

**KREDO**



## Vytváření alumni programů

Jana Ledvinová, [www.fundraising.cz](http://www.fundraising.cz)

Workshop KREDO, Praha, 15. 9. 2015

[www.kredo.reformy-msmt.cz](http://www.kredo.reformy-msmt.cz)



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

# Proč vytvářet absolventské programy?



- **Fundraising ze soukromých zdrojů je pro univerzitu užitečný!**
  - přináší větší flexibilitu a umožňuje realizovat i projekty a činnosti, které se z institucionální podpory financují jen s obtížemi, nebo vůbec;
  - umožňuje univerzitě rozvíjet své silné stránky, podporovat zkušenosti studentů, rozšiřovat výzkumné programy a vytvářet co nejlepší prostředí pro studium;
  - pomáhá vytvářet síť přátel a podporovatelů, kterým záleží na rozvoji univerzity a pomáhá jejímu rozvoji nejrůznějšími formami:
    - reprezentací a propagací;
    - propojováním s dalšími partnery;
    - prací se stávajícími studenty.



- *Víte že Prof. Robert G. Edwards z University of Cambridge, nositel Nobelovy ceny za fyziologii v medicíně, by nebyl schopný realizovat svůj primární výzkum fertilizace in vitro bez soukromého dárce?*

# Vzorný absolvent



- je loajálním podporovatelem;
- přináší nové kontakty a dárce;
- poskytuje cenný „Word-of-Mouth“ marketing;
- poskytuje své schopnosti a zkušenosti pro rozvoj univerzity;
- je dobrým příkladem pro stávající studenty a může je motivovat k budování úspěšné kariéry;
- přináší expertní poznatky ze svého profesionálního života;
- je ambasadorem univerzity všude, kde se pohybuje (doma i v zahraničí).



# Kdo je vlastně „Alumni“?

- **Absolvent – je prostý překlad slova „alumni“. Pro budování „alumni klubu“ to však nestačí. Pro účely fundraisingu je výhodné neomezovat.**

## **Členy mohou být:**

- stávající studenti;
- učitelský sbor a další pracovníci univerzity (i bývalí);
- partneři univerzity z firem nebo institucí;
- rodiče studentů a absolventů nebo celé rodiny;
- zaměstnavatelé a partneři studentů a absolventů;
- zástupci komunity, kterým na univerzitě záleží;
- kdokoli jiný, kdo se cítí s univerzitou spřízněn.



- **Každá univerzita, která se chystá vybudovat svůj klub, si musí rozhodnout sama, komu členství nabídne a v jaké formě.**

# Proč se stát členem absolventského klubu?



- **Úcta k „alma mater“ a loajalita ke členství a přispívání většinou nestačí. Je proto třeba nabídnout členům i další výhody a možnosti:**
  - možnost podporovat univerzitu nejrůznějšími formami a být za to náležitě oceněn;
  - novinky a zprávy z univerzitního života;
  - příběhy úspěšných absolventů a také možnost sdílet „ten můj“;
  - akce pro členy (setkání ročníků, kulturní a sportovní klání, plesy apod.);
  - možnost dalšího vzdělávání pro členy klubu (přednášky, kurzy, stáže apod.);
  - karta člena, která ho opravňuje čerpat pohodlně všechny výhody i se jí „chlubit“;
  - nabídka speciálních služeb univerzity pro členy (přístup do knihovny, poradenské služby, vstup do laboratoří, sportovního areálu apod.);
  - nabídka On-line služeb (portál pro absolventy, speciální e-mail apod.);
  - nejrůznější slevy (ubytování, restaurace, obchody...)
  - speciální produkty jen pro členy (trička, kravaty, pera apod.).

# Nezískáváte peníze, ale člověka!



- **Co vám může člen klubu nabídnout?**

- konzultace nebo výuku zdarma;
- účast nebo organizování „peer to peer“ fundraisingových kampaní;
- vytváření nových partnerství, advokacie či lobbying pro univerzitu;
- expertní pomoc vedení a managementu univerzity;
- pomoc se získáváním nových studentů;
- stáže, poradenství a pracovní příležitosti pro nové absolventy;
- pozitivní příklad pro stávající studenty;
- dobrovolnou pomoc a účast na akcích univerzity (kulturních, sportovních apod.);
- šíření dobrého jména univerzity doma i v zahraničí;
- pravidelné dárcovství a nebo jednorázový velký dar („major gift“);
- podpora konkrétního výzkumu, studentského projektu, kurzu atd.;
- poskytnutí majetku nebo peněz z odkazu;
- ...

# Metody rozvoje klubu dárců



- průzkum cílových skupin potenciálních dárců (členů klubu) – 25%
- navazování kontaktů, kultivace vztahů, příprava na nabídku k podpoře – 60%
- získání podpory – 5%
- následná péče o dárcce – poděkování, ocenění, respekt, partnerství – 10%

# Pyramidy fundraisingu





# Jak budete se členy komunikovat vy, tak budou komunikovat oni o vás!



- dejte jim pocítit, že když budou společně budovat kvalitnější a silnější univerzitu, tak se stanou kvalitnějšími a silnějšími i oni sami;
- nenechte je jen vzpomínat jaké to bylo když oni absolvovali. Poskytněte jim dostatek informací, příběhů, plánů a snů do budoucna, aby mohli být hrdí na to, jaká jejich univerzita je a bude (ne jen jaká byla);
- podpořte členy v jejich osobním a kariérním rozvoji, dejte jim možnost k tomu využít i kontakt s univerzitou;
- buďte v komunikaci se členy osobní. Měli by se cítit jako rovnocenní partneři a členové komunity, ne jako „klienti“ nebo dokonce „jen podporovatelé“;
- kultivujte vztah s univerzitou, ne s oddělením fundraisingu. Komunikujte se členy napříč univerzitou, dejte jim možnost setkávání s různými lidmi podle jejich zájmu a zaměření.

# Jak začít?



- zařazení managementu klubu absolventů do systému řízení univerzity, získání podpory záměru napříč univerzitou;
- průzkum potenciálních členů klubu (absolventů, studentů, učitelů, zaměstnanců a dalších), sběr a třídění kontaktů;
- vytvoření skupiny zájemců o rozvoj klubu – zakladatelů (zástupci budoucích cílových skupin – absolventi, studenti, učitelé ...);
- volba formy – oficiální/neoficiální a volba organizační struktury klubu;
- vytvoření strategie rozvoje klubu a fundraisingového plánu;
- podrobný plán komunikace se členy, plán benefitů, akcí a možností podpory;
- vytvoření struktury vhodné databáze nebo CRM systému;
- test klubu a databáze napříč cílovými skupinami a vyhodnocení výsledku;
- propagace a otevření klubu (podle zvolené strategie).

# KREDO



**Děkuji za pozornost!**

**Jana Ledvinová**  
**České centrum fundraisingu**  
[www.fundraising.cz](http://www.fundraising.cz)



[www.kredo.reformy-msmt.cz](http://www.kredo.reformy-msmt.cz)



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ