

## Akademie Modrého života – Komunikace a fundraising

Podporujeme neziskové organizace v efektivní a systematické komunikaci vedoucí nejen k úspěšnému fundraisingu a získání dalších individuálních a firemních dárců.

1	15. 3.	<p><b>Představení Akademie Modrého života</b>                  Informace o možnosti využít odborné poradenství v průběhu Akademie                  Podmínky grantového programu pro absolventy Akademie</p> <p><b>Jak na efektivní komunikační strategii a komunikační plán v off-line</b>                  Jak vytvořit kvalitní komunikační strategii, která má správné cíle a cílovou skupinu                  Jak definovat účinný a emocionální motivátor příspěvku                  Jak nastavit komunikační mix                  Jak z monitoringu konkurence získat zajímavé informace pro tvorbu vlastní strategie</p>	<p><b>Lenka Janoušková</b>                  specialista společnosti odpovědnosti ČSOB a koučka</p> <p><b>Miloslav Knepr</b>                  Managing Director reklamní agentury WMC Grey</p>
2	30. 3.	<p><b>Kreativní psaní: jak zkrátit své texty tak, aby zaujaly širokou veřejnost</b>                  Jak vlastně široká veřejnost čte                  Jak zaujmout textem - struktura textového obsahu</p> <p><b>Firemní identita a vizuální styl: jak na tištěné materiály</b>                  Jednotná komunikace napříč všemi komunikačními kanály                  Základní principy tvorby tištěných materiálů – role cílové skupiny                  Využití barev a tvarů – možnosti a omezení                  Ukázky dobrých a špatných příkladů z praxe z komerčního i neziskového světa</p>	<p><b>Jan Havlíček</b>                  kreativní ředitel agentury Dark Side</p> <p><b>Vladimír Bystrov</b>                  Partner, komunikační agentura Bison &amp; Rose</p> <p><b>Marek Roll</b>                  Senior Consultant, komunikační agentura Bison &amp; Rose</p> <p><b>Václav Sochor</b>                  Consultant, komunikační agentura Bison &amp; Rose</p>
3	14. 4.	<p><b>On-line komunikace</b>                  Jaké jsou principy cílení?                  Jak pracovat s daty, která o uživateli máme – rozdělení příjemců na segmenty a úrovně zapojení, aj.                  Využití videa v online komunikaci</p> <p><b>Kreativní eventy</b>                  Jak zaujmout, aby na naši akci cílová skupina přišla                  Co se ještě dá zvládnout vlastními silami a na co už potřebujeme odborníky                  Checklist, aneb jak na nic nezapomenout a jak se při organizaci akce nezbláznit                  Má smysl ptát se, jak se akce líbila?</p>	<p><b>Tomáš Jindříšek</b>                  zakladatel a ředitel agentury Dark Side</p> <p><b>Magda Chvalinová</b>                  Managing Partner, agentura Insiders, s.r.o.</p> <p><b>Hana Růžičková</b>                  specialista komunikace,                  agentura Insiders, s.r.o. a lektorka v agentuře Hobit</p>
4	19. 5.	<p><b>Sociální síť: jak využít sociální média pro podporu on-line fundraisingu</b>                  Facebook: jak funguje a proč založit firemní stránku                  Jak získat první fanoušky a jak je upoutat                  Jak s fanoušky komunikovat                  Jak vydělat peníze                  Síť Twitter a její přednosti v rychlém získávání a sdílení informací</p> <p><b>CRM systémy pro neziskové organizace</b>                  Náplň workshopu bude přizpůsobena potřebám vybraných neziskových organizací</p> <p><b>Využití Google Analytics</b>                  Náplň workshopu bude přizpůsobena potřebám vybraných neziskových organizací</p>	<p><b>Eliška Vyhnanáková</b>                  konzultantka v oboru sociálních médií</p> <p><b>Aleš Jenik</b>                  senior architekt IT ČSOB</p> <p><b>Tomáš Rauch</b>                  manažer produktů, Rozvoj online aplikací ČSOB</p>
5	2. 6.	<p><b>Trendy ve fundraisingu</b>                  Plán fundraisingu                  Cílové skupiny fundraisingu                  Vícezdrojové financování</p> <p><b>Konkrétní příklady z fundraisingové praxe neziskových organizací</b>                  Linka bezpečí, z.s.                  Amnesty International ČR                  Glopolis, o.p.s.</p>	<p><b>Alena Králíková</b>                  manažerka firemní kultury                  a společenské odpovědnosti ČSOB</p>
6	16. 6.	<p><b>Vytváření podpůrných sítí</b>                  Vztahy s firemními partnery                  Strategie přístupu k firemním dárcům                  Jak udržet dlouhodobé vztahy s firemními dárci? Co je pro ně důležité?                  Jak dávkovat informace? Zajímají lidi výroční zprávy?                  Práce s ambasadory. Jak využít známé tváře?                  Platební nástroje pro individuální dárcovství na internetu a pro chytré telefony</p> <p><b>E-mail marketing jako jedna z cest k získání i udržení dárců a darů</b>                  Praktické využití MailChimp                  Tipy, triky a doporučení</p> <p><b>Peer to peer fundraising</b>                  Trendy v oblasti peer to peer fundraisingu                  Jak povzbudit dárci, aby motivovali k dárcovství své přátele                  Zajímavé výzkumy</p>	<p><b>Alena Králíková</b>                  manažerka firemní kultury                  a společenské odpovědnosti ČSOB</p> <p><b>Klára Špíchalová</b>                  ředitelka Fóra dárců</p> <p><b>Lukáš Hejna</b>                  ředitel Sdružení VIA, z.ú.</p> <p><b>Lukáš Hejna</b>                  ředitel Sdružení VIA, z.ú.</p> <p><b>Radka Bystřická</b>                  projektová manažerka, Sdružení VIA, z.ú.</p>
7	23. 6.	<p><b>Finální prezentace proměn</b></p>	

Součástí Akademie Modrého života zaměřené na komunikaci a fundraising bude možnost využít individuální odborné konzultace.