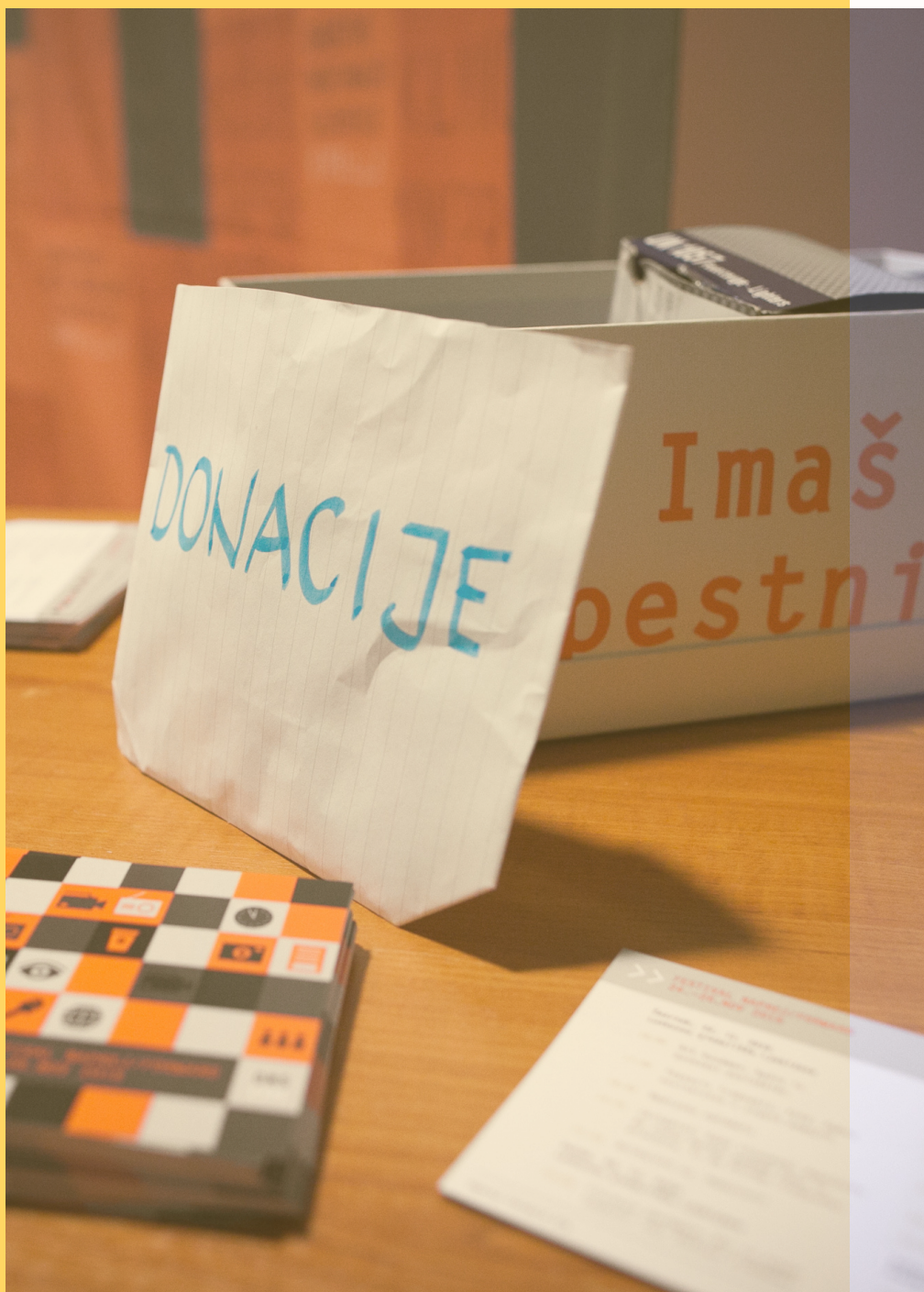


HITRO IN UČINKOVITO DO DONACIJ

Kratka tehnična priporočila za zbiranje donatorskih sredstev



DNS
()?!

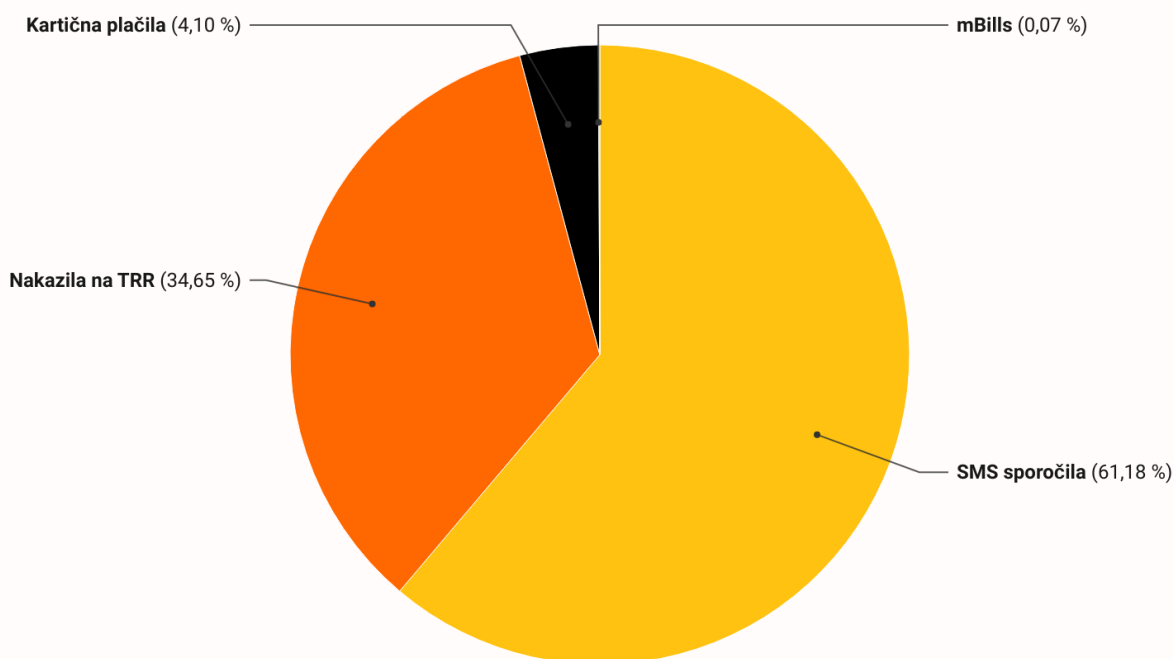
Priporočila za zbiranje donacij, ki jih podajamo v nadaljevanju, temeljijo na izkušnji Društva novinarjev Slovenije v kampanji **#zaobSTAnek**, ki je potekala v letu 2021 v dveh krogih. Večinoma se naslanjamo na izkušnje iz prvega kroga, v katerem smo zbrali **273.743,15 EUR** za podporo Slovenski tiskovni agenciji, ki ji vlada večji del leta ni plačala opravljanja javne službe.

Uvodoma izpostavljamo, da je obsežna (SMS) kampanja smiselna, ko želite ljudi nacionalno mobilizirati, problem in akter morata biti javnosti že poznana.

Za večji uspeh oziroma boljši izkupiček kampanje je priporočljivo omogočiti čim več različnih načinov plačila donacije, ki bodo prilagojeni najširšemu možnemu krogu prebivalcev oziroma vaše ciljne publike. V prvem krogu smo se odločili za donacijska SMS sporočila, nakazila na transakcijski račun in plačila s karticami, donacije pa so lahko nakazovali tudi uporabniki mobilne denarnice mBills. SMS sporočila so zelo učinkovita, saj od donatorjev ne zahtevajo posebnega truda. Hkrati pa omogočajo zelo preprosto komuniciranje in »opozarjanje« na kampanjo – **STA5 na 1919** je v našem primeru praktično postal slogan kampanje.

Prvi krog kampanje za obSTAnek

Zbrana sredstva po načinu doniranja, v odstotkih



Graf: Društvo novinarjev Slovenije • Vir: Društvo novinarjev Slovenije • Ustvarjeno z Datawrapper

SMS DONACIJE

SMS-donacije lahko izvaja **organizacija, društvo ali ustanova, ki opravlja splošnokoristne, humanitarne ali dobrodelne dejavnosti** in je vpisana v:

- razvid humanitarnih organizacij Ministrstva za delo, družino in socialne zadeve ali
- razvid humanitarnih organizacij Ministrstva za zdravje ali
- evidenco ustanov pri Ministrstvu za notranje zadeve ali
- register invalidskih organizacij Ministrstva za delo, družino in socialne zadeve.

SMS-donacije lahko izvaja **nevladna organizacija s statusom v javnem interesu**, ki ji ga dodeli ministrstvo, pristojno za področje, na katerem organizacija deluje.

OPERATERJI	KONTAKTI
Telekom Slovenije	smsdonacije@telekom.si
A1	SMSdonacije@A1.si
Telemach	Donacije@telemach.si
T-2	ic@t-2.com

Na kontaktne naslove pošljite prošnjo za pridobitev storitve s priloženo dokumentacijo.

Podpisana prošnja naj vsebuje:

- kratek opis dejavnosti organizatorja akcije,
- točen namen zbiranja sredstev in
- predviden termin zbiranja sredstev (začetek in konec).

Organizator akcije mora vlogi priložiti:

- potrdilo o vpisu v razvid ali register ali evidenco humanitarnih oziroma splošnokoristnih organizacij pri pristojnem ministrstvu,
- interni akt (statut) organizatorja akcije, iz katerega je razvidna dejavnost,
- obvestilo o vpisu v poslovni register Slovenije (obvestilo AJPEŠ),
- potrdilo Ministrstva za finance o vpisu v davčni register.

SMS DONACIJE

Operaterji se na prošnjo običajno hitro odzovejo in vas zaprosijo za dodatne podatke za pripravo pogodbe. Že v pogodbi morate napisati, na katerem **spletnem mestu** boste objavili **splošne pogoje storitve** in tudi **besedilo zahvalnega SMS sporočila**, ki ga prejmejo donatorji. Zato svetujemo, da o tem že prej razmislite in imate vse pripravljeno, saj tako postopek hitreje steče. Storitve običajno vklopijo prvega dne v mesecu, lahko je tudi sredi meseca, vendar morate prej preveriti, kdaj je možen vklop. Telekomu morate v potrditev poslati gradiva za oglaševanje.

OPERATERJI	MESEČNA NAROČNINA	PRIKLJUČNINA ZA DODATNO KLJUČNO BESEDO
Telekom Slovenije	10 € + DDV	100 € + DDV
A1	-	-
Telemach	-	-
T-2	-	50 € + DDV

Po naših izkušnjah in tudi priporočilih operaterjev je optimalna uporaba ene ključne besede. **Skoraj 90 odstotkov poslanih sporočil v prvem krogu naše kampanje je bilo s ključno besedo STA5.**

Ko oglašujete SMS donacije (na plakatih, letakih, spletnih straneh ...), morate obvezno navajati, da lahko donirajo uporabniki operaterjev, s katerimi imate podpisane pogodbe, ter povedati, na kateri spletni strani so dostopni splošni pogoji.

Če boste želeli sproti (dnevno, tedensko ...) spremljati, koliko sredstev ste zbrali s SMS donacijami, boste morali operaterje za to posebej zaprositi. Operaterji zbrana sredstva nakazujejo mesečno, po zaključku obračunskega obdobja. Primer: Če imate akcijo zbiranja sredstev v februarju, vam bodo trije operaterji zbrana sredstva nakazali v marcu, eden od operaterjev pa v aprilu.

Opomba: Podatki so veljali v času izvajanja naše kampanje, operaterji lahko spremenijo cenik in/ali pogoje.

NAKAZILA NA TRANSAKCIJSKI RAČUN

Za potrebe kampanje smo odprli dodaten transakcijski račun, čeprav je to za nas predstavljalo dodaten strošek. Ker kot članska organizacija vsak mesec prejemo več manjših nakazil, nam je poseben transakcijski račun bistveno olajšal pregled nad donacijami, poleg tega pa nismo potrebovali posebnega sklica, ki bi ga morali spremljati v spletni banki, in smo s tem zmanjšali možnost, da bi kakšno donacijo spregledali. Za manj obsežne kampanje ali organizacije, ki nimajo velikega števila transakcij, morda ni smiselno odpiranje posebnega računa, ampak le določitev posebnega sklica.

Čedalje več posameznikov uporablja mobilne banke, mobilne denarnice, zato je zelo priporočljivo, da pripravite in objavite **QR kodo za nakazila**, ki jo uporabniki poskenirajo z mobilnim telefonom. Tisti, ki bo želel nakazati, bo to lahko storil takoj, ko zagleda plakat na ulici, oglas v časopisu, prejme letak, obišče vašo spletno stran ... Svetujemo, da vam pri pripravi QR kode pomaga programer, v izogib napakam in tehničnim zapletom. Navodila za pripravo vsebine kode QR najdete na sedmi strani [Navodil za programerje UPNQR](#). Vsekakor pa ob QR kodi napišite tudi vse podatke za nakazilo – naziv in naslov prejemnika, številko transakcijskega računa, sklic, namen in kodo namena.

**Prispevaj z nakazilom
(slikaj in plačaj).**

Društvo novinarjev
Slovenije
Vošnjakova ulica 8,
Ljubljana

IBAN:
SI56 6100 0002 5727 075

BIC/SWIFT: HDELSI22
Koda namena: CHAR
Namen: Donacija za
obSTAnek
Referenca: SI99



Primer objave QR kode

Za nakazila iz tujine QR koda ni pomembna, ker druge države uporabljajo druge oblike kod. Pomembna pa je navedba BIC/SWIFT kode vaše banke. Izpostavljamo tudi, da so pri nakazilih iz tretjih držav precej visoke bančne provizije.

KARTIČNA PLAČILA

Omogočanje kartičnih plačil vam bo zagotovo koristilo, če pričakujete donacije iz tujine. Za potrebe kampanje #zaobSTAnek smo uporabili programsko rešitev Stripe. Ko kreirate poslovni Stripe račun, morate na vašo spletno stran namestiti programsko kodo, ki povezuje Stripe in vašo stran. Ob izbiri plačila s kartico informacije o znesku, plačniku in plačilni kartici potujejo prek kriptirane povezave do Stripa, ki poskrbi za varno transakcijo. Informacijo o uspešnosti transakcije nato prejmete vi (prodajalec) in kupec. Stripe račun lahko hitro odprete, pri povezavi programske kode s spletno stranjo pa boste najverjetneje potrebovali pomoč programerja oziroma administratorja vašega spletnega mesta.

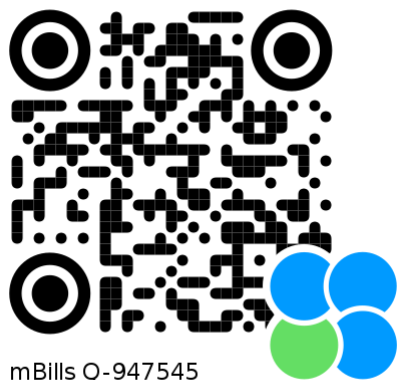
PONUĐNIKI	PROVIZIJA
Stripe	1,4 % vrednosti nakupa/donacije + 0,25 € na transakcijo
Braintree	1,9 % vrednosti nakupa/donacije + 0,30 € na transakcijo
PayPal Charity (potrebna odobritev)	1,9 % vrednosti + 0,35 € na transakcijo

MBILLS

mBills je slovenska mobilna denarnica, ki ima več kot 115 tisoč uporabnikov. Za zbiranje donacij ne zaračunavajo nadomestil. Prošnjo za zbiranje donacij pošljete na info@mbills.si. Če bodo prošnjo odobrili, boste z njimi podpisali pogodbo, za pripravo posebne QR kode pa bodo potrebovali še:

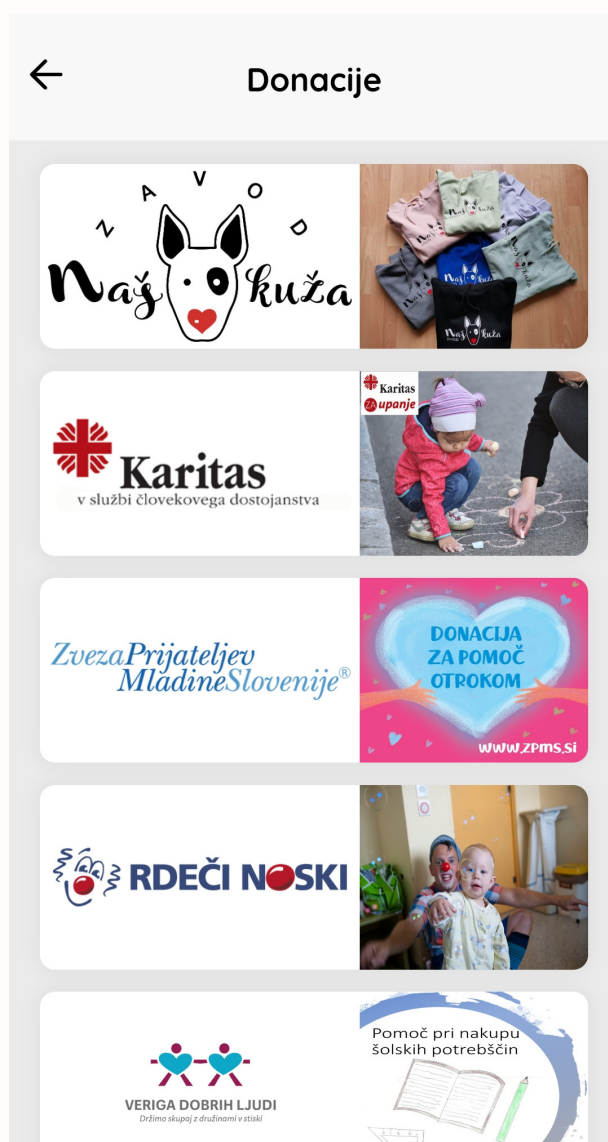
- poimenovanje projekta – glavni naslov;
- krajši opis projekta – 80 znakov;
- malenkost daljši opis do 1000 znakov;
- minimalni znesek donacije (uporabnik ga lahko povečuje);
- povezava do projekta/kampanje na spletne strani;
- sliko, ki se naj prikaže, ali mesto slike, ki jo lahko povežejo z vaše spletne strani;
- e-mail naslov, na katerega želite prejemati obvestilo ob vsaki donaciji.

Pomembno! mBills QR kode druge mobilne banke ali denarnice ne bodo prepoznale, je namenjena le uporabnikom aplikacije mBills.



Primer objave mBills QR kode.

Vašo kampanjo ali projekt lahko uvrstijo na zavihek »donacije« v aplikaciji.



Opisani načini doniranja zagotovo niso edini možni in bo morda za vašo organizacijo najprimernejši ravno kateri izmed načinov, ki jih v tem priročniku nismo opisali. Priporočila temeljijo na izkušnji ene organizacije z eno kampanjo. Ne obstaja en sam recept za uspešno zbiranje donatorskih sredstev. Naša priporočila in izkušnje so nabor predlogov in informacij, zbranih na enem mestu. Prilagodite jih svojim zmožnostim in potrebam. Želimo vam veliko uspeha!

Izdajatelj:

Društvo novinarjev Slovenije
Vošnjakova ulica 8
1000 Ljubljana

DNS
()?!

Priporočila zbrala in pripravila:

Anastazia Stepić

Naslovna fotografija:

Matej Povše

Ljubljana, 2022



REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA JAVNO UPRAVO

Priročnik spada med aktivnosti projekta 'PODPRI: razvoj inovativnih modelov podporništv in komuniciranja za NVO', ki ga sofinancira Ministrstvo za javno upravo v okviru javnega razpisa za razvoj in profesionalizacijo NVO in prostovoljstva 2019.

Ministrstvo ni odgovorno za informacije, ki jih vsebuje to in druga gradiva, ki so del projekta, in za njihovo nadaljnjo uporabo, ker predstavljajo poglede avtoric in avtorjev.