

A photograph showing two hands clasped together on a dark wooden surface. The hand on the left is light-skinned with white nail polish, and the hand on the right is dark-skinned with a gold bracelet. The text "Kampania 'Twarze pomagania'" is overlaid on the left side of the image.

Kampania "Twarze pomagania"



▮ Misja:
**krzewienie kultury
dobroczynności**

▮ Wizja:
**dobroczynność
codziennie**

www.donateo.pl

Donateo

No 1

tak transparentny system
wspierania NGO w Polsce

**+40
tys.**

punktów partnerskich
retail

**+10
mln**

zł przekazanych na rzecz
organizacji dobroczynnych
od 2022 r.

+40

organizacji dobroczynnych
z wyłącznością mikrodonacji
Donateo

+5

kanatów omnichannel
fundraisingu cyfrowego

**+1
mln**

zapytań dziennie
o mikrodonacje

Moc dobrych gestów

Misją Donateo jest krzewienie kultury pomagania. Chcemy przypominać i pokazywać, że każda, nawet symboliczna pomoc, pomnożona przez ilość dobrych gestów, zmienia świat, jakim się otaczamy.

Wszędzie tam, gdzie pojawiają się terminale i rozwiązania Donateo, rośnie szansa na poprawienie jakości życia ludzi i zwierząt oraz rozwój ważnych inicjatyw społecznych.

Uświadamiamy i edukujemy w tym, że regularna pomoc okazywana każdego dnia w symbolicznych kwotach i wpłatach jest realnym wsparciem dla fundacji i inicjatyw, z którymi współpracujemy.



Grupa docelowa

Kobieta, zamężna, lat 30-40, posiadająca dwójkę dzieci, wykształcenie wyższe, zarobki od 5 do 8 tys. zł netto.

psychografia

Doceniająca wartość rodziny i zdrowia. Kiedyś miała okazję zetknąć się z poważną chorobą i jej konsekwencjami w bliższym lub dalszym otoczeniu. Jest aktywna i pochłania ją codzienne życie, nie ma czasu angażować się w dodatkowe inicjatywy, chyba, że zostanie o to poproszona. Chce mieć poczucie zaangażowania w ważne tematy społeczne, chętnie wykorzysta rozwiązanie drobnych wpłat, które da jej radość i satysfakcję.

zachowania

Posiada kredyt hipoteczny wraz z mężem i dom na przedmieściach średniego lub dużego miasta. Jest decydentką zakupową oraz żywicielką rodziny: dokonuje zakupów w dyskontach spożywczych typu Lidl, Biedronka, Auchan a okazynie w sieciówkach i sklepach odzieżowych stacjonarnych głównie z półki średniej (rozwważny stosunek jakości do ceny). Korzysta aktywnie z zakupów e-commerce, ogląda telewizję śniadaniową, czyta newsy na smartfonie. Marka Donateo z czymś jej się kojarzy, gdzieś na nią trafiła, ale nie potrafi sprecyzować konkretnego skojarzenia.



Co chcemy zmienić w świadomości społecznej?

Obecnie darowizny w Polsce układają się na poziomie nie niższym niż 20 zł. Jest to związane z tym, że mniejsza kwota wydaje się zbyt błaha. Z drugiej strony przekazując datek w wysokości 50-100 zł darczyńca nie dokonuje kolejnej wpłaty przez bardzo długi czas argumentując „ja już przekazałem”.

Celem kampanii jest więc wykazanie wartości minimalnych wpłat na poziomie 1-2 zł, które w skali kraju i ilości transakcji wygenerują dla organizacji dobroczynnych znaczące środki.



Moc dobrych gestów w wideo promocyjnym

Pokazujemy pozytywne i wzruszające sceny, które niosą nadzieję i pomagają zobaczyć to, że drobne decyzje i działania, jakie podejmujemy każdego dnia mogą wprowadzić bardzo duże zmiany na świecie i w życiu innych ludzi.

Pomagamy zrozumieć, że każdy rodzaj pomocy ma znaczenie. Bez względu na nasz status społeczny, zawód i pełnioną rolę możemy codziennie drobnymi gestami zmieniać świat w odrobinę lepsze miejsce.

Zależy nam na tym, by kampania była bardzo pozytywna, a także by móc przedstawić misję i cel Donateo w krótkiej i zapamiętywalnej formie.

Codziennie pomaganie jest tak proste, jak korzystanie z rozwiązań, które udostępnia Donateo.



Koncepcja Twarze pomagania

GŁÓWNE ZAŁOŻENIA:

Pokazujemy i udowadniamy, że każdy może pomóc na swój sposób oraz, że drobne dobre gesty, które wykonujemy dla innych są bezcenne i mają ogromne znaczenie, niezależnie od tego, kto je wykonuje.

REALIZACJA:

Do nagrania zapraszamy różne osoby - zarówno znanych i lubianych, jak i zwykłych Kowalskich. Z ich wypowiedzi bezpośrednio do kamery tworzymy miks realnych i wzruszających opowieści o magii pomagania w różnych formach. Zadajemy im pytania w stylu: „Dlaczego pomagasz?”, „Kiedy zacząłeś/aś?”, „Wskaż osobę, które dobre słowo zmieniło coś na lepsze w Twoim życiu. Dlaczego?”, „Czy jest ktoś, kto bardzo Ci pomógł, a nawet nie wie, że to zrobił/a?”.



↘ Fundacja Unaweza - projekt „Młode Głowy”

Stworzyliśmy pierwszy na taką skalę projekt badawczo – edukacyjny. Wyniki badań posłużą do opracowania programu profilaktycznego i konkretnych narzędzi dla dzieci, rodziców i nauczycieli. Do realizacji całego przedsięwzięcia, oprócz zaangażowania, potrzebne są również nakłady finansowe. Cieszymy się, że nawiązaliśmy współpracę z Donateo i Auchan. Akcja pomoże nam dotrzeć nie tylko do darczyńców, ale też uświadamiać jak wielka jest potrzeba działań w zakresie zdrowia psychicznego.

Martyna Wojciechowska, założycielka i prezeska Zarządu Fundacji UNAWEZA.

fot. Mariusz Janiszewski – Fundacja Unaweza



\\ Fundacja Anny Dymnej "Mimo Wszystko"

Praca w Fundacji wiąże się ze stałym szukaniem kolejnych dróg i rozwiązań, by zapewnić pomoc naszym podopiecznym.

To dla nas duża radość, gdy dowiadujemy się o nowych pomysłach, które mają szansę zmienić oblicze fundraisingu. Bardzo się cieszymy ze współpracy z platformą Donateo, która daje nam takie możliwości.

To wspaniałe obserwować jak nowe technologie wychodzą naprzeciw dobroczynności.

Anita Morga - Fundacja Anny Dymnej „Mimo Wszystko”



↘ **Dziękujemy za uwagę.**

