



Fundraising, dobrovolníci a GOTV

POL510

Miloš Gregor

2. května 2019

2 x 2 způsoby financování



principy financování

- ▶ rovnosti
- ▶ **svobody**
- ▶ veřejnosti
- ▶ kontroly

financování předvolebních kampaní

- ▶ zcela nedotované státem
- ▶ silná kontrola
- ▶ z naprosté většiny závislé na státu

příjmy politických stran

- ▶ strany mohou podnikat
- ▶ tvorba zisku z povolené činnosti
- ▶ podpora nadací
- ▶ **dary politickým stranám**

financování předvolebních kampaní

- ▶ volební kauce
- ▶ kampaň
- ▶ nákup médií

co ještě?

fundraising

- ▶ vytvořte výbor
- ▶ připravte strategii
 - ▶ příklady možných aktivit
 - ▶ finanční cíl
 - ▶ rozdělení úkolů
 - ▶ zapojení **všech** kolegů
- ▶ propagace
- ▶ 90 % výzkum
- ▶ 100% nasazení

jak na fundraising?

- ▶ přispěje pouze ten, koho oslovíte
- ▶ peníze se nedávají, peníze se získávají
- ▶ peníze nejsou nabízeny, musíte je získat
- ▶ peníze za vámi nepřijdou
- ▶ největší zbraní fundraisera je **otázka**

příprava fundraisingového eventu

- ▶ událost – co budete dělat a kde?
- ▶ jsou zvolené místo a lokalita vhodné?
- ▶ pronájem, ozvučení, osvětlení, catering... poměr cena X výkon?
- ▶ parkování
- ▶ místa k sezení
- ▶ občerstvení
- ▶ média ?
- ▶ **co lidé návštěvou získají?**

příprava fundraisingového eventu

Kavárna/ stánek na České			
položka	předpoklad	reál	rozdíl
pronájem stánku	110.000	110.000	---
polepy	25.000	25.000	---
regály na knihy (2ks)	3.000	1.780	m 1.220
knihy	5.000	1.900	m 3.100
kávovar, káva, barista	90.000		
kelímky na kávu	10.000		
stoly, židle	15.000	6.870	m 8.130
2x školní tabule + křídly/fixy	7.000	500	m 6.500
amaratura (reproduktory)	10.000	0	m 10.000
hudebníci	35.000	24.000	m 11.000
drobné vybavení (odpaďák...)	2.000		
pití pro dobrovolníky	1.000	0	m 1.000
další náklady	2.000	300	m 1.700
CELKEM	315.000		m 42.650

fundraising <—> rozpočet

- ▶ veškeré fundraisingové aktivity musí souviset s rozpočtem
- ▶ příprava rozpočtu
- ▶ rozpočet kampaně – vyrovnaný
- ▶ pozor na zákony upravující fundraising!
- ▶ kontrola, plánování, flexibilita

fundraising

- ▶ kolik do kampaně investujete vy sami?
- ▶ kolik zdrojů mohu získat od rodiny a přátel?
- ▶ kolik investují kandidáti?
- ▶ straníci?
- ▶ jaké jsou prostředky politické strany?

fundraising - případovky



fundraising - případovky



fundraising - případovky



fundraising - případovky



- ▶ equity for punks I: £750.000
- ▶ equity for punks II: £2.200.000
- ▶ equity for punks III: £4.250.000

**EQUITY FOR PUNKS IV CLOSED
ON 20TH APRIL 2016, HAVING
RAISED £19M!**



- ▶ celkem: £67.000.000



DIY DOG

THE BREWDOG BACK CATALOGUE

DIYDOG

#2 PUNK IPA

FIRST BREWED
2010 - CURRENT

POST MODERN CLASSIC. SPIKY. TROPICAL. HOPPY.

ABV 5.5% | IBU 40

THIS BEER IS

Punk IPA. Amplified. In 2010 we finally got our paws on the equipment we needed to dry hop our beers. We hopped all our energy on dry hopping, bringing up the aroma and flavor of our flagship beer to create a relentless explosion of tropical fruits, and adding a hint of Citra malt to balance out the intense amount of hops.

INGREDIENTS

MALT

Extra Pale	4.55kg	5.0%
Citra	0.25kg	0.55%

HOPS

	(g)	Add	Alpha
Chinook	20	Start	Bitter
Abtannum	0.5	Start	Bitter
Chinook	20	Middle	Flavour
Abtannum	0.5	Middle	Flavour
Chinook	27.5	End	Flavour
Abtannum	0.5	End	Flavour
Simcoe	12.5	End	Flavour
Hitman	0.5	End	Flavour
Sarasin	0.5	End	Flavour
Chinook	47.5	Dry Hop	Aroma
Abtannum	37.5	Dry Hop	Aroma
Simcoe	37.5	Dry Hop	Aroma
Hitman	20	Dry Hop	Aroma
Sarasin	37.5	Dry Hop	Aroma
Cascade	37.5	Dry Hop	Aroma
Amarillo	30	Dry Hop	Aroma

YEAST

Wyeast 956 - American Ale™

METHOD / TIMINGS

MASH TEMP

64.2°C | 152°F | 75 mins

FERMENTATION

19°C | 66.2°F

PACKAGING



BREWERS TIP

To get dry hop aroma to be as intense as possible...

FOOD PAIRING

Spikey carne asada with a pico de gallo sauce
Shredded chicken tossed with a mango-chili lime salsa
Cheese cake with a passion fruit swirl sauce



**OUR FINANCIAL DIRECTOR FINALLY
STOPPED WEARING A SUIT**

026 DDAA 18/01/17
MOTHER FUCKER DAY

200,000 CAN RECALL



**EMPLOYEE OF
THE MONTH**

200,000 CAN RECALL



Obama'08

BarackObama.com



fundraising

fundraising je nejméně oblíbená činnost.

je potřeba si jej užívat!

fundraising

trpělivost.

jak motivovat členy strany, aby pracovali pro kampaň?

práce se straníky

- ▶ nemíchejte členy strany s dobrovolníky
- ▶ zaříd'te, aby se cítili důležití
- ▶ informace = motivace -> sdílejte informace
- ▶ na první pohled by mělo být jasné, co získá straník z práce v kampani
- ▶ važte si jich – jsou ve straně, chtějí být ve straně, zajímají se!!!

práce s dobrovolníky

- ▶ jak a kde získat dobrovolníky?
- ▶ práce v malých skupinkách
- ▶ jasné instrukce
- ▶ určitá míra svobody rozhodovat
- ▶ osobní přístup k dobrovolníkům – jak?

práce s dobrovolníky

dobrovolníci vs. brigádníci?

informace pro dobrovolníky

- ▶ profil strany
- ▶ životopis kandidáta
- ▶ FAQ
- ▶ plán kampaně

Kavárna Petra Fialy							
datum	den	čas	jméno		čas	jméno	
27.zář	pátek	<i>zavřeno</i>			13:00-18:00		
28.zář	sobota	<i>zavřeno</i>			13:00-17:00		
29.zář	neděle	<i>zavřeno</i>			13:00-17:00		
30.zář	pondělí	10:00-13:30			13:30-17:00		
01.říj	úterý	10:00-13:30			13:30-17:00		
02.říj	středa	10:00-13:30			13:30-17:00		
03.říj	čtvrtek	10:00-13:30			13:30-17:00		
04.říj	pátek	10:00-13:30			13:30-17:00		
05.říj	sobota	<i>zavřeno</i>			<i>zavřeno</i>		
06.říj	neděle	<i>zavřeno</i>			<i>zavřeno</i>		
07.říj	pondělí	10:00-13:30			13:30-17:00		
08.říj	úterý	10:00-13:30			13:30-17:00		
09.říj	středa	10:00-13:30			13:30-17:00		
10.říj	čtvrtek	10:00-13:30			13:30-17:00		
11.říj	pátek	10:00-13:30			13:30-17:00		
12.říj	sobota	<i>zavřeno</i>			<i>zavřeno</i>		
13.říj	neděle	<i>zavřeno</i>			<i>zavřeno</i>		
14.říj	pondělí	10:00-13:30			13:30-17:00		
15.říj	úterý	10:00-13:30			13:30-17:00		
16.říj	středa	10:00-13:30			13:30-17:00		
17.říj	čtvrtek	10:00-13:30			13:30-17:00		
18.říj	pátek	10:00-13:30			13:30-17:00		
19.říj	sobota	<i>zavřeno</i>			13:00-17:00		
20.říj	neděle	<i>zavřeno</i>			13:00-17:00		
21.říj	pondělí	10:00-13:30			13:30-17:00		
22.říj	úterý	10:00-13:30			13:30-17:00		
23.říj	středa	10:00-13:30			13:30-17:00		
24.říj	čtvrtek	10:00-13:30			13:30-17:00		
25.říj	pátek	VOLÍME!	VOLÍME!	VOLÍME!	VOLÍME!	VOLÍME!	VOLÍME!
26.říj	sobota	VOLÍME!	VOLÍME!	VOLÍME!	VOLÍME!	VOLÍME!	VOLÍME!



**DON'T
FORGET TO
VOTE
TUESDAY
NOVEMBER 4**

GOTV

- ▶ co to je?
- ▶ kdy?
- ▶ proč?

get out the vote

- ▶ jak získat podporu těsně před volbami a přimět voliče jít volit
- ▶ GOTV musí být jasně cílené
- ▶ cílem identifikovat, **kdo vás může volit**, a přimět tyto skupiny skutečně **jít volit**

get out the vote

- ▶ závěr kampaně
- ▶ oslovují se jasní voliči
- ▶ práce s databázemi
- ▶ veškeré materiály psané na míru oslovované skupině
- ▶ načasování a opakování textů
- ▶ dvě fáze: **identifikace** a **realizace**
- ▶ getting back to voters?

get out the vote techniky

- ▶ door to door
- ▶ telefonáty
- ▶ direct mail
- ▶ letáky zanechané u dveří
- ▶ video streaming



děkuji za pozornost.

mgregor@fss.muni.cz