



**TESCO**

*Vy rozhodujete,  
my pomáhame*

**„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 „**VY ROZHODUJETE, MY POMÁHAME**”.**

**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
2. Čas strávený so zákazníkmi Tesco
3. Nástenky v obchode

## STRETNUTIE SO ZAMESTNANCAMI 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/neziskovej organizácie
- hlasovať za váš projekt, pretože **aj na ich hlasoch záleží**



Povzbudte 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 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 neziskovej organizácie s asistenčnými psami.

### Kvíz na prelomenie ľadov:

- Aké je najbežnejšie plemeno vodiacich psov?
- V akom veku sa začínajú šteňatá trénovať?
- Koho by ste mali kontaktovať, aby ste dostali vodiaceho psa?
- Koľko stojí vodiaci pes?

### „Životopis“ neziskovej organizácie

- Dovoľte, aby sme Vám predstavili nášho štvornohého priateľa Martina – na jeho príbehu Vám priblížime kto sme a čo robíme. Martina si môžete tiež pohľadiť.

### Projekt

- Finančná dotácia od Tesca nám pomôže postaviť nové výcvikové ihrisko, ktoré nám umožní vycvičiť viac vodiacich psov

### Spoznajte našu prácu zo všetkých strán

- video, foto

### Vyskúšajte si, aké je to byť slepý

- Zakryte si oči šatkou/maskou na spanie tak, aby ste nič nevideli a nechajte Martina, aby vás priviedol k vybranému autu na parkovisku.

## ČAS STRÁVENÝ SO ZÁKAZNÍKMI TESCO - PREČO

**Na každom hlase záleží.** Zákazníci, ktorých hlasy rozhodnú o tom, či dostanete finančnú dotáciu, 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 voličom priblížiť:

- Ste „ľudskou tvárou“ vás, ako 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

Vašu prítomnosť v obchodoch propagujte pomocou rôznych komunikačných kanálov.



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 médiá (napr. vytvorte udalosť na Facebooku)





## ČAS STRÁVENÝ SO ZÁKAZNÍKMI – 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 imobilných seniorov chceme kúpiť 10 motorizovaných invalidných vozíkov. Vďaka vašim hlasom môžeme od Tesca dostať peňažnú dotáciu.“

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, zacítiť.

## ČAS STRÁVENÝ SO ZÁKAZNÍKMI - 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 ľudia, ktorým pomáhate. Ak je to možné, skúste to nasimulovať (napr. slepota)

Ukážte im aktivity zamerané na prevenciu (napr. samovyšetrenie prsníka)

Dajte im materiály s ďalšími informáciami a kontaktom na vás.

## NÁSTENKY V OBCHODE – POUŽÍVAJTE ICH

Nie je možné osobne hovoriť so všetkými zamestnancami 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.





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

**Barbora Hullová**

0917 434 287

mail: [barbora.hullova@nadaciapontis.sk](mailto:barbora.hullova@nadaciapontis.sk)

**VEĽA ŠŤASTIA!**