

Správne začiatky



„Na každom hlase záleží.“

Ako spropagovať váš projekt počas hlasovania?



PRÍRUČKA PRE ŽIADATEĽOV (neziskové organizácie, mestá, obce a i.)

Vyberte si nás, hlasujte za nás, pretože...

PRED NAMI JE DÔLEŽITÁ PRÁCA – obdobie hlasovania počas programu „Správne začiatky“.

Nájdite ten najlepší spôsob, ako si získať srdcia zákazníkov Tesca, aby hlasovali za váš projekt!

Táto príručka bola vytvorená, aby vám pomohla propagovať váš projekt v obchodoch Tesco. Nájdete v nej užitočné informácie, rady a tipy v týchto oblastiach:

- 1. Prezentácia projektu pred zamestnancami a zamestnankyňami**
- 2. Čas strávený so zákazníkmi Tesco**
- 3. Nástenky v obchode**



Stretnutie so zamestnancami a zamestnankyňami Tesco – Prečo?

Máte vyhradený čas na to, aby ste predstavili seba a svoj projekt zamestnancom Tesco.

Naši zamestnanci sú v úzkom kontakte so zákazníkmi Tesco, snažia sa pre nich **urobiť každý deň niečo navyše**. Venujte im svoj čas a vysvetlite im cieľ vášho projektu, aby mohli:

- povzbudzovať zákazníkov, aby sa zapojili do hlasovania
- odpovedať na otázky zákazníkov týkajúce sa vášho projektu/organizácie
- hlasovať za váš projekt, pretože **aj na ich hlasoch záleží**.



Povzbudíte zamestnancov Tesco, aby sa podelili o váš príbeh s príbuznými, priateľmi, susedmi a ich komunitami. Pri stretnutí so zamestnancami Tesco buďte nadšení a zapálení. Nakazte ich svojim entuziazmom 😊

Stretnutie so zamestnancami a zamestnankyňami Tesco – Ako?

Čo by mohlo byť obsahom vašej prezentácie:

- Krátky „životopis“ vás, ako žiadateľa (typ organizácie, jej veľkosť, projekty, dobrovoľníci, zamestnanci...)
- Niekoľko faktov o vašej existencii a o oblasti, v ktorej pôsobíte
- **Váš projekt (čo, kedy, prečo...)**

Tipy, ako na to:

- prezentácia by mala mať jednoduché a stručné posolstvo
- zdôraznite to, ako bude použitá finančná dotácia
- pripravte krátky kvíz zameraný na fakty a základné informácie o vás ako žiadateľovi (prečo ste vznikli, o oblasti, v ktorej pôsobíte a pod.)
- urobte to interaktívne, umožnite zamestnancom okúsiť, ako sa cítia ľudia, ktorým pomáhate
- zdieľajte fotky, videá
- použite príbehy a humor
- celý čas sa bavte a radujte



Príklad: Obsah prezentácie základnej školy

Kvíz na prelomenie ľadov:

- Aké predmety sa učia na ZŠ?
- Koľko tried má ZŠ?
- Aký predmet majú deti najradšej?

„Životopis“ organizácie

- Dovoľte, aby sme Vám predstavili našu Bystrú školu
- naša škola je výnimočná v tom, že máme vlastnú záhradu, kde sadíme a učíme sa deti starať o zeleninu.
- Finančná dotácia od Tesca nám pomôže postaviť nový kompostér, ktorý nám bude slúžiť ako nástroj na učenie, ktoré nám umožní naučiť deti viac o životného kolobehu rastlín a plodov. Spoznajte našu prácu zo všetkých strán
- video, foto.

Vyskúšajte si, uhádnuť ako ovocie z našej záhrady držíte v rukách – Zakryte/zavrite oči tak, aby ste nič nevideli a ohmatajte ovocie a skúste uhádnuť o aký druh sa jedná.

Čas strávený so zákazníkmi a zákazníčkami Tesco – Prečo?

Na každom hlase záleží. Zákazníci, ktorých hlasy rozhodnú o výške finančnej podpory stoja pred vami. Vaša interakcia so zákazníkmi znamená viac než len získané hlasy - môžete rozšíriť povedomie o vašom pôsobení/projekte, nájsť nových sponzorov/podporovateľov/dobrovoľníkov.

Osobná komunikácia je jedným z najlepších spôsobov, ako sa k vašim potenciálnym hlasujúcim priblížiť:

- Ste „ľudskou tvárou“ vás - žiadateľa
- Každému zákazníkovi ponúknite komunikáciu ušitú na mieru
- Reagujte spontánne, odpovedajte na doplňujúce otázky
- Pracujte s jazykom a emóciami
- Vytvorte pre zákazníka nezabudnuteľný zážitok
- Pokúste sa zákazníkov zaangažovať



Vezmite to tiež ako príležitosť rozšíriť rady ambasádorov vašej neziskovej organizácie Na vašej webovej stránke informujte o dni so zákazníkmi Rozošlite špeciálne emaily. Využite sociálne média (napr. vytvorte udalosť na Facebooku)u.



Čas strávený so zákazníkmi a zákazníkmi Tesco – Ako?

Každý zákazník je **iný** a iná by mala byť aj vaša komunikácia.

Líšia sa pohlavím, vekom, povoláním, koníčkami, niektorí majú deti, iní sú študenti, ďalší sú v dôchodku... na začiatku skúste odhadnúť, čo by ich mohlo zaujímať.

Pokúste sa im dať základné stručné **informácie** typu „**kto-čo-prečo**“, ktoré majú **účinnok**.

„Hlasujte za náš projekt! Sme nezisková organizácia XY. Pre našich školákov so špeciálnymi potrebami, chceme kúpiť 10 motorizovaných invalidných vozíkov. Vďaka vašim hlasom môžeme od Tesca dostať finančnú podporu.“

Potom to upravte a pripravte si niekoľko verzií:

- dĺžka (extra krátku verziu pre zákazníkov, ktorí sa ponáhľajú, detailnú pre tých, ktorí majú čas)
- jazyk (upravte úroveň formálnosti, komplexnosť)



Osobná komunikácia vám umožňuje pracovať so všetkými ľudskými zmyslami. To vám dáva možnosť zanechať v zákazníkoch intenzívne spomienky. Nájdite spôsob, akým by mohli zákazníci vidieť, hovoriť, počuť, dotknúť sa, ochutnať, cítiť.

Čas strávený so zákazníkmi a zákazníkmi Tesco – Ako?

Pripravili ste si prvý krok – čo povedať.

Druhým krokom je dať zákazníkovi niečo navyše. Čo konkrétne, to záleží na vašom projekte.

Použite svoju predstavivosť a kreativitu!

Prosím, vezmite do úvahy zdravotné, bezpečnostné a iné obmedzenia spojené s prevádzkou obchodu (napr. žiadny otvorený oheň, na predajnú plochu nemôžu vstupovať zvieratá...)



Nechajte zákazníkov vyskúšať si to:

- Špeciálne pomôcky (invalidný vozík, otáčač kľúčov, palicu na pomoc pri obliekaní, špeciálne otvárače)

- Zdravotné pomôcky

- Vybavenie, ktoré používate

Nechajte ich zažiť, ako sa cítia deti a mládež, ktorým pomáhate. Ak je to možné, skúste to nasimulovať (napr. slepota). Dajte im materiály s ďalšími informáciami a kontaktom na vás.

Nástenky v obchode – Používajte ich.

Nie je možné osobne hovoriť so všetkými zamestnancami a zamestnankyňami alebo zákazníkmi a zákazníkmi.

Môžete použiť komunitné nástenky v obchodoch. Počas hlasovacieho obdobia tu umiestnite informácie o vašom projekte, čím ho podporíte.

Vytlačený materiál by mal byť:

- chytľavý
- čitateľný z diaľky
- jednoduchý
- stručný a k veci
- 2-3 farby sú maximum, vyhrajte sa s kontrastom

Skombinujte text, fotky, farby a vytvorte plagát, ktorý zákazníkov a zamestnancov zaujme tak, že sa o vašom projekte budú chcieť dozvedieť viac.



Menej je viac.

Nesnažte sa dať na jeden plagát všetky informácie. Materiál by mal podporiť vašu osobnú komunikáciu, informácie na webe a sociálnych médiách.

Používajte heslá, otázky, výkričníky. Pokúste sa vybrať vhodnú fotku so správnym jasom a dostatočnou ostrosťou, aby sa dala zväčšiť.

Neváhajte nás kontaktovať.

V prípade potreby, prosím, kontaktujte programovú koordinátorku Nadácie Pontis:

Jana Rožníková

0948 157 692

mail: spravnezaciatky@pontisimpact.sk

VEĽA ŠŤASTIA!

Na každom hlase záleží.

