

## Event wizerunkowy Fundacji Dajemy Dzieciom Siłę

### Punkt wyjścia i nasze potrzeby

Fundacja Dajemy Dzieciom Siłę (wcześniej: Fundacja Dzieci Niczyje) od 1991 r. udziela wsparcia dzieciom doświadczającym przemocy i wykorzystywania seksualnego oraz ich rodzinom. Jesteśmy jedyną organizacją pozarządową w Polsce zajmującą się kompleksowo profilaktyką krzywdzenia dzieci oraz pomocą dzieciom doświadczonym krzywdzeniem i wykorzystywaniem seksualnym. Każdego roku udzielamy bezpośredniego wsparcia tysiącom dzieci i nastolatków w naszych Centrach Pomocy Dzieciom oraz w Telefonie Zaufania dla Dzieci i Młodzieży 116 111.

W 2021 chcemy zorganizować po raz pierwszy nasz Fundacyjny event, który będziemy powtarzać w kolejnych latach, tak aby stał się stałym punktem w rocznym kalendarzu FDDS. **Będzie on wspólnym świętem dzieci, osób już związanych z Fundacją i wszystkich tych, którzy chcą pomagać dzieciom i nie zgadzają się na ich krzywdzenie.**

Event powinien wpisywać się w podstawowy cel Fundacji Dajemy Dzieciom Siłę, czyli **pomoc dzieciom, które doznały różnych form przemocy**, w tym wykorzystywania seksualnego. Jesteśmy gotowi konsekwentnie rok po roku celebrować tę okazję i pracować na rzecz jej popularności i rozpoznawalności. Potrzebujemy pomocy w opracowaniu koncepcji tego wydarzenia.

### Event w 2021 – jakie cele ma spełniać

Wzmocnienie **rozpoznawalności FDDS** – znajomości jej nazwy i logotypu oraz wiedzy o tym, do czego dąży i komu pomaga Fundacja;

Uczczenie **trzydziestu lat** działalności Fundacji – ta okrągła rocznica przypada właśnie w 2021;

FR, dotarcie do nowych darczyńców, wypracowanie nowych sposobów (dróg, okazji) **wsparcia finansowego** Fundacji;

Zrealizowanie akcji o **jak najszerszym zasięgu**;

Zbudowanie **wspólnoty osób** trwale związanych z Fundacją, identyfikujących się z jej misją, zaangażowanych w jej projekty i działania;

**Dowartościowanie** dotychczasowych i nowo pozyskanych sympatyków Fundacji, umożliwienie im identyfikowania siebie jako osób nie zgadzających się na krzywdzenie dzieci, broniących praw dzieci;

**Podziękowanie** dotychczasowym najważniejszym donatorom i dowartościowanie ich;

Pozyskanie długofalowego wsparcia **celebrytów i influencerów** jako ambasadorów Fundacji.

### Insighty, czyli (prawie) wszystko, co warto o nas wiedzieć

1. Dzięki badaniu ilościowemu przeprowadzonemu dla Fundacji w lipcu 2020 na ogólnopolskiej reprezentatywnej próbie, wiemy, że:

- 28% respondentów wspiera regularnie organizacje pomagające dzieciom;
- 12% respondentów zna Fundację Dajemy Dzieciom Siłę, 9% osób zna jej logo (mamy ambicje na znacznie więcej);
- Dawna nazwa Fundacji (Fundacja Dzieci Niczyje) jest znana 28% respondentów;
- 2% uczestników badania już teraz wspiera finansowo Fundację Dajemy Dzieciom Siłę, 43% zapytanych osób deklaruje gotowość do wsparcia działań FDDS, 91% tych respondentów, którzy już nas wspierają, deklaruje kontynuację tego wsparcia;
- Pytani o najważniejsze problemy dotyczące obecnie dzieci respondenci wskazywali przede wszystkim na przemoc rówieśniczą (fizyczną i psychiczną), wykorzystywanie seksualne oraz uzależnienie od internetu (każda z tych odpowiedzi po ok. 46%). Wyraźnie mniej wskazań otrzymały takie odpowiedzi jak stosowanie kar fizycznych, wyzywanie, używanie poniżających słów oraz krzyczenie na dzieci (po kilkanaście %);
- Największą szansę na wsparcie finansowe mają projekty związane z przeciwdziałaniem wykorzystywaniu seksualnemu dzieci, samookaleczeniom wśród dzieci i młodzieży oraz karom fizycznym wobec dzieci;
- Wśród dotychczasowych kampanii społecznych FDDS do wsparcia finansowego najbardziej skłaniałaby respondentów kampania „Słowa ranią na całe życie” (61%), „Uważni rodzice” (46%), „Słowa dają moc” (43%), „GADKI” (42%).

2. Podczas szkolenia na temat języka marki Paweł Tkacz zwrócił nam uwagę, że dla zwiększenia rozpoznawalności Fundacji kluczowe jest koncentrowanie się w komunikacji na tym, co jest sednem naszej działalności, czyli na przeciwdziałaniu przemocy wobec dzieci, zwłaszcza wykorzystywaniu seksualnemu dzieci.

## Forma

Chcemy zaproponować odbiorcom działania na **różnych poziomach zaangażowania** – od prostych czynności, które nie wymagają przygotowania i poświęcenia dużej ilości czasu i w które bez trudu może włączyć się każdy, po bardziej wymagające formy uczestnictwa, na które zdecyduje się niewiele osób.

Ze względu na wyjątkową i nieprzewidywalną sytuację związaną z COVID, przynajmniej w 2021 r. bierzemy pod uwagę głównie działania online.

Dobrym kierunkiem jest opracowanie eventu, który, zainaugurowany online, będzie miał szansę w przyszłości w jakimś wymiarze być kontynuowany offline.

Event powinien być **związany z możliwością wsparcia finansowego Fundacji**. Sama czynność dokonania wpłaty powinna być jak najmniej skomplikowana, a czas między podjęciem decyzji a przekazaniem środków możliwie jak najkrótszy.

Jednocześnie chcemy stworzyć **rytuał** związany z zaangażowaniem się we wspieranie FDDS, opracować stałe elementy, które zawsze będą naszej akcji towarzyszyły. Według schematu: przypominajka > event > wpłata > nagroda.

## Wspieram, więc jestem (fajny)

Na potrzeby eventu **szukamy symbolu, znaku, hasła**, z którym mogłyby się utożsamiać wspierające nas osoby. Czegoś, co będzie się odwoływało do misji Fundacji, budowało poczucie wspólnoty z innymi wspierającymi, a przy okazji będzie jasnym sygnałem dla otoczenia: jestem wrażliwy(-a) na sprawy dzieci, jestem osobą zaangażowaną społecznie – fajnym, wartościowym człowiekiem.

Stworzone hasło lub symbol będzie sygnowało nasze koszulki, naklejki, nakładki na zdjęcia profilowe na fb albo jeszcze inne rzeczy, które staną się **formą podziękowania dla darczyńców**. Dla nich będą swoistym certyfikatem wrażliwości, dla nas – sposobem na zwiększenie rozpoznawalności Fundacji.

**Nasze benchmarki:** serduszko WOŚP, różowa wstążka Avonu jako symbol wsparcia walki z rakiem piersi, symboliczny żonkil upamiętniający powstanie w getcie warszawskim, linia prosta rysowana na dłoni jako wyraz wsparcia dla osób z zespołem Downa.

## Ale to nie wszystko...

Duży doroczny event to jedno, ale równolegle szukamy pomysłu na to, **jak sprawić, aby przyjaciele Fundacji pamiętali o niej także przy innych okazjach** w określonych momentach roku (również poprzez stworzenie rytuałów).

Wstępna propozycja do dopracowania (lub odrzucenia): wspieranie Fundacji przy okazji **obchodzenia urodzin własnego dziecka**. Emocje i przesłanie: wdzięczność, radość, chęć pokazania dziecku, że warto pomagać, plus oczywiście sprawienie przyjemności swojemu dziecku.

#### **Wyzwania dla agencji:**

- Zaproponowanie hasła lub (i) symbolu eventu wizerunkowego;
- Opracowanie koncepcji eventu;
- Opracowanie KV i materiałów wspierających;
- Przygotowanie strategii komunikacji, rekomendacje co do kanałów i sposobów komunikacji i promocji wydarzenia oraz działań niestandardowych;
- Realizacja zaplanowanych działań;
- Pomoc w wytypowaniu i dotarciu do celebrytów i influencerów, którzy podejmą się roli ambasadorów FDDS na potrzeby eventu.

#### **Timing:**

Do rozpisania (proponowany termin eventu wizerunkowego: czerwiec 2021).

#### **Budżet:**

Do ustalenia.

#### **Osoba kontaktowa:**

Anna Grabowska ([anna.grabowska@fdds.pl](mailto:anna.grabowska@fdds.pl), 518 511 652)