie wyobrazić, że już w sierpniu będziemy instytucjonalnym członkiem Polskiego Stowarzyszenia Fundraisingu i tak mocno zaangażujemy się w fundraising. A to dopiero początek! :)



„Wehikuł czasu” – pocuj świat tak jak czują osoby starsze, osoby niepełnosprawne



## Lokalna Grupa Rybacka Kaszuby

**Fundraiser:** Katarzyna Hering, Bożena Hus | [lgrkaszuby.pl](http://lgrkaszuby.pl)

**Cel:** Organizacja imprezy plenerowej

**Wynik:** 5100 zł oraz materiały na kwotę 4300 zł

KASZUBY



LOKALNA GRUPA RYBACKA

LGR Kaszuby jest stowarzyszeniem, którego misją jest realizowanie i wspieranie wszelkich działań służących dobru mieszkańców obszaru, na którym działamy, wspieranie zrównoważonego rozwoju gospodarczego, społecznego, kulturalnego i edukacyjnego tego terenu, a dodatkowo promowanie kultury kaszubskiej, regionalizmu, tradycji rybackich i edukacji ekologicznej. Nasze działania podejmu-

jemy dwutorowo: realizujemy lokalne strategie rozwoju, m.in. organizując konkursy o dofinansowanie dla przedsiębiorców, JST i NGO, doradzając, konsultując i przeprowadzając przez



każdy etap realizacji projektu, jak też prowadzimy Centrum Promocji i Edukacji w Chmielnie, organizując różnego rodzaju warsztaty, zajęcia, kursy, imprezy kulturalne i realizując projekty.

Celem naszej kampanii była organizacja imprezy plenerowej pt. „Święto Piotra Patrona Rybaków” promującej tradycje rybackie na Kaszubach. W czasie szkolenia FMM podjęliśmy liczne działania dotyczące relacji z potencjalnymi darczyńcami. Przygotowaliśmy dla nich ofertę, wysłaliśmy pisma, jak też nawiązaliśmy kontakty telefoniczne i umówiliśmy spotkania z firmami. Skierowaliśmy także korespondencję do członków Stowarzyszenia. Poza tym uzupełniliśmy stronę internetową o informacje o możliwości przekazania darowizny. W trakcie kursu wykorzystaliśmy już istniejące relacje z przedstawicielami firm oraz nawiązaliśmy nowe. Dzięki tym działaniom pozyskaliśmy 5100 zł oraz materiały na kwotę 4300 zł.

Święto Piotra Patrona Rybaków odbyło się 29 czerwca 2024 roku po raz 8. na placu przy plebanii w Chmielnie. Przedsięwzięcie miało na celu m.in. promowanie gminy Chmielno, języka kaszubskiego oraz edukację kulturalną dzieci i młodzieży. Impreza rozpoczęła się mszą świętą w kościele pw. Św. Apostołów Piotra i Pawła. Atrakcje, które można było spotkać na stoiskach, były skierowane głównie do dzieci, jednak dorośli także mogli znaleźć coś dla siebie. Dla nieco bardziej wymagających smakoszy swoje stanowisko przygotowały KGW Kożyczkowianki oraz KGW Marzębińci, gdzie częstowano wspaniałymi domowymi ciastami oraz goframi. Na tegorocznym Święcie pojawiły się również frytki oraz popcorn dla naszych milusińskich oraz starszych gości. Już tradycyjnie wspaniałą atrakcją okazała się degustacja zupy św. Piotra, którą częstowali ks. Tomasz Rakowski, czyli Prezes i Wiceprezes



Zarządu Stowarzyszenia „Katolickie Dzieło Świętych Apostołów Piotra i Pawła w Chmielnie”, oraz Pan Stanisław Klimowicz – Prezes Zarządu Lokalnej Grupy Rybackiej Kaszuby. Wydarzenie cieszy się tak wielkim zainteresowaniem i chęcią uczestniczenia, że już dziś planujemy 9. edycję imprezy.

Dzięki uczestnictwu w kursie FMM w naszej organizacji zmieniło się podejście do pozyskiwania środków pieniężnych i materiałów z innych źródeł niż dotacje i składki członkowskie. Zmieniła się także świadomość członków Stowarzyszenia i pracowników: uświadomiliśmy sobie, że otwartość i dobre relacje stanowią korzyść nie tylko dla obdarowanego, ale i dla darczyńcy.

## Fundacja Aktywności i Edukacji Społecznej (FAES)



**Fundraiser:** Marcin Cwackliński | [faes.org.pl](http://faes.org.pl)

**Cel:** Zorganizowanie zajęć dla seniorów (5000 zł)

**Wynik:** 3000 zł do sierpnia

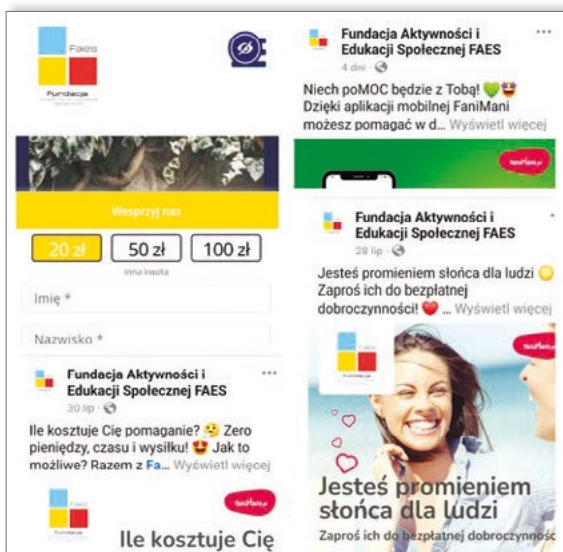
Fundacja Aktywności i Edukacji Społecznej (FAES) została powołana w 2022 roku, działa na terenie Krakowa oraz pow. krakowskiego i prowadzona jest przez pasjonatów kreowania przestrzeni rozwoju aktywności społecznej seniorów. Fundacja powsta-

ła na podstawie doświadczeń nieformalnej grupy SENIOR PLUS, która funkcjonowała od 2018 roku jako inicjatywa oddolna wsparcia sąsiedzkiego dla osób starszych i samotnych. W wyniku doświadczeń związanych z pandemią COVID-19 i zapotrzebowa-



nia na wsparcie dla seniorów o charakterze ciągłym podjęto decyzje o zawiązaniu fundacji, która w sposób zorganizowany mogłaby wykorzystać potencjał społeczny swoich sympatyków.

W ramach szkolenia „Fundraising Ma Moc” nasza Fundacja podjęła się zbiórki środków na zorganizowanie zajęć dla seniorów mieszkających na terenie Bielan w Krakowie. W tej dzielnicy brakuje miejsc, w których seniorzy mogliby angażować się w różnorodne aktywności społeczne, rekreacyjne i edukacyjne. Dlatego naszym celem jest stworzenie cyklu zajęć, które będą dostosowane do potrzeb i za-



interesowań starszych mieszkańców, jak warsztaty artystyczne, zajęcia ruchowe, spotkania edukacyjne oraz gry i zabawy integracyjne. Uważamy ten cel za ważny, ponieważ aktywne spędzanie czasu jest kluczowe dla zdrowia fizycznego i psychicznego seniorów. Regularne uczestnictwo w zajęciach sprzyja poprawie samopoczucia, rozwijaniu pasji oraz budowaniu relacji międzyludzkich. Organizowane przez nas zajęcia mają na celu przeciwdziałanie izolacji społecznej, której często doświadczają osoby starsze, oraz integrację lokalnej społeczności.

W trakcie FMM przygotowaliśmy na stronie internetowej wtyczkę do wpłat oraz wtyczkę FaniMani. Opublikowaliśmy dwa posty z linkiem polecającym z FaniMani na naszym Facebooku oraz wysłaliśmy informacje na wewnętrznej grupie na WhatsApp, która skupia prawie 300 osób. Zorganizowaliśmy także spotkanie w Szkole Podstawowej nr 48 w Krakowie, podczas którego Prezes Zarządu Fundacji FAES spotkał się z dwoma radnymi dzielnicowymi oraz 30 seniorami. Obecnie dalej zbieramy środki, aż do osiągnięcia zakładanego pułapu 5000 zł. Zajęcia planujemy rozpocząć z początkiem października 2024 roku.

Dzięki uczestnictwu w kursie zmieniło się nasze podejście do zbierania funduszy przede wszystkim od osób prywatnych. Nastąpiła również, 0 widoczna zmiana na stronie internetowej, na której została aktywowana możliwość dokonywania wpłat.

## Towarzystwo Pomocy Kotom ProFelis

**Fundraiser: Marta Milczewska | tpkprofelis.pl**

**Cel:** Zebranie funduszy na projekt i druk kalendarza na 2025 rok

**Wynik:** 2176 zł



TPK ProFelis jest organizacją non-profit, której misją jest ratowanie, leczenie i znajdowanie nowych domów dla bezdomnych kotów. Stowarzyszenie działa na zasadzie wolontariatu i finansuje swoją działalność wyłącznie z darowizn i dochodów ze sprzedaży różnorodnych produktów charytatywnych.

Celem kampanii, którą rozpoczęliśmy podczas szkolenia FMM, jest zebranie funduszy na wydanie kalendarza na 2025 rok, który będzie zawierał 12 fotografii kotów uratowanych przez TPK ProFelis. Całkowity dochód ze sprzedaży będzie przeznaczony na pomoc kolejnym bezdomnym kotom w potrzebie znajdującym się pod naszą opieką. By osiągnąć ten cel,

potrzebujemy uzyskać wsparcie na projekt graficzny, druk oraz dystrybucję kalendarza. Chcemy również, by kampania stała się okazją do podniesienia świadomości społecznej na temat problemów bezdomnych kotów i edukacji dotyczącej odpowiedzialnej opieki nad kotami.

Promujemy naszą kampanię poprzez kilka kanałów. Po pierwsze, aktywnie działamy w mediach społecznościowych, jak Facebook i Instagram (publikujemy m.in. posty, zdjęcia, filmy z kotami będącymi podopiecznymi TPK ProFelis). Po drugie, utworzyliśmy dedykowaną sekcję na stronie ProFelis z informacjami o kampanii, możliwością zakupu

kalendrza i Zrzutka.pl, o której poinformowaliśmy stałych darczyńców. Po trzecie, organizujemy kiermasze charytatywne, dając się poznać społeczności lokalnej.

W trakcie FMM zorganizowaliśmy kiermasz charytatywny w kawiarni Miao Cafe, podczas którego można było kupić biżuterię i breloczki z kociej sierści wykonane przez Prezeskę Zarządu TPK ProFelis. Kiermasz spotkał się z pozytywnym odbiorem ze strony klientów kawiarni, którzy byli zachwyceni oryginalnymi wyrobami z kociej sierści, chwając pomysłowość i jakość wykonania. Dzięki temu wydarzeniu nie tylko zebraliśmy część funduszy (1475 zł), ale również zwiększyliśmy świadomość na temat naszej misji wśród miłośników kotów. Planujemy sprzedaż naszego kalendarza w Miao Cafe.



Kurs „Fundraising Ma Moc” pokazał nam, jak ważne jest szczegółowe planowanie każdego etapu kampanii, by wszystko przebiegło sprawnie i efektywnie, transparentność działań i budowanie zaufania wśród darczyńców. Odkryliśmy też wartość storytellingu: historie uratowanych przez nas kotów potrafiły autentycznie zainteresować potencjalnych darczyńców pomóc w nawiązaniu z nimi relacji.

## Fundacja Dla Kobiet dr Monika Łukasiewicz



**Fundraiser:** Ewa Ratajczak-Rebelak | [dlakobiet.org.pl](http://dlakobiet.org.pl)

**Cel:** Pozyskanie 100 tys. zł na realizację projektu ASK

**Wynik:** 3 ekspertki do projektu, umówione spotkania

Co druga kobieta lecząca się na raka piersi odczuwa spadek jakości życia zarówno w trakcie terapii, jak i po jej zakończeniu. Dotyczy to również sfery intymnej – u ok. 30% kobiet leczenie onkologiczne ma negatywny wpływ na relacje w związku. Przygotowując projekt ASK (Architekt Seksualności onkoKobiet), nasza Fundacja chce dać onkopacjentkom i ich partnerom narzędzie, by ich relacja w trakcie i po leczeniu była nawet silniejsza niż wcześniej. Dzięki ASK pacjentki otrzymają odpowiedzi na wszystkie swoje pytania od specjalistów: onkopsychologów, psychiatrów i seksuologów, jak też od innych kobiet w podobnej sytuacji.

Celem kampanii fundraisingowej, którą rozpoczęliśmy na szkoleniu „Fundraising Ma Moc”, jest pozyskanie środków na naszą inicjatywę, na edukację i osvajanie seksualności również w trakcie choroby onkologicznej. Podczas kursu opracowałyśmy projekt – wcześniej nie wiedziałyśmy, jakie działania możemy prowadzić. Doprecyzowałyśmy szczegóły, np. jakich ekspertów chcemy zaprosić do projektu,

jakie będą kryteria udziału w nim pacjentek. Ważnym elementem było przygotowanie prezentacji ASK oraz pomysłu na jego komunikację, by przekaz był skuteczny i nie wulgarny. Oprócz tego założyłyśmy profil na FaniMani.pl i opublikowałyśmy informację o takiej możliwości wsparcia FDK w naszych mediach społecznościowych.





FUNDACJA DLA KOBIEC  
Dr Małgorzata Łukasiewicz



## Projekt ASK w skrócie

**180** - to liczba konsultacji jakie wybrani specjaliści przeprowadzą z OnkoKobietami.

**30** - to liczba uczestniczek projektu.

**12 miesięcy** to czas realizacji projektu

**Konsultacje** będą odbywały się **online** a projekt będzie dotyczył **kobiet z całej Polski**.

**6 spotkań 5 osobowych grup wsparcia** z udziałem psychoonkologa.

Do dziś pozyskałyśmy do współpracy 3 specjalistki, które będą konsultowały uczestniczki projektu ASK. Mamy umówione spotkania w Holenderskiej oraz Szwajcarskiej Izbie Gospodarczej. Prowadzimy rozmowy z marką bielizny dla kobiet Plus Size w sprawie współpracy.

Największą zmianą, którą zawdzięczamy szkoleniu, jest to, że zaczęłyśmy prosić o wsparcie, czego wcześniej nie robiłyśmy. Mamy również opracowany zarys pro-

jektu, tworzymy i wdrazamy plan jego realizacji, jak też pozyskałyśmy osoby do współpracy. FMM nauczył nas, że potrzebujemy nie tylko budżetu na działalność statutową, lecz również projektu do zrealizowania, którego efektami będziemy mogły się pochwalić. Zaczynamy traktować Fundację jak biznes. Odnotowałyśmy także, że należy przygotować umowy sponsorskie dla darczyńców i ekspertów zaangażowanych w projekt, a wszystkie ustalenia potrzebują potwierdzenia pisemnego.

## Fundacja Zamieszkani



**Fundraiser: Jakub Garnis | zamieszkani.org.pl**

**Cel:** Dostosowanie mieszkania do potrzeb dwóch osób (5000 zł)

**Wynik:** 2000 zł

Misją naszej Fundacji jest zapewnienie bezpiecznego miejsca i wspieranie potrzebujących osób w procesie wychodzenia z bezdomności, zdrowienia i odzyskania swojego życia. Jesteśmy przekonani, że każdy człowiek ma prawo do bezpiecznego miejsca, które może nazwać domem.

Mysząc o kampanii, którą chcielibyśmy zrealizować podczas szkolenia „Fundraising Ma Moc”, podjęliśmy decyzję o przeprowadzeniu zbiórki dla jednej z naszych podopiecznych. Milena to młoda dziewczyna, która obecnie mieszka w mieszkaniu przejściowym wraz ze schorowaną mamą. Oczekują na przeprowadzkę do przydzielonego mieszkania socjalnego. Niestety mieszkanie (kawalerka) nie będzie przystosowane do zamieszkania dla dwóch osób, w tym jednej starszej i chorej. Naszą zbiórką chcieliśmy

zdobyć fundusze na przystosowanie mieszkania dla obu pań, polegające na postawieniu ścianki działowej w pokoju oraz dostosowanie łazienki do starszej osoby. Koszt powyższych prac wynosi 5000 zł.

W celu zebrania funduszy założyłem zbiórkę na portalu Zrzutka.pl. Przygotowane zostały grafiki do komunikacji w mediach społecznościowych oraz teksty do informowania o zbiórce. Po stworzeniu zrzutki przeprowadziłem tajną zbiórkę pomiędzy moimi kontaktami za pomocą Messengera. Przygotowałem również ogólny tekst wiadomości z prośbą o wpłatę, którą rozesłałem zespołowi, aby oni rozesłali to swoim kontaktom. Dzięki tajnej zbiórce uzbieraliśmy 500 zł. Po tym została ogłoszona jawna zbiórka. Wykorzystany również został aspekt moich urodzin, dzięki czemu mogłem poprosić znajomych o wpłatę

na założoną przeze mnie zbiórkę. Nie wszyscy darczyńcy korzystali z form zbiórki na zrzutce. Część z nich wpłacała przez formularz na stronie Fundacji.

Wszystkie podjęte działania zostały wykonane w ramach standardowego wynagrodzenia, dlatego oprócz poświęconego czasu nie zostały poniesione większe koszty. Dzięki podjętym działaniom zebraliśmy ze wszystkich kanałów 2000 zł. Zbiórka jest prowadzona dalej. Czekamy również na zakończenie podstawowych prac remontowych, które prowadzone są przez Zakład Gospodarowania Nieruchomościami. Po zakończeniu tych prac będziemy mogli podjąć nasze działania adaptacyjne mieszkania dla Mileny i jej mamy.

Dzięki uczestnictwu w kursie poznałem mechanizmy fundraisingowe, które będę mógł stosować w zbiorce funduszy dla naszej Fundacji. Dowiedziałem



się również, jakimi kryteriami się kierować, aby zatrudnić profesjonalnego fundraisera, i jak egzekwować od niego pracę. Dzięki zajęciom praktycznym mogłem bardziej się otworzyć w komunikacji międzyludzkiej i nauczyć się, jak mówić krótko, ale treściwie. Bardzo dużo dały mi także indywidualne konsultacje z Olgą Fiedorowicz, za które bardzo dziękuję.

## Stowarzyszenie Opieki Paliatywno-Hospicyjnej im. bł. ks. Kazimierza Sykulskiego w Rudzie Białaczowskiej



**Fundraiser:** Agnieszka Banasik, Agnieszka Lasota, Edyta Więckowska, Patryk Więckowski | [hospicjumsykulski.pl](http://hospicjumsykulski.pl)

**Cel:** Pozyskanie blachy na pokrycie dachu

**Wynik:** Materiały na kwotę 3900 zł

Hospicjum, które prowadzimy, to żywa Wspólnota jednocząca wolontariuszy, chorych i ich rodziny. Nasze Stowarzyszenie zrzesza ludzi z różnych środowisk, mamy różne wykształcenie, talenty i możliwości, lecz łączymy się we wspólnym dziele służby tym, których życie, za sprawą nieuleczalnej choroby, zbliża się do końca. Chorzy doświadczają bezmiaru cierpienia fizycznego, ale też i duchowego: strachu, osamotnienia, niespełnienia. Bliscy również współcierpią razem z nimi, ale często nie są w stanie pomóc. Towarzysząc chorym i czuwając przy nich w naszym hospicjum, często jesteśmy świadkami cuda przemiany. Strach ustępuje ukojeniu, osamotnienie – odzyskaniu jedności z rodziną, a osaczenie przez chorobę – pełnemu godności zakończeniu życia.

Kampania fundraisingowa, którą zrealizowaliśmy podczas szkolenia „Fundraising Ma Moc”, polegała na pozyskaniu blachy od Firmy PRUSZYŃSKI na wymianę pokrycia dachu budynku hospicjum. W tym celu przygotowaliśmy maila z prośbą o darowiznę rzeczową – blachę. Nasza prośba spotkała się z pozytywnym od-

zewem, nawiązaliśmy relację z darczyńcą i uzyskaliśmy potrzebne materiały na kwotę 3900 zł. Doświadczenie z tą kampanią nauczyło nas, jak kontaktować się z darczyńcami, uzgadniać szczegóły przekazania wsparcia i podpisywać umowy o darowiznie.



# Fundacja Lapigua

Fundraiser: Natalia Yavorska | lapigua.org

Cel: Środki na dom samotnych matek

Wynik: 3000 zł



Fundacja Lapigua jest organizacją non profit pomagającą uchodźcom z Ukrainy, zarówno w krótko-, jak i długoterminowej perspektywie, założona przez małżeństwo Stefanie Bogaerts i Radka Hojdę. Stefanie jest z zawodu tłumaczką, a Radek jest managerem rodzinnej firmy handlowej. Mieszkają w Zamościu, ok. 50 km od granicy z Ukrainą, i Radek ma wielu przyjaciół i partnerów biznesowych w tym kraju. Gdy więc wybuchła wojna na Ukrainie, małżeństwo postanowiło działać na rzecz potrzebujących sąsiadów.

Celem naszej kampanii było zebranie funduszy na rzecz domu samotnych matek w Połtawie

(Ukraina) poprzez organizację kiermaszu charytatywnego. Została skompletowana grupa wolontariuszy, którzy wykonali różnego rodzaju rękodzieła oraz przygotowali słodkości. Część zakupów została pokryta z grantów, za darmo otrzymaliśmy miejsce na organizację kiermaszu. W trakcie dwóch kiermaszów zebraliśmy ok. 3000 zł. Praca przy tej kampanii przyniosła nam satysfakcję z okazywania pomocy samotnym, potrzebującym matkom, jak też była okazją do nauki koordynowania ludzi oraz rozwijania umiejętności rozwiązywania rozmaitych problemów.

## Poważna sprawa



**Fundacja Zielona Przystań stała się członkiem Polskiego Stowarzyszenia Fundraisingu! 1 sierpnia 2024 roku w Tarnowie prezes PSF Robert Kawałko wręczył zespołowi Fundacji dyplom członkowski. To jeden z najważniejszych owoców kursu „Fundraising Ma Moc”.**

Zielona Przystań tętni życiem. Kilkunastoosobowa ekipa przyjmuje codziennie dużą grupę seniorów z różnymi niepełnosprawnościami, by umilić im życie i stworzyć atmosferę pobudzającą do działania. Fundacja prowadzi też centrum medyczne, do którego można przyjść na rehabilitację, przygotować się do porodu czy wykonać badania neurologiczne. Co ciekawe, wśród beneficjentów jest też młodzież, która ma szansę przekonać się, z jakimi wyzwaniem mierzą się seniorzy. Służy do tego nabyty niedawno kostium obciążeniowy.

Dotacje od miasta i wojewody nie dają – jak to zwykle bywa – żadnego marginesu na rozwój, więc prezes Jakub Słowik zainteresował się fundraisingiem, zobaczył w nim szansę. Dlatego wysłał już cztery osoby, w tym siebie, na szkolenia ze zbierania funduszy i teraz razem z Martą, Justyną i Mirkiem układają nowy plan relacji z darczyńcami. Zapadła też decyzja, że od 1 września Marta zamieni stanowisko terapeuty na fundaisera. Cały zespół Fundacji deklaruje, że będzie ją wspierał, aby ta misja zakończyła się sukcesem.

W tej atmosferze, pełnej motywacji i wiary w dobrą przyszłość, Zielona Przystań staje się członkiem PSF,

a Tarnów zyskuje przedstawicielstwo naszego Stowarzyszenia. Być może niedługo otwarty zostanie, wzorem kilkunastu innych miast, Tarnowski Klub Fundaisera. To oczywiste, że Zielona Przystań traktuje fundraising poważnie i daje dobry przykład innym organizacjom.

Życzymy Wam sukcesów w rozwijaniu fundraisingu i służbie seniorom!



## Czego uczy FMM?

**S**zkolenie FMM obfituje w wiedzę i doświadczenie. Kontakt z profesjonalistami oraz poprowadzenie własnej kampanii fundraisingowej – czasem pierwszej w życiu, przynajmniej w takiej formie – podaje taki zastrzyk wiadomości, że ujęcie odpowiedzi na pytanie „Czego myśmy się nauczyli?” w kilku zdaniach jest nie lada zadaniem. Niemniej uczestnicy poradzili sobie również z nim:

- Jak nie poproszę o wsparcie, to go nie dostanę.
  - Emocjonalne i autentyczne historie przyciągają uwagę i budują więź z darczyńcami, co przekłada się na większe zaangażowanie i wsparcie finansowe.
  - Fundraising pozwala tworzyć takie projekty, których efektami będziemy mogli się pochwalić.
  - Przeprowadzenie pierwszej kampanii zwiększyło naszą pewność siebie i nauczyło głośnego wyrażania swoich potrzeb.
  - Transparentność działań i budowanie zaufania wśród darczyńców są niezwykle ważne.
  - Pokazując nasze działania w sposób ciekawy, potrafimy znaleźć darczyńców, którym my z kolei dajemy poczucie radości dawania.
  - Nauczyliśmy się, że trzeba prosić pieniądze na konkretny cel.
  - Każde działanie wymaga starannego zaplanowania, aby wszystko przebiegło sprawnie i efektywnie.
  - Wszystko – dosłownie wszystko – jest możliwe!
- Nie są to puste słowa ani górnolotne frazesy, lecz wypowiedzi uczestników, którzy dzięki szkoleniu

umiejętnie postawili cele w swoich organizacjach, rozsądnie opracowali kampanie fundraisingowe, konsekwentnie realizowali zaplanowane działania – i osiągnęli zamierzony skutek. Nie była to kwestia przypadku, żadne „udało się” czy „jakoś to poszło”, tylko naturalny owoc poważnego potraktowania budowania relacji z darczyńcami oraz zdecydowanego wdrażania uzyskanej wiedzy. Każda z tych kampanii ma szansę stać się początkiem wciągającej i wspaniałej opowieści o zmienianiu świata. W tym numerze zaczynamy je szkicować...



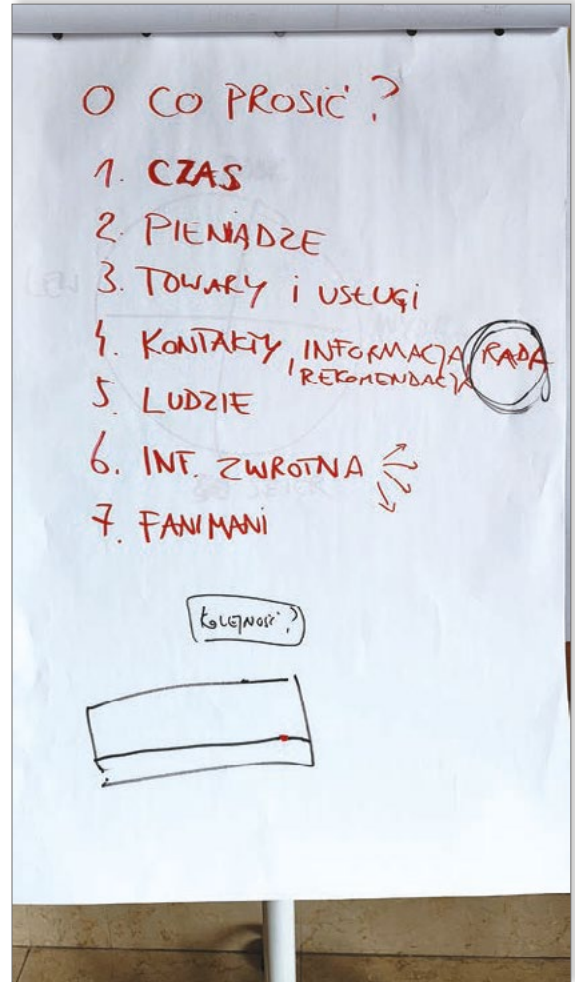
## Galeria „Fundraising Ma Moc<sup>3</sup>”











# Uczestnicy szkolenia „Fundraising Ma Moc<sup>4</sup>”

Polskie Amazonki Ruch Społeczny  
 Fundacja Mapa Pasji  
 Stowarzyszenie Mudita  
 Koło Lubińskie Towarzystwa Pomocy im. Św. Brata Alberta  
 Fundacja im. ks. Jana Kaczkowskiego  
 Fundacja Święty Mikołaj dla Seniora  
 Towarzystwo Więż  
 Tato Net - Fundacja Cyryla i Metodego  
 Podkarpackie Stowarzyszenie dla Aktywnych Rodzin  
 ABCXXI Cała Polska czyta dzieciom  
 Stowarzyszenie Po MOC dla Kobiet i Dzieci im. Marii Niepokalanej  
 Dolnośląska Fundacja na rzecz Pieczy Zastępczej „Przystanek Rodzina”  
 Fundacja Dom Nazaretański



WIEŻ



# Fundacja Dom Nazaretański

**Fundraiser:** Fundacja Dom Nazaretański - Kampania na rzecz Centrum Wsparcia Rodzin

**Cel:** Pozyskanie środków na rozwój Centrum Wsparcia Rodzin, obejmującego wsparcie online oraz fizyczny ośrodek dla rodzin.

**Wynik:** Zebrano kwotę 10 000 zł, osiągnięto wzrost rozpoznawalności fundacji, zyskano nowych darczyńców i wolontariuszy, a także przyjęto nowego pracownika.



## Opis celu

Naszym głównym celem w tej kampanii było pozyskanie środków na rozwój Centrum Wsparcia Rodzin. Centrum ma działać w dwóch wymiarach: jako wsparcie online, umożliwiające rodzinom z całego kraju dostęp do doradztwa i pomocy specjalistów, oraz jako budynek – fizyczny ośrodek, gdzie rodziny będą mogły korzystać z warsztatów, rekolekcji, terapii i konsultacji rodzinnych. Celem długoterminowym jest, aby Centrum Wsparcia Rodzin stało się miejscem kompleksowej pomocy rodzinom na różnych etapach życia, wzmacniając ich więzi i pomagając w rozwiązywaniu codziennych wyzwań.

## Opis działań i ich wynik

Kampania opierała się na działaniach online i offline. Wykorzystywaliśmy nasze kanały w mediach społecznościowych oraz wydarzenia organizowane przez fundację, takie jak Rekolekcje dla Kobiet.

Online: Regularne posty, relacje i kampanie na Facebooku oraz e-maile kierowane do potencjalnych darczyńców, w których opisywaliśmy misję fundacji oraz cel kampanii.

Offline: Spotkania na żywo i prezentacje podczas rekolekcji oraz bezpośrednia rozmowa z uczestniczkami o naszych działaniach. Przedstawialiśmy historię fundacji, cele i plany rozwoju Centrum Wsparcia Rodzin, co wzbudzało zainteresowanie oraz zaufanie do naszej działalności.

Wynikiem tych działań było zebranie kwoty 10 000 zł, co jest ważnym krokiem w kierunku osiągnięcia naszych długoterminowych celów.

## ROI (zwrot z inwestycji)

Ze względu na ograniczone zasoby, inwestycja w kampanię była minimalna. W głównej mierze wykorzystaliśmy istniejące zasoby oraz pracę zespołu i wolontariuszy, co pozwoliło na niskie koszty realizacji. Kampania przyniosła pozytywny zwrot z inwestycji, ponieważ każda złotówka przeznaczona na działania promocyjne i organizacyjne przyciągnęła nowe wpłaty, dając znacznie większy wynik finansowy.

Ponadto, kampania nie tylko przyniosła bezpośrednie wsparcie finansowe, ale także zwiększyła naszą rozpoznawalność i zasięg, co przekłada się na przyszłe korzyści finansowe. Dzięki zdobytemu zaufaniu i rosną-



cemu gronu darczyńców ROI tej kampanii obejmuje nie tylko zebraną kwotę, ale także wartościowy kapitał społeczny, który posłuży w kolejnych zbiórkach.

### Co się zmieniło w organizacji?

Dzięki kampanii udało nam się przyjąć nowego pracownika, co pozwala na bardziej efektywną organizację działań i lepsze zarządzanie projektami. Wzrosły także nasze zasięgi – fundacja zyskała nowych obserwujących i sympatyków, którzy śledzą nasze działania online. Zainteresowanie naszymi działaniami przyciągnęło również nowych wolontariuszy, którzy wspierają fundację w różny sposób, np. pomagając przy organizacji wydarzeń, prowadzeniu konferencji czy tworzeniu materiałów promocyjnych.

Dzięki kampanii umocniliśmy nasz kapitał ludzki, społeczny i finansowy. Współpracując z wolontariuszami, mamy możliwość oferowania większej liczby działań bez znacznych kosztów, co w dłuższej perspektywie pozwoli na dalsze rozbudowanie oferty wsparcia dla rodzin.

### Czego nas nauczyło?

Kampania nauczyła nas wielu nowych aspektów pro-

wadzenia działań fundraisingowych:

**Skuteczniejsza komunikacja:** Zrozumieliśmy, jak ważna jest jasność przekazu i przedstawianie misji fundacji w sposób, który bezpośrednio angażuje i inspirowa darczyńców. Dzięki temu poprawiliśmy sposób, w jaki mówimy o naszej misji, co pomogło w lepszym dotarciu do potencjalnych darczyńców.

**Zrozumienie odbiorców:** Nauczyliliśmy się, że nasi darczyńcy poszukują transparentności i konkretów dotyczących tego, jak ich wsparcie przyczyni się do zmiany. Wiemy teraz, że najlepiej sprawdzają się bezpośrednie rozmowy i autentyczne historie o wpływie działań fundacji na życie rodzin.

**Nowe techniki fundraisingowe:** Testowaliśmy różne podejścia, zarówno w mediach społecznościowych, jak i podczas wydarzeń na żywo, co pozwoliło nam na zrozumienie, które metody są najbardziej skuteczne. Zebraliśmy cenne doświadczenia, które pomogą nam w prowadzeniu kolejnych kampanii.

Dzięki tej kampanii mamy solidne podstawy do dalszych działań i wiemy, jakie kroki są konieczne, aby zrealizować nasz główny cel, jakim jest utworzenie Centrum Wsparcia Rodzin.



# Fundacja Mapa Pasji

**Fundraiser:** Fundacja Mapa Pasji - Program „Questy - Wyprawy Odkrywców”

**Cel:** Uzyskanie stałych wpłat w wysokości 10 000 zł miesięcznie na pokrycie kosztów aktualizacji questów, w tym modyfikacji tras, zmian treści ulotek i aplikacji, oraz naprawy lub zakupu skarbów.

**Wynik:** ROI wyniósł 400%.



## Opis celu

Uzyskanie stałych wpłat w wysokości 10 000 zł miesięcznie w celu pokrycia kosztów aktualizacji questów (modyfikacji trasy w przypadku zmieniającego się otoczenia, zmiany treści na ulotkach i w aplikacji, naprawy/zakupu skarbów).

## Opis działań i ich wynik

Dotychczas przeprowadziliśmy analizę strony internetowej Fundacji Mapa Pasji oraz strony internetowej programu „Questy - Wyprawy Odkrywców”, w wyniku której zauważyliśmy konieczność zmian:

1. Zmianę komunikacji na prostszą, bardziej dostosowaną do odbiorcy, 2. Wykorzystywanie zdjęć z naszej działalności, 3. Skrócenie drogi potencjalnego darczyńcy do zrealizowania wpłaty, 3. Komunikowanie o problemach fundacji, 4. Komunikacja o problemach, które już rozwiązaliśmy (bezpłatna oferta edukacyjna, krajoznawcza dla osób, które nie mają możliwości skorzystania z płatnych rozwiązań,

zachowywanie dziedzictwa kulturowego, budowanie rodzinnych relacji).

Do sklepu fundacyjnego wprowadziliśmy okolicznościowe artykuły, z których dochód przeznaczony jest na pokrycie kosztów aktualizacji questów.

Podczas wydarzeń w Krakowie, Raciborzu i Szczawnicy (inauguracja questów, stoisko na Redyku Jesiennym w Szczawnicy i Festiwalu Podróżniczym „Wiatraki”) większy nacisk kierowaliśmy na informowanie o możliwościach i sposobach wspierania programu poprzez wpłaty, a także na wyzwaniach (problemach?), które generuje posiadanie oferty 1000 bezpłatnych i bezobsługowych gier terenowych.

W ciągu miesiąca dwukrotnie wysłaliśmy newsletter do osób korzystających z questów (baza 4500 osób), w których jaśniej informowaliśmy o potrzebie regularnego wspierania finansowego programu „Questy - Wyprawy Odkrywców”.

**ROI - 400%**





**Co zmieniło się w organizacji? (kap. ludzki – społeczny – finansowy)**

Pracownicy zajmujący się kampanią pogłębili wiedzę o systemie CRM i zakresie jego użytkowania w celu ułatwienia nawiązania i utrzymywania kontaktu z lokalnymi przedsiębiorcami działającymi w miejscach, gdzie questy wymagają uaktualnienia.

Położyliśmy nacisk na prostszą komunikację do odbiorców. Ale też wyrażającą prośbę o wpłaty na konkretny cel, rozwiązujący wskazane problemy społeczne. Komunikaty, że program Questy-Wyprawy Odkrywców jest największą siecią gier terenowych w Polsce. Gier bezpłatnych, ale wymagających utrzymania i stałej opieki (serwis tras, skarbów - pojemników finałowych).

Publikacja dokumentu skierowanego do darczyńców zawierającego atrakcyjne i przystępne sprawozdanie z działalności Fundacji Mapa Pasji.

Fundacja zyskuje (kampania trwa) dodatkowe finansowanie na zatrudnienie pracownika zajmującego się koordynacją serwisowania questów.

**Czego mnie to nauczyło?**

Należy zmienić komunikację, ponieważ nie jest ona jasna dla osoby, która wcześniej nie spotkała się bezpłatnymi grami terenowymi, uprościć stronę internetową, umożliwić prostszą realizację wpłat.

Nauczyliśmy się, że gdy nie mówimy jasno o problemach Fundacji Mapa Pasji, nie dajemy sobie szansy na otrzymanie pomocy.

# Stowarzyszenie Mudita

**Fundraiser:** Stowarzyszenie Mudita | [mudita.org.pl](http://mudita.org.pl)

**Cel:** Wsparcie rodzin osób z niepełnosprawnościami dotkniętych powodzią

**Wynik:** 120 000 zł (Polska Akcja Humanitarna: 70 000 zł, Fundacja Valores: 50 000 zł)



## Opis celu

Celem kampanii było wsparcie rodzin osób z niepełnosprawnościami, które ucierpiały w wyniku powodzi. Środki pozyskane od Polskiej Akcji Humanitarnej oraz Fundacji Valores zostały przeznaczone na rozszerzenie działań pomocowych Stowarzyszenia Mudita, w tym na rozwój infolinii oraz zatrudnienie asystentów terenowych wspierających poszkodowanych.

Szczegółowe działania, na które pozyskano środki:

Rozszerzenie infolinii pomocowej Mudity — infolinia dostępna od poniedziałku do piątku w godzinach 10-18, oferując wsparcie informacyjne i psychologiczne dla rodzin z terenów powodziowych.

- Zatrudnienie asystentów wsparcia terenowego — asystenci zostali skierowani na najbardziej do-

tknięte powodzią obszary, wspierając osoby opiekujące się osobami z niepełnosprawnościami.

- Wsparcie emergency - dostawy żywności, leków oraz innych niezbędnych artykułów, dostosowanych do specyficznych potrzeb OzN.
- Telefon zaufania: Zespół psychologów wspiera w radzeniu sobie z traumą oraz innymi problemami emocjonalnymi związanymi z utratą domu, zdrowiem bliskich itd.

## Opis działań i ich wynik

1. Nawiązanie kontaktu z Polską Akcją Humanitarną oraz Fundacją Valores. Rozmowy zakończone podjęciem współpracy:

- Polska Akcja Humanitarna - wsparcie finansowe w wysokości 70 000 zł ze wstępną chęcią przedłużenia współpracy oraz rozszerzenia finansowania.





- Fundacja Valores - wsparcie finansowe w wysokości 50 000 zł
2. Nawiązanie kontaktu z firmą Rothschild and Co w celu pozyskania funduszy na Turnusy Wytchnieniowe dla powodziarzy. Rozmowy w toku.

**ROI - 700%**

Co się zmieniło w organizacji?

- Kapitał ludzki — zwiększyła się liczba wolontariuszy oraz pracowników wspierających osoby potrzebujące na terenach powodziowych.
- Kapitał społeczny — wzrosła świadomość wśród lokalnych społeczności na temat działań Mudity, co przełożyło się na zwiększone zainteresowanie pomocą oraz wsparciem osób z niepełnosprawnościami.
- Kapitał finansowy — dodatkowe środki pozyskane z kampanii umożliwiły rozbudowę zasobów i umożliwiły szybkie działanie w sytuacjach kryzysowych.

### Czego mnie to nauczyło?

Dzięki nawiązanym współpracom zobaczyliśmy, jak kluczowe jest partnerstwo przy realizacji działań pomocowych na dużą skalę. Wspólne zasoby i wiedza pozwoliły na szybsze i bardziej efektywne dotarcie do osób w potrzebie. Partnerstwa te pokazały, jak ważne jest tworzenie długotrwałych relacji opartych na wzajemnym zaufaniu i wspólnych priorytetach.

Wierzmy, że współpraca ta może zaowocować kolejnymi inicjatywami, które będą miały równie duży wpływ na życie naszych beneficjentów.



**Stowarzyszenie Mudita**  
16 października

Ruszyliśmy z projektem kompleksowego wsparcia dla rodzin osób z niepełnosprawnościami, które ucierpiały na skutek powodzi na południu Polski.

Nasza bezpłatna infolinia udziela informacji na temat dostępnej pomocy, kieruje osoby w potrzebie do odpowiednich instytucji oraz wspiera w załatwianiu niezbędnych formalności.

Telefon: +48 539 866 471

Wyświetl więcej

## INFOLINIA

oferująca wsparcie dla powodziarzy z niepełnosprawnością i ich rodzin

# 539 866 471

PONIEDZIAŁEK - PIĄTEK  
10:00 - 18:00

26 8 komentarzy 93 udostępnienia

### Jak pomagać osobom z niepełnosprawnościami dotkniętym powodzią?

7 kluczowych aspektów

Stowarzyszenie Mudita

#### Zapewnienie dostępu do odpowiednich środków transportu

Ewakuacja z uwzględnieniem potrzeb zdrowotnych

+

Wsparcie psychologiczne

+

Pomoc sąsiedzka

+

# Fundacja ks. Jana Kaczkowskiego

**Fundraiser:** Fundacja ks. Jana Kaczkowskiego | [garujemyrelacje.pl](http://garujemyrelacje.pl)

**Cel:** Zebranie środków na adaptację Stacjonarnej Warsztatowni PAKA w Sopocie

**Wynik:** 70 000 zł, w tym 50 000 zł z kampanii social media i 20 000 zł ze spotkań fundraisingowych, kampania w toku



## Opis celu

Adaptacja Stacjonarnej Warsztatowni PAKA w Sopocie.

Miejsca dla młodych ludzi, gdzie odbywać się będą warsztaty z komunikacji i budowania dobrych relacji oraz wspólnego #garowania - gotowania pod okiem fundacyjnego szefa kuchni - Patryka Galewskiego, który został uratowany przez ks. Jana Kaczkowskiego.

## Opis działań i ich wynik

Opis działań:

- nowa odsłona kampanii #GARUJEMY DOBRE RELACJE w social mediach i na Google Ad Grants (pozyskanie nowych darczyńców indywidualnych)
- przygotowanie oferty współpracy przy adaptacji STACJONARNEJ WARSZTATOWNI PAKA dla 2 firm w Trójmieście,
- 2 spotkania fundraisingowe,

- działania wspierające kampanię #GARUJEMY DOBRE RELACJE: rozpoczęcie działań SEO, przygotowanie eventu charytatywnego - #3 Charytatywnego Garowania - kolacji, z której cały dochód przeznaczony zostanie na działania związane z adaptacją lokalu PAKA

## Wynik

- kampania w social mediach: 50 000 zł
- spotkania fundraisingowe: 20 000 zł pozyskane + oczekiwanie na decyzję dotyczącą wysokości wsparcia finansowego od kolejnego sponsora,
- liczba nowych darczyńców: 398

**ROI** - 944%

## Co się zmieniło w organizacji?

- kapitał ludzki: Ustalenie podziału kompetencji i obowiązków wśród pracowników; wdrażanie i mo-



monitoring postępów z ustaleń; udział w szkoleniach podnoszących kompetencje pracowników

- kapitał społeczny: opracowanie strategii – podstawowe cele, hasła, key visuelle. Planowany start kampanii II połowa listopada (święteczno-noworoczna);
- kapitał finansowy: określenie szacowanego budżetu na promocję stacjonarnej warsztatowni; spotkania ze sponsorami

### **Czego mnie to nauczyło?**

#### **DZIAŁANIA TU I TERAZ**

Skupienie się bardziej na działaniu niż na planowaniu. Wyznaczenie mierzalnych celów i dążenie do nich, m.in. zaplanowane spotkania, analiza działań darczyńców.

Kontakt z Darczyńcami indywidualnymi (mailing + wysyłka listów direct mail), którzy do tej pory wsparli działania fundacji - informacja o nowym projekcie oraz prośba o wsparcie.

#### **NIEMOŻLIWE NIE ISTNIEJE**

Potrzeba finansowa na adaptację STACJONARNEJ WARSZTATOWNI PAKA na czas X.2024 - III.2025 to 1 mln zł. Podzielenie tej kwoty na konkretne etapy oraz konkretne potrzeby finansowe od danych firm.



# Fundacja Święty Mikołaj dla Seniora

**Fundraiser:** Fundacja Święty Mikołaj dla Seniora | swietymikolajdlaseniора.pl

**Cel:** Pozyskanie środków na rozwój programów wspierających mieszkańców DPS-ów

**Wynik:** 15 000 zł oraz zwiększenie liczby darczyńców cyklicznych o 50%



## Cel kampanii i udziału w szkoleniu

Celem kampanii było wsparcie działań Fundacji Święty Mikołaj dla Seniora w obszarze profesjonalizacji działań fundraisingowych, zwiększenia zasięgów oraz pozyskania środków na rozwój strategicznych programów. Fundacja jest jedyną organizacją w Polsce, która w tak unikalny sposób wspiera mieszkańców DPS-ów, podkreślając ich podmiotowość i realizując indywidualne potrzeby seniorów. Udział w szkoleniu „Fundraising ma Moc 4” umożliwił zespołowi zdobycie praktycznej wiedzy i narzędzi, które przełożyły się na poprawę komunikacji z darczyńcami oraz skuteczność działań fundraisingowych.

## Kluczowe działania i ich wyniki

Działania podjęte podczas kampanii:

- Online: Regularne posty w mediach społecznościowych, personalizowane e-maile do darczyńców oraz kampanie ukierunkowane na budowanie relacji z nowymi odbiorcami.

- Offline: Prezentacje podczas wydarzeń, takich jak spotkania wolontariuszy i darczyńców, oraz udział w programach partnerskich.

Wyniki:

- Zebrano 15 000 zł, co jest pierwszym krokiem do osiągnięcia długoterminowych celów Fundacji.
- Zwiększenie liczby darczyńców cyklicznych o 50%.
- Pozyskanie 3 nowych wolontariuszy i dwóch partnerów biznesowych wspierających działania Fundacji.

## ROI (zwrot z inwestycji)

Kampania została zrealizowana przy minimalnym budżecie, opierając się głównie na pracy zespołu i wolontariuszy. Każda złotówka przeznaczona na działania przyniosła realny zwrot finansowy, a także korzyści niematerialne, takie jak:

- Wzrost zasięgów w mediach społecznościowych o 30%.
- Zbudowanie silniejszych relacji z darczyńcami i zainteresowanie nowych osób działaniami Fundacji.



### Efekty dla organizacji

- Wzrost zdolności operacyjnych: Uczestnictwo w szkoleniu „Fundraising ma Moc 4” pozwoliło na wypracowanie nowych metod dotarcia do darczyńców.
- Zwiększenie zaangażowania społeczności: Nowi wolontariusze i darczyńcy stali się ambasadorami misji Fundacji, wspierając jej działania w swoich środowiskach.
- Lepsze planowanie przyszłych działań: Kampania dostarczyła cennych wniosków, które zostaną wykorzystane w kolejnych projektach, m.in. w kontekście profesjonalizacji CRM i narzędzi AI.



### Lekcje wyniesione z kampanii i szkolenia

- Jasność przekazu: Prosty i inspirujący język komunikacji znacząco zwiększa skuteczność kampanii.
- Autentyczność i transparentność: Najlepiej sprawdzają się historie pokazujące rzeczywisty wpływ działań Fundacji na życie seniorów.
- Segmentacja darczyńców: Personalizacja komunikacji, zarówno w mediach społecznościowych, jak i w bezpośrednich rozmowach, buduje długotrwałe relacje.

### Wnioski i dalsze plany

Udział w szkoleniu oraz przeprowadzona kampania to dla Fundacji solidna baza do dalszego rozwoju. Zdobyte doświadczenie pozwoli na:

- Wdrożenie narzędzi CRM i automatyzacji procesów fundraisingowych.
- Poszerzenie sieci darczyńców oraz rozwój darowizn cyklicznych.
- Realizację kolejnych kampanii z jeszcze większą skutecznością, skupiając się na promocji podmiotowości seniorów i międzypokoleniowego dialogu.

Dzięki szkoleniu „Fundraising ma Moc 4” oraz kampanii Fundacja zrobiła znaczący krok w kierunku osiągnięcia swoich celów strategicznych i dalszej profesjonalizacji działań. To dla nas ważne doświadczenie, które pozwoli na zwiększenie wsparcia dla seniorów i rozwój naszej misji na szerszą skalę.



# Ruch Onkologiczny PARS

**Fundraiser:** Fundacja wspierająca pacjentów onkologicznych | infolinia-pacjenta.pl

**Cel:** Zebranie 50 000 zł na utrzymanie i rozwój infolinii wspierającej pacjentów onkologicznych i ich bliskich

**Wynik:** Kampania w toku, zebrano wcześniej 70 000 zł od partnerów biznesowych



## Opis celu

zebranie kolejnych 50 000 na utrzymanie i rozwój infolinii dla pacjentów onkologicznych i ich bliskich. Pracownicy infolinii dają wiedzę i wspierają psychicznie. Rozmawiają po polsku, ukraińsku i rosyjsku.

## Opis działań i ich wynik

Infolinia działa od 01.2023 roku i do tej pory zebraliśmy od partnerów biznesowych ok. 70 000 zł. Teraz rozpoczynamy kampanię skierowaną głównie do darczyńców indywidualnych w Social Mediach oraz do naszej bazy danych liczącej ok. 10 000 osób, które uczestniczą w organizowanych przez nas webinarach i których nie prosiliśmy systemowo o wpłaty na nasze działania. Mamy przygotowane dwa newslettery. Do naszej bazy danych najpierw wysyłamy newsletter informacją o tym, w jaki sposób mogą skorzystać z infolinii i co dają takie rozmowy, na koniec prosimy o wsparcie finansowe w dowolnej kwocie z linkiem do ramki „wplac”. Drugi newsletter jest skupiony na tym, że mogą nam pomóc. Na Social Mediach dark postach najpierw puszczamy post o infolinii + jeśli zostawisz nam swój mail, otrzymasz od nas broszurę o tym, jak wspierać bliskich w trudnych momentach życia przygotowany przez specjalistów. Potem kierujemy do nich takie same newslettery, jak do naszej bazy danych. Dark posty będą działały jako płatne posty. Równolegle będziemy rozmawiać z biznesem.

**ROI** - Planowany - 700

## Co się zmieniło w organizacji?

(kap. Ludzki-społeczny-finansowy).

Zmieniamy stronę organizacji, gdzie pojawi się zakładka „Strefa Darczyńcy” dedykowana wszystkim darczyńcom z informacjami, podziękowaniami i różnego rodzaju zachętami do dalszego wspierania. Jedna osoba uczy się fundraisingu i jest pełna entuzjazmu. Rozmawiamy z zespołem oraz z naszym mentorem biznesowym o różnych konkretnych sposobach zbierania funduszy i docierania do potencjalnych dar-

czyńców, od listopada przychodzi do nas fundraiser z doświadczeniem, co powinno pomóc nam zebrać więcej funduszy i działać na większą skalę.

## Czego mnie to nauczyło?

Wciągania zespołu w większym stopniu do działań fundraisingowych.

Dodaj zdjęcie i grafikę ilustrującą kampanię – doślę, jeszcze nie mamy finalnej wersji. Przesyłam to, co jest używane do tej pory jako informacja o infolinii – przykładowo przedstawiamy koleżanki pracujące na niej.





**Ruch Onkologiczny PARS**  
4 grudnia o 12:23

Potrzebujesz wsparcia koordynatora onkologicznego? Jeśli korzystasz/aś z pomocy koordynatora lub chcesz odczuwać się w swojej sprawie, mamy ważną informację!

Od tego tygodnia zmieniają się godziny dyżuru koordynatora na naszej Infolinii.

Teraz możesz porozmawiać w każdy czwartek w godzinach 17:00-19:00.

**Ruch Onkologiczny PARS**  
4 grudnia o 10:00

Podjęwszy u siebie niepokojące objawy ze strony górnych dróg oddechowych, należy zgłosić się do swojego lekarza rodzinnego czyli lekarza Podstawowej Opieki Zdrowotnej. To on weryfikuje, czy objawy są na tyle świadkie i nie związane z infekcją wirusową. Je pacjent wymaga badania laryngologicznego w kierunku wykrycia nowotworów głowy i szyi do badania w specjalistycznej poradni laryngologicznej.

Wówczas otrzymasz skierowanie do Specjalistycznej Poradni Otorinolaryngologicznej.

**infolinia: 22 105 55 30**

**ZMIANA!**  
- z koordynatorem onkologicznym rozmawiasz w czwartki 17:00-19:00

**Ruch Onkologiczny PARS**  
Infolinia

**Onkologiczne Centrum Kryzysowe**

**Ruch Onkologiczny PARS**  
Infolinia

Zachęci do nas w czym może Ci pomóc Infolinia Onkologicznego Centrum Kryzysowego?

Sonia, interweniująca kryzysowa  
Jestem interweniującą kryzysową, pedagogiem, praktykiem dialogu motywującego, praktykiem terapii skoncentrowanej na rozwiązaniach.  
Ukończyłam psychosociologię na Uniwersytecie Jagiellońskim w Krakowie. Psychologię kryzysu i interwencję kryzysową na Uniwersytecie SWPS w Warszawie a także pedagogię na Uniwersytecie Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy.  
Uczestniczyłam w licznych szkoleniach z zakresu pomocy psychologicznej. Specjalizuję się w terapii krótkoterminowej, co oznacza, że koncentruję się na tu i teraz na obecnym problemie. Pracuję z osobami znajdującymi się w kryzysie psychicznym. Aby skutecznie pomagać łączę w swojej pracy różne podejścia terapeutyczne.

Podczas dyżuru na infolinii w Onkologicznym Centrum Kryzysowym rozmawiam z osobami, których osobiste dotknęła choroba nowotworowa a także z osobami, którym zachorował ktoś bliski. W trakcie takich rozmów towarzyszą zwykle trudne emocje, poczucie bezsilności, zagubienie, się, złość, smutek, poczucie winy, niesprzejmą myśl, poczucie bezradności. Ważne jest dla mnie aby osoba, z którą rozmawiam poczuła się wysłuchana, zrozumiana, uszykana a emocje zostały zaakceptowane.

Poznaj osoby pracujące na Infolinii

**Onkologiczne Centrum Kryzysowe** 22 105 55 30

**Sonia**  
interweniująca kryzysowa

dyżuruje w srody i czwartki w godz. 17:00-19:00

4 udostępnienia

**Onkologiczne Centrum Kryzysowe** stworzone przez **Ruch Onkologiczny PARS**

[www.centrumkryzysowe.org.pl](http://www.centrumkryzysowe.org.pl)

Przejdź swoją ścieżkę pacjenta:

rak głowy i szyi

dostępne także:

KROK PO KROKU

3 udostępnienia

# Tato.Net - Program Inicjatywa Fundacji Cyryla i Metodego

**Fundraiser:** Forum Tato.Net | tato.net

**Cel:** Pozyskanie 21 450 zł na kampanię społeczną, by dotrzeć do miliona ojców

**Wynik:** 450 zł (kampania w toku)



## Opis celu

Zbieramy 21 450 zł na utworzenie kampanii społecznej, która ma trafić do miliona nowych ojców, aby dowiedzieli się o Forum Tato Net oraz o istnieniu Tato Net. Dzięki temu będą mogli stać się aktywnymi ojcami i wychowywać lepiej swoje dzieci. To z kolei pozwoli wychować nowe pokolenie, które będzie miało mocny fundament, aby iść w życie i zdobywać świat!

## Opis działań i ich wynik

utworzenie zbiórki : Ojcowie chcą służyć swoim dzieciom Forum Tato.Net

**ROI** Planowany - 700

## Co się zmieniło w organizacji?

(kap. Ludzki-społeczny-finansowy).

Zmieniamy stronę organizacji, gdzie pojawi się zakładka „Strefa Darczyńcy” dedykowana wszystkim

darczyńcom z informacjami, podziękowaniami i różnego rodzaju zachętami do dalszego wspierania. Jedna osoba uczy się fundrisingu i jest pełna entuzjazmu. Rozmawiamy z zespołem oraz z naszym mentorem biznesowym o różnych konkretnych sposobach zbierania funduszy i docierania do potencjalnych darczyńców, od listopada przychodzi do nas fundraiser z doświadczeniem, co powinno pomóc nam zebrać więcej funduszy i działać na większą skalę.

## Czego mnie to nauczyło?

Wciągania zespołu w większym stopniu do działań fundrisingowych.

Dodaj zdjęcie i grafikę ilustrująca kampanię – dośle, jeszcze nie mamy finalnej wersji. Przesyłam to, co jest używane do tej pory jako informacja o infolinii – przykładowo przedstawiamy koleżanki pracujące na niej.



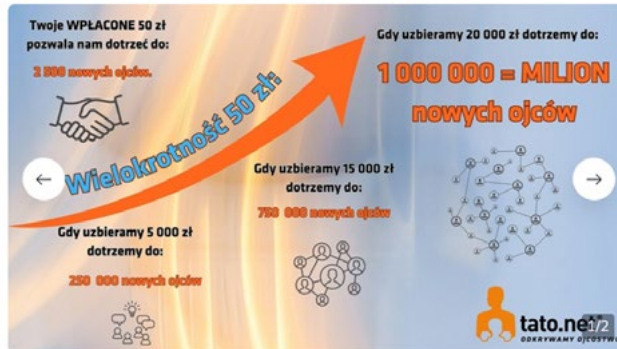


## Ojcowie chcą służyć swoim dzieciom Forum Tato.Net



Fundacja im. św. Cyryla i Metodego

Zweryfikowany przelewem, dowodem osobistym, dokumentami firmowymi / organizacyjnymi



Opis Przydatne linki <sup>3</sup> Oferty/licytacje <sup>1</sup> Skarbonki Wpłaty <sup>6</sup> Kom →

### Opis zrzutki

Brakuje nam 20 000 zł aby o Forum Tato Net dowiedziało się MILION nowych Ojców i mogło z tego skorzystać.

Możesz też ufundować bilet dla ojca, który nie ma środków ale bardzo chciałby przyjechać na Forum Tato Net. (Sekcja Oferty/Licytacje poniżej)

Ojcowie, którzy słuchają tego co mają do powiedzenia ich dzieci. Ojcowie znajdujący czas dla swoich dzieci. Ojcowie, którzy wychodzą z inicjatywą działania do swoich dzieci. Tacy ojcowie wracają z Forum Tato Net.

Organizujemy wydarzenie wyjątkowe na skalę europejską. Na najwyższym poziomie jakości. Dbając o merytorykę i atrakcje dla gości. Jednak ciągle nie dość dużo Ojców wie, że to dla nich robimy.



**Tato.Net**  
17 listopada

Zapraszamy na małą fotorelację z XVI Międzynarodowego Forum **Tato.Net** **GODNOŚĆ & SŁUŻBA**, które odbyło się 9 listopada w Lublinie! 🙌👏

Raz jeszcze dziękujemy wszystkim za obecność, a także sponsorom i partnerom za zaangażowanie oraz wsparcie. Wierzymy, że owoce Forum będą obfite, a także że zobaczymy się w tym samym, ale jeszcze liczniejszym składzie w przyszłorocznej edycji Forum! 🙌

📸 Autor zdjęć: Przemysław Keler

#TatoNet #ForumTatoNet #20lecieTatoNet #GodnościSłużba #OjcowieNaStrażyWartości #OjcowskieKluby #ThinkTankTatoNet #WarszatyTatoNet #FirmaPrzyjaznaOjcu



32 3 komentarze 6 udostępnień



## Galeria „Fundraising Ma Moc<sup>4</sup>”

---











## Fundraising to...

zmiana myślenia i wybranie ścieżki rozwoju organizacji	pomoc w tworzeniu lepszych projektów	narzędzie warte zatrudnienia odpowiedniej osoby	ułożenie relacji z darczyńcami
spotkanie z drugim człowiekiem	poczuć radość dawania!	wyjście ze strefy komfortu	nowe możliwości poznawania ludzi, bo fajnie mieć przyjaciół
możliwość realizacji celów organizacji	szansa na rozwój organizacji i społeczeństwa	promocja dla organizacji	sposób, by pomagać
	zaproszenie ludzi do zmieniania świata	hobby!	

Fundraising, jak pokazują przytoczone wypowiedzi uczestników kursu FMM, nie mieści się w jednej prostej definicji. Jest to bogata i złożona działalność, która nie ogranicza się do aktywności jednej osoby. Fundraising to styl życia organizacji, jej wewnętrzna siła sprawcza, a jego efekty zataczają coraz szersze kręgi: od zespołu, poprzez przyjaciół i darczyńców, po społeczność lokalną, a nawet całe społeczeństwo. Wciąż jednak za mało jest osób przekonanych, że Fundraising (naprawdę) Ma Moc.

Dlatego już od 18 lat nasze Stowarzyszenie wprowadza i promuje w Polsce dobre praktyki fundraisingowe, kształcąc, uświadamiając i wspierając osoby otwarte na tę niesamowitą przygodę, jaką jest budowanie wraz z innymi lepszego, piękniejszego i szczęśliwszego świata. Skupiamy już ponad 100 członków – aktywnych, nieobojętnych, pragnących zmieniać rzeczywistość, pozytywnie zakręconych osób z dziesiątków organizacji z całego kraju. Jest to największa sieć networkingowa fundraiserów – do włączenia się w którą serdecznie zapraszamy!





## **ZAPRASZAMY CIĘ DO CZŁONKOSTWA W PSF**

Będąc członkiem naszej Społeczności zyskujesz dostęp do ogólnopolskiej i międzynarodowej wspólnoty fundraiserów, która edukuje, wspiera i inspiruje do czynienia dobra.

Wypełnij deklarację członkowską już dziś. Znajdziesz ją na naszej stronie internetowej: [www.fundraising.org.pl](http://www.fundraising.org.pl) w zakładce Członkowie.





POLSKIE STOWARZYSZENIE  
FUNDRAISINGU

# ZAWODOWY KURS FUNDRAISERA CFR16

## Nauczmy cię jak pozyskiwać pieniądze

15 stycznia – 17 czerwca 2025

### Kurs obejmuje:

- 100 godzin teorii,
- 200 godzin praktyki,
- kampanię fundraisingową pod okiem mentora,
- certyfikat zawodowego fundraiser, respektowany na całym świecie.

Pomożemy Ci uzyskać dofinansowanie na to szkolenie!

+48 698 150 342

[cfr.fundraising.org.pl](http://cfr.fundraising.org.pl)

### Partnerzy

Zawodowego Kursu Fundraiser CFR:



\*Na zdjęciu uczestnicy kursu CFR15.



