

**4****Vnitřní zdroje****5****Komunikace, marketing a PR**

Proč ČSOB organizuje Akademii Modrého života?

Chceme přispívat k dlouhodobému rozvoji neziskového sektoru a systematicky využívat know-how svých zaměstnanců a partnerů. Proto již poněkoličkáte s úspěchem organizujeme Akademii Modrého života. Podzimní běh je opět zaměřen na témata Vnitřních zdrojů a Komunikace, marketingu a PR.

Co je Akademie Modrého života?

- ♥ Série na sebe navazujících odborných workshopů.
- ♥ Konzultace, mentoring na téma komunikace, marketingu a PR pro účastníky Akademie Modrého života 5.
- ♥ Konzultace týkající se tvorby a realizace strategie, individuální nebo týmové koučování zaměřené na rozvoj a další růst pro účastníky Akademie Modrého života 4.
- ♥ Podporu při zveřejnění projektů na portálu www.modryzivot.cz nebo vylepšení formátu komunikace projektů na Modrém životě již prezentovaných.
- ♥ Další možnost grantové podpory až do výše 50 000 Kč na rozvoj a profesionalizaci neziskové organizace. Grantové řízení je určeno pouze pro absolventy programu Akademie Modrého života 2015.

Kdo se bude na Akademii Modrého života podílet?

Profesionálové, kteří jsou připraveni sdílet své know-how a které těší pomoc neziskovému sektoru: zaměstnanci ČSOB, zástupci spolupracujících dodavatelů a další hosté.

Odborným partnerem Akademie Modrého života je Fórum dárců.

Do předchozího, jarního běhu Akademie Modrého života se zapojilo 21 spíkrů, 8 konzultantů a 9 koučů, kteří pomohli rozvoji 21 neziskových organizací (více na www.csob.cz/csr).

Komu je program určen?

V každé Akademii Modrého života bude v podzimním běhu podpořeno až 12 neziskových organizací. Účast v programu je podmíněna přítomností vždy alespoň jednoho zástupce na každém workshopu a finálním prezentačním dni.

Účastnit se mohou vždy maximálně 3 pracovníci dané neziskové organizace. Účastníci se mohou jakkoliv střídát.

Neziskové organizace, které nesplní podmínky účasti v Akademii, nemohou žádat o grantovou podporu na další rozvoj.

Co očekáváme od účastníků?

- ♥ Zaměření se na konkrétní, jasně formulované a hlavně reálné cíle, kterých chtějí během účasti v Akademii dosáhnout.
- ♥ Aktivní účast po celou dobu workshopů a seminářů – nepřijít si akci „odsedět“, ale odpracovat na místě, prodiskutovat v rámci skupiny, získat zpětnou vazbu od spíkrů, konzultantů či mentorů.
- ♥ Pozitivní přístup a vůli ke změně.

Jak se přihlásit a jak bude proveden výběr?

Vyplněním přihlášky v PDF a jejím zasláním na e-mailovou adresu evsiskova@csob.cz nejpozději do 31. července 2015 proběhne registrace do programu.

Výběr organizací ve spolupráci s odbornou komisí proběhne na základě posouzení motivace pro účast v intenzivním rozvojovém programu během 10.–13. srpna 2015.

Následné potvrzení účasti v programu bude zasláno e-mailem kontaktním osobám nejpozději do 14. srpna 2015.

Kdy a kde se program uskuteční?

Od září do října 2015 proběhnou základní workshopy a finální prezentace.

Koučování a mentoring budou ukončeny v závislosti na dohodě s jednotlivými neziskovými organizacemi podle jejich potřeb, nejdéle však do ledna 2016.

Místem konání budou: ♥ Era svět, Jungmannovo náměstí 6, Praha 1

♥ budova ČSOB, Radlická 333/150, Praha 5

Kontakt na organizátora

Společenská odpovědnost ČSOB, Eva Šišková, evsiskova@csob.cz

Jak hodnotí neziskové organizace svoji účast v Akademii Modrého života?

„Opustili jsme komfortní zónu a odvážili se ‚investovat‘ do kampaní na sociálních sítích.“
Barbora Mocová, **Nadační fond Českého rozhlasu / Světluška** (Akademie Modrého života 3 – Komunikace, marketing a PR)

„Umíme si říct jasně, co chceme. Rozhýbali jsme naše obce a sdílíme v území společnou techniku a služby.“ Pavlína Filková, **MAS Říčansko o.p.s.** (Akademie Modrého života 3 – Komunikace, marketing a PR)

„Potvrdili jsme si spoustu věcí, které jsme dělali, ale nebyli jsme si jistí, jestli je děláme správně. Připomenuli jsme si věci, které jsme dělali, ale ne úplně pořádně, a hlavně jsme dostali nové nápady.“ Barbora Němcová, **ADRA, o. p. s.** (Akademie Modrého života 3 – Komunikace, marketing a PR)

„Díky Akademii jsme si konečně našli čas se zastavit a najít si prostor pro důležité plány a změny v naší práci.“
Naďa Dittmannová, **Spolu dětem o.p.s.** (Akademie Modrého života 2 – Vnitřní zdroje)

„Nastala změna našeho myšlení, pohledu a vnímání funkce a postavení ČHS. Ujistili jsme se, že naše práce má smysl a chceme ji dělat dál.“ Věra Lanteme, **Česká hiporehabilitační společnost** (Akademie Modrého života 2 – Vnitřní zdroje)

Akademie Modrého života 4 – Vnitřní zdroje

Nabízíme příležitost revidovat strategii, přístup k vnitřním zdrojům či spolupráci v týmu.

1	8. 9.	<p>Tvorba mise, vize a strategie Co je mise, vize a strategie Základní přístupy tvorby mise, vize a strategie v týmu Širší souvislosti mise, vize a strategie aneb na co mají vliv</p>	<p>Ladislav Jakubička výkonný manažer útvaru Řízení procesů, Strategie a rozvoj ČSOB</p>
2	16. 9.	<p>Od vize k realitě Jak přetvořit vizi v cíle a plán Vytvoření plánu cesty Užitečnost průběžného ověřování a revize plánů a cílů Jak pracovat s riziky Jak efektivně zapojit celý tým</p>	<p>Miroslav Tlapák výkonný manažer útvaru Aplikací, KBC Group NV CZ Branch</p>
3	22. 9.	<p>Jak zapojit okolí do spolupráčení vize a cílů firmy Využití odborného dobrovolnictví Jak si správně říci o pomoc</p> <p>Spolupráce v týmu: jak nastavit role, motivovat ke spolupráci a odpovědnosti celý tým Mapa pracovních vztahů a týmové role (lehká a rychlá diagnostika) Silné stránky týmu, pasti, výzvy a rozbušky Dohody o spolupráci a jejich dodržování Co děláme, když se nedohodneme (jak funguje rozhodování skupiny)</p>	<p>Adéla Jansová PR Freelancer a členka výboru Umsemumtam</p> <p>Pavel Hytha konzultant v oblasti HR, kouč a specialista firemní kultury ČSOB</p>
4	29. 9.	<p>Hodnoty a motivace Naše přesvědčení vs. realita Vnitřní a vnější motivátory: jaké mohou být, jak fungují a jak nás ovlivňují Proč je užitečné znát hodnoty a motivátory sebe a druhých Výhody a rizika motivačních systémů v organizacích</p>	<p>Iva Pavková HR Seniorní projektová manažerka, HRM ČSOB</p> <p>Jan Pešek seniorní kouč, HRM ČSOB</p>
5	6. 10.	<p>Řízení a plánování zisku pro neziskové organizace Zákonné povinnosti pro jednotlivé specifické právní formy neziskových organizací (audit, OŘ, rozsah účetnictví, DPH aj.) Finanční výkazy (rozvaha, výsledovka, cash flow) – co kde hledat, co kam dávat a jaké jsou povinné náležitosti a hlavně na co se připravit a dát si pozor</p> <p>Plánování dlouhodobého rozvoje firmy i jednotlivců Zpětná vazba, hodnocení a supervize – výhody a nevýhody, kdy je vhodné použít jakou formu Kariérní řád a další rozvojové nástroje</p>	<p>Jana Šorfová Seniorní auditorka, Vnitřní audit ČSOB</p> <p>Eva Šišková koučka, programová manažerka a CSR specialista ČSOB</p>
6	12. 10.	<p>Mapování zdrojů neziskové organizace Zdroje, ze kterých můžeme vycházet při naplňování poslání Vyhodnocení efektivity využívání zdrojů, formulování potřeb a definování priorit</p> <p>World Café Facilitované skupinové řešení otevřených, málo strukturovaných problémů pomocí zážitkové metody World Café</p>	<p>Tomáš Jindříšek zakladatel a ředitel agentury Dark Side</p> <p>Tomáš Svátek metodik vzdělávání a rozvoje HRM ČSOB</p>
7	20. 10.	<p>Finální prezentace proměn</p>	

Součástí Akademie Modrého života 4 bude i možnost využití individuálního kouče pro každou neziskovou organizaci. Pro jednu až dvě neziskové organizace možnost využití týmového koučování.

Akademie Modrého života 5 – Komunikace, marketing a PR

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

1	10. 9.	<p>Jak nastavit komunikaci, aby byla přidanou hodnotou fundraisingu</p> <p>Jak díky komunikaci vytěžit komerční sektor Jak přesvědčivě oslovit veřejnost Platební nástroje pro individuální dárcovství na internetu a pro chytré telefony Kontrolní seznamy, které pomohou rychle zmapovat silné a slabé stránky komunikace</p>	<p>Tomáš Jindříšek zakladatel a ředitel agentury Dark Side</p>
2	17. 9.	<p>Kreativní psaní: jak zkrátit své texty tak, aby zaujaly širokou veřejnost</p> <p>Jak vlastně široká veřejnost čte Jak zaujmout textem – struktura textového obsahu Jak vytěžit e-maily a příliš je nepřetížít</p> <p>Vytváření podpůrných sítí</p> <p>Data a trendy v dárcovství v ČR a srovnání se světem 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?</p>	<p>Jan Havlíček kreativní ředitel agentury Dark Side</p> <p>Alena Králíková manažerka společenské odpovědnosti ČSOB</p> <p>Klára Špíchalová ředitelka Fóra dárců</p>
3	24. 9.	<p>Jak na efektivní komunikační strategii a komunikační plán v off-line</p> <p>Jak vytvořit kvalitní komunikační strategii, která má správné cíle, cílovou skupinu Jak definovat účinný funkční a emocionální motivátor příspěvku Jak nastavit komunikační mix Jak z monitoringu konkurence získat zajímavé informace pro tvorbu vlastní strategie</p> <p>Emoce, videa a videoblogy</p> <p>Jak využít formát videa v komunikaci Jaké jsou klíčové esence dobrého videoblogu Jak autenticky sdělit svůj příběh a zaujmout Jak překonat strach z kamery Scénář a produkce videoblogu</p>	<p>Miloslav Knepr Managing Director reklamní agentury WMC Grey</p> <p>Helena Plívová výkonná ředitelka a kreativní manažerka společnosti ŽENY s.r.o.</p> <p>Veronika Šubrtová Video maker & blogger, redaktorka, manažerka sociálních sítí</p>
4	1. 10.	<p>Firemní identita a vizuální styl: jak na tištěné materiály</p> <p>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>On-line komunikace</p> <p>Jaké jsou principy cílení? Jak pracovat s daty, která o uživateli máme – rozdělení příjemců na segmenty a úroveň zapojení aj. Využití segmentace v kreativě</p> <p>Nástroje na dosah: Google AdWords a Google Analytics</p> <p>Google Analytics – proč je používat, která data jsou klíčová a jak díky měření dělat závěry a plán dalších kroků Jak využít efektivně dostupné prostředky Google AdWords? Jak nastavit kampaně? Google pro neziskové organizace: balíček služeb jako kredit do AdWords až do výše 10 000 USD</p>	<p>Vladimír Bystrov Partner, Bison & Rose</p> <p>Marek Roll Senior Consultant, Bison & Rose</p> <p>Tomáš Žlůva Media manažer Marketingové komunikace ČSOB</p> <p>Věrka Koukalová marketing Google Czech Republic</p>
5	8. 10.	<p>Sociální síť: jak využít sociální média pro podporu on-line fundraisingu</p> <p>Facebook: jak vlastně funguje a proč založit firemní stránku Jak získat první fanoušky, jak je upoutat a jakým způsobem s nimi komunikovat Jak vydělat peníze Síť Twitter a její přednosti v rychlém získávání a sdílení informací</p> <p>E-mail marketing jako jedna z cest k získání i udržení dárců a darů</p> <p>Praktické využití MailChimp Tipy, triky a doporučení</p> <p>Úspěšná komunikace a fundraising: zkušenosti United Islands</p> <p>Pořadatelé největšího tuzemského hudebního festivalu, který sází na nová zajímavá hudební jména, podporuje talentované muzikanty a oživuje veřejný prostor v atraktivních lokalitách historického centra Prahy, za sebou mají deset úspěšných ročníků, na kterých vystoupily tisíce účinkujících a které navštívily statisíce lidí. Díky čemu se United Island daří? Jaké byly úspěšné formáty komunikace a fundraisingu?</p>	<p>Eliška Vyhnánková konzultantka v oboru sociálních médií</p> <p>Lukáš Hejna ředitel Sdružení VIA</p> <p>David Gaydečka zakladatel a jednatel společnosti Ostrovy s.r.o., pořadatel festivalu United Islands</p>
6	15. 10.	<p>Individuální konzultace</p> <p>Formát: individuální konzultace (90–120 min. pro každou neziskovou organizaci) na téma komunikace, marketing, PR nebo platební nástroje na internetu a pro mobilní telefony <i>Zaslání materiálů (např. komunikační strategie, tisková zpráva, plán akcí aj. komunikační formáty) min. 14 dní předem</i></p>	<p>Vybraní specialisté dle zaměření a specializace po dohodě s jednotlivými neziskovými organizacemi</p>
7	22. 10.	<p>Finální prezentace proměn</p>	