

1. Dobrý den, jmenuji se Jana Štěpánová a již více než 10 let pracuji pro neziskovky.

A bude to jistě víc než 10 let, co z různých zdrojů slyším, že se to nevyplatí.

2. Moje zkušenost však svědčí o něčem jiném.

Jak jsem k tomu došla?

3. V 90. letech jsem pracovala jako artdirectorka v reklamních agenturách. Navrhovala jsem kampaně pro auta, šampóny a kávičky.

4a. Když jsem po 159. předělávala obal na zrnkovou kávu Standard,

4b. došlo mi,

4c. že je něco v nepořádku.

5a. Byla to jen otázka času...

5b. Praštila jsem s tím...

6a. ... a nechala se najmout jako pasačka krav na jedné švýcarské farmě.
Z mléka jsem pak vyráběla sýr.

6b. A protože jsem cílevědomá holka,
dostala jsem po 2 letech nejvyšší ocenění
kvality.

7a. Že by konec ozdravného pobytu?
Ale co dál?

7b. Byl čas vrátit se zpátky.
Zkoušela jsem jít opět do reklamky,
ale najednou to nešlo.

Nedávalo mi to už smysl.

8. Kolem sebe jsem měla spoustu přátel, kteří si založili neziskovku nebo v ní pracovali.

Ideje neziskovek byly skvělé.

9. Jejich tiskoviny ale vypadaly strašně.

Web tehdy neměl nikdo z nich.

10. Založila jsem si tedy vlastní grafické studio.

Mými klienty se staly - jak jinak
- neziskovky.

11. Zpočátku jsem tápala
a párkrát se také pěkně spálila.

Živila jsem spíš já neziskovky.

12. Dnes neziskovky živí mě.
A není to žádný tunel.
Má to jen svá pravidla.

13. Co je na neziskovkách typické?

14. Vtáhnou vás dovnitř.

Chtějí osobní angažmá.

Vaši energii,

chtějí, abyste sdíleli stejnou víru.

15a. Dělají dojem, že jsou ti jediní,
kteří udělají svět lepším.

... a někdy jsou při tom dost vtipní!

15b. Zdá se, že s komerčními firmami mají leccos společné...

15c. Používají podobné strategie...

16a. Rozdíl je v tom, že NGO potřebují vás a váš čas, případně vaše drobné finanční dary.

16b. --

17a. Komerční firmy vás vůbec nepotřebují,

17b. potřebují jen vaše peníze.
Chtějí, abyste vy potřebovali je.

18. Zatímco NGO jsou postaveny na **osobních** vazbách, komerční firmy na **finančních** vazbách.

19. A to je to, co činí neziskovky tak emocionálně atraktivní a zároveň odpudivé.

20. Na osobních vztazích může leccos ztroskotat.

Například přátelství.

21. Můj tip číslo 1 pro práci s neziskovkou tedy zní:

Dejte osobnímu vztahu HRANICE.

Pokud to nedokážete, nepracujte pro neziskovky.

Udržte si raději přátelství.

23. člověk č. 1:

muž 25-40 let, středoškolák s nedodělanou vysokou školou humanitního zaměření.

nemá žádné dítě nebo má rovnou 4.

miluje cestování ale nejraději po vlastní ose.

má skvělý přehled o svém oboru a zároveň vyniká v celospolečenském přehledu. Nevěří „novým technologiím“.

Hlavu i nohy má v oblacích. Má vize, je nadšenec a myslí si, že jsou takoví všichni kolem něj.

Někdy má problémy s rozhodováním, neumí moc komunikovat.

Touží žít na statku, ale zatím je doma v paneláku.

Je vegetarián.

Jeho příjem je průměrný, nejvíc vydá za kvalitní jídlo bez éček.

24. člověk č. 2:

žena 30-45 let, vysokoškolačka humanitního zaměření.
má 2 i 3 děti a nemůže najít žádnou normální práci.

V NGO jí to dává smysl, je tu i výborný kolektiv.

Chtěla by, aby byl svět lepší, ale má na to moc málo času.

Sama koordinuje 2 velké programy a navíc si sama zpracovává PR.

Moc se nevyzná v tom, co dělá, ale ví, co chce.

Co nezná, snaží se dostudovat.

Práce přesčas je pro ni „normální“, všichni to tak dělají.

„Nové technologie“ ji lákají, ale má z nich strach.

Její příjem je podprůměrný, nejvíc vydá za kroužky pro děti.

*Osobnosti vznikly na základě neformálního průzkumu mezi
NGO s nimiž dlouhodobě spolupracují*

24. KDO JSOU TEDY LIDÉ Z NEZISKOVEK?

- vzdělání
- idealističtí
- vyznavači konzervativních hodnot
- individualisté
- pracují bez hranic
- nejsou žádní ajťáci
- sociálním sítím se spíše vyhýbají
- v PR používají spíše staré, ale osvědčené metody
- pojem marketing je jim cizí

25. A toto je důvod, proč jsem na tomto fóru:

neziskovky jsou co se týče IT pole neorané.

V roce 2000 nikdo z nich neměl web, dnes ho mají všichni, pochopili, že bez toho se neobejdou. Ale tím to většinou končí. **Co z možností virtuálního světa využívají?**

Většinou se omezují na dokumenty ke stažení v pdf nebo Wordu ze svých web.stránek.

Jsou vaším potenciálním klientem, neříkám ale, že všemu přístupným.

26. CO O NICH PANUJE ZA MÝTY?

- nechtějí zaplatit za práci
- jsou to extremisté a amatéři
- chaotici
- nevědí, co chtějí

Pojďme si některé z těchto mýtů rozebrat.

27. Jedním z velkých mýtů je, že **neziskovky nemají peníze.**

Neziskovky, právní formou:

o.s., o.p.s. a nadace

jsou finančně závislé na grantech.

Co si nenapíší do grantů, nemají.

Nemají často ani to, co si do nich napíší, ale to je jiná kapitola.

Neziskovky peníze MAJÍ.

28. TIP 2: KALKULACE

Snažte se udělat na začátku realistický **rozpočet** zakázky a kalkulaci POŠLETE k posouzení.

Připočítejte případné **nadnáklady**.

Snažte se dozvědět, jakou částku obsahuje **jejich rozpočet** na vaši práci. Ušetří vám to starosti.

Pokud mají **rozpočet příliš nízký**, nebojte se jim sdělit, že za tuto částku se to **udělat nedá** (vy to udělat nemůžete).

Do kalkulace napište **podmínky, za nichž pracujete**. (např. texty přijímáte do sazby po korektuře, musejí být uloženy ve wordu, obrázky očíslovány a roztříděny do logicky označených složek podle textů atd.)

29. TIP 3: zadarmo

dejte něco **zadarmo** a **napište jim to**.
(licenci na použití fotek, na grafický návrh, miniúpravy webu...)

30. TIP 4: PÍSEMNĚ

Veškerý kontakt udržujte písemnou formou
(a nemyslím tím doporučený dopis, stačí e-mail).
Budete mít větší přehled, kdo a co jak myslel a slíbil.

Napište **kalkulaci**, vyžadujte písemné potvrzení.
Pošlete **návrh**, vyžadujte písemný komentář.

Na **konci práce** vyžadujte písemné potvrzení, že je
zakázka v pořádku předána (ekvivalent „imprimatur“ –
souhlas k tisku)
... a můžete fakturovat.

31a. TIP 5: jak poradit

Pomozte jim **udělat zakázku účinnější**.
Nabídněte jim **lepší, efektivnější řešení**.

Vyhnete se ale při tom poučování. Jsou citliví a pyšní na svou práci, stejně jako jste vy.

Raději buďte **empatičtí** než arogantní.

31b. příklad web - Rytmus

Když budete chtít zpracovat zakázku podobného webu jako je tento, **nestačí experimentátorský design**, který popírá účel, nebo web nabušený **nejnovějšími prvky funkčnosti**, které nemá nikdo jiný.

Důležité je **přizpůsobit vaše ambice** klientovým potřebám, ale také úrovni schopnosti uživatelů jejich webu.

Zde byl například požadavek na klasickou úpravu a možnost tzv. Snadného čtení. Je to web pro lidi s potížemi ve čtení a orientaci.

32. TIP 6: Mluvte česky

Lidé z neziskovek jsou vzdělaní. Vědí o svém oboru tolik, kolik vy o svém.

O vašem toho nejspíš vědí málo, nemluvte na ně cizími slovy. Nenechte je tápat a myslet si, že jsou hloupí.

Jde vám o společný byznys!

33. TIP 7: Objednávka

Poté, co pošlete kalkulaci, vyžadujte objednávku.

Musí obsahovat nejen to, co se bude dělat, ale také kdy přijdou podklady ze strany klienta a kdy odevzdáte celou zakázku.

34a. TIP 8: realistický časový plán

Abyste se vyhnuli bezesným nocím a nedůvěře ze strany klienta, dodržujte předem domluvené a **písemně potvrzené** termíny.

Při velkých zakázkách si před započítím zakázky domluvte **jednotlivé fáze** jak Z VAŠÍ, tak Z JEJICH strany a ty úzkostlivě dodržujte.

Doporučuji napsat časový plán do kalkulace.

Následnou objednávkou klient stvrzuje, že časový plán přijal.

34b. Pro pobavení se s vámi podělím o část mojí sms korespondence s klientkou.

35. ZÁVĚREM

Dostali jste dnes 8 tipů, jak úspěšně pracovat s neziskovkami.

Věřím, že mnoho z nich znáte a používáte, možná byly některé novinkami.

I když z nich některé zapomenete, ráda bych, aby vám zůstaly v paměti alespoň tyto 3 principy:

36.

1. Veškerý průběh zakázky písemně zaznamenávejte. Patří sem i písemná **kalkulace** vašich nákladů a **objednávka** zakázky ze strany klienta.

Přehnaná důvěra sem nepatří.
Vyhněte se chaosu a výčítkám.

37.

2. Stanovte hranice a ty dodržujte.

Termíny jak z vaší, tak klientovy strany pomohou udržet rytmus zakázky až do předání.

38.

3. Buďte empatičtí a na klienta nemluvte odbornou hantýrkou.

Jde vám přeci o společný byznys.

A koneckonců i o jeho peníze.

39. KONEC

Přeji hodně úspěchů a dlouhodobé vztahy s neziskovkami.

Děkuji za pozornost.
