



Střednědobá strategie na 3 roky

Střednědobá strategie na 3 roky po skončení projektu týkající se naplňování cílů organizace Život v 21. století, z. s. a jejího fungování

Tento dokument vytvořili v rámci projektu Navýšení kapacit pro Život21, CZ.03.01.02/00/22_011/0000315 zaměstnanci a zaměstnankyně organizace Život ve 21. století ve spolupráci s externí expertkou.

Obsah

Střednědobá strategie na 3 roky	1
Úvod	3
Střednědobá strategie	4
Vize	4
Mise	5
Priority	6
Priorita č.1	6
Priorita č.2	6
Priorita č.3	6
Priorita č.4	6
Přehled cílů střednědobé strategie organizace	7
1 Střednědobá strategie personální politiky	8
1.1 Střednědobé cíle personální politiky	8
1.2 Aktiviny vedoucí k naplňování cílů střednědobé strategie personální politiky	8
2 Střednědobá strategie v oblasti benefitů	9
2.1 Střednědobé cíle v oblasti benefitů	9
2.2 Aktiviny vedoucí k naplňování cílů střednědobé strategie v oblasti benefitů	10
3 Střednědobá strategie v oblasti veřejných zdrojů	11
3.1 Střednědobé cíle v oblasti veřejných zdrojů	11
3.2 Aktiviny vedoucí k naplňování cílů v oblasti veřejných zdrojů	11
4 Střednědobá strategie v oblasti crowdfundingu	12
4.1 Střednědobé cíle v oblasti crowdfundingu	12
4.2 Aktiviny vedoucí k naplňování střednědobých cílů v oblasti crowdfundingu	12
5 Střednědobá strategie v oblasti sociálního podnikání	13
5.1 Střednědobé cíle v oblasti sociálního podnikání	13
5.2 Aktiviny vedoucí k naplňování střednědobých cílů v oblasti sociálního podnikání	13

Tento projekt Navýšení kapacit pro Život21, CZ.03.01.02/00/22_011/0000315 je spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky.



6 Střednědobá strategie v oblasti inovativního generování příjmů.....	14
6.1 Střednědobé cíle v oblasti inovativního generování příjmů	14
6.2 Aktivitty vedoucí k naplňování střednědobých cílů v oblasti inovativního generování příjmů.	14
7 Střednědobá strategie v oblasti soukromého dárcovství	15
7.1 Střednědobé cíle v oblasti soukromého dárcovství.....	15
7.2 Aktivitty vedoucí k naplňování střednědobých cílů v oblasti soukromého dárcovství	15
8 Střednědobá strategie v oblasti firemního dárcovství.....	16
8.1 Střednědobé cíle v oblasti firemního dárcovství	16
8.2 Aktivitty vedoucí k naplňování střednědobých cílů v oblasti firemního dárcovství.....	16
9 Střednědobá strategie v oblasti B2B dárcovských platforem	17
9.1 Střednědobé cíle v oblasti B2B dárcovských platforem.....	17
9.2 Aktivitty vedoucí k naplňování střednědobých cílů v oblasti B2B dárcovských platforem	17
10 Střednědobá strategie v oblasti spolupráce se státní správou	18
10.1 Střednědobé cíle v oblasti spolupráce se státní správou.....	19
10.2 Aktivitty vedoucí k naplňování střednědobých cílů spolupráce se státní správou.....	19
11 Střednědobá strategie v oblasti PR.....	20
11.1 Střednědobé cíle v oblasti brand awareness	20
11.2 Aktivitty vedoucí k naplňování střednědobých cílů zaměřených na brand awareness.....	20
12 Střednědobá strategie budování komunity podporovatelů	21
12.1 Střednědobé cíle v oblasti budování komunity podporovatelů.....	21
12.2 Aktivitty vedoucí k naplňování střednědobých cílů zaměřených na budování komunity podporovatelů	21
13 Střednědobá strategie navyšování počtu dárců	22
13.1 Střednědobé cíle v oblasti navyšování počtu dárců	22
13.2 Aktivitty vedoucí k naplňování střednědobých cílů zaměřených na navyšování počtu dárců	22
Závěr	23



Úvod

Expertka na úvod zdůraznila, že v tomto dokumentu se sejde veškeré naše úsilí a ukáže se, jak dobrou a kvalitní práci jsme odvedli na všech dosavadních projektových aktivitách. Vysvětlila nám, že ve střednědobém horizontu tří let se projeví veškeré případné mezery a nedostatky ve všech čtyřech oblastech, ve kterých jsme se v rámci projektu zlepšovali, a to personalistika, finance, strategické řízení a PR aktivity. A naopak, tam, kde se nám podařilo dobře přechít a zanalyzovat situaci, se nám podaří stanovené cíle splnit a případně i překročit. Proto nás vyzvala, abychom tomuto dokumentu věnovali zvýšenou pozornost a úsilí.

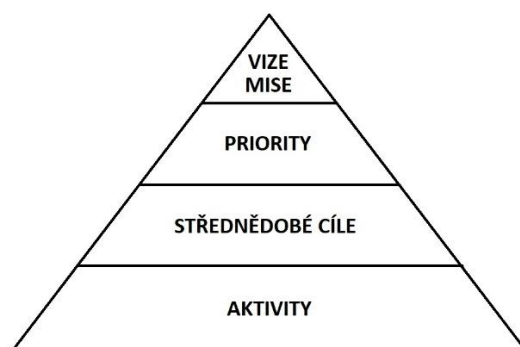
Expertka nám sdělila, že je nezbytné, abychom pravidelně monitorovali naplňování cílů a rozhodovali se na základě získaných dat. Dle expertky je třeba být flexibilní a nebát se upravovat plán aktivit tak, abychom se cílům co nejvíce přiblížili. Jako příklad uvedla nedostatečné naplňování fundraisingových cílů, kdy je zřejmé, že propad již nedokážeme dorovnat v rámci naplánovaných aktivit. V takovém případě expertka doporučuje přidat úplně novou aktivitu, např. uspořádat benefiční koncert, a takto se dostat zpět na trajektorii vedoucí k naplnění fundraisingových cílů.

Stěžejním cílem střednědobé strategie na tři roky je postupný přechod z funkční Optimální na funkční Maximalistickou variantu struktury organizace. Ta je charakterizována rozdělením rolí uvnitř jednotlivých oddělení, kdy jeden zaměstnanec nebo zaměstnankyně je specialistou na konkrétní oblast. Tato varianta zajišťuje maximální možnou výkonnost práce, jelikož nedochází ke kumulaci rolí. Důraz je kladen na zastupitelnost jednotlivých rolí. Tato varianta jasně odděluje operativu od strategie a napomáhá tak efektivnímu řízení organizace a dynamičtějšímu rozvoji.

Střednědobá strategie

Expertka nás na úvod tvorby střednědobé strategie vyzvala, abychom se nejdřív podívali do minulosti a shrnuli dopady projektu na činnost naší organizace. Shodli jsme se, že projekt byl pro organizaci přínosný a že bychom rádi po skončení projektu nadále uplatňovali nově získané vědomosti, dovednosti a kompetence. V interní rovině došlo k navýšení kapacit v oblastech řízení organizace, personálního, finančního a dotačního řízení, prezentace, PR aktivit aj. Dále se podařilo zlepšit zastupitelnost pozic v organizaci a za pomoci expertů a expertek optimalizovat stávající procesy a zavést některé nové. Velmi jsme ocenili možnost strávit společný čas reflektováním vize, mise, hodnot organizace a kultury organizace. Zaměstnanci a zaměstnankyně získali s nově nabytými poznatky i vyšší sebedůvěru. V důsledku toho jsme nyní schopni si stanovovat ambicióznější cíle.

Expertka nás vyzvala, abychom nezapomínali nahlížet na tvorbu strategie perspektivou naší vize a mise. Připomněla nám, že vize a mise musí prostupovat veškerou činností organizace a všechny jednotlivé aktivity musí být s vizí a misí v souladu. Touto perspektivou je třeba stanovovat střednědobé cíle a určovat aktivity, jak cílů dosáhnout. Expertka nám vysvětlila, že toto si lze představit jako pyramidu, kde jsou jednotlivá patra seřazena pod sebou od nejvíce obecných a abstraktních k nejvíce praktickým a konkrétním. Vize a mise jsou tedy v nejvyšším patře, další patro představuje priority, následují střednědobé cíle a aktivity v nejnižším patře. Aktivity bude potřeba průběžně vyhodnocovat vzhledem k naplňování cílů, tedy vznikne systém hodnocení, na jehož základě budou aktivity dle potřeby upravovány nebo vyměňovány.



Vize

V našem pojetí chápeme vizi jako smysl existence organizace. Měla by být krátká, stručná a výstižná. Shrnout podstatu existence organizace do jedné krátké věty nebylo vůbec jednoduché a překvapivě jsme formulaci vize museli věnovat více času, než jsme plánovali. V rámci organizace jsme se shodli na následující formulaci:

Chceme pomáhat, integrovat, vzdělávat a inspirovat.

Kvalitní služby pro českou společnost, rovné příležitosti, alternativní směry vzdělávání, sladování rodinného a pracovního života a zdravý životní styl.



Mise

V našem pojetí chápeme misi jako pragmatickou cestu, jak dosáhnout vize, kterou jsme definovali pomocí čtyř slov: pomáhat, integrovat, vzdělávat a inspirovat. Níže uvádíme konkrétní příklady činností, kterým by se naše organizace chtěla věnovat:

Pomáhat

- sociální práce
- pomoc maminkám samoživitelkám
- podpora pečujícím osobám
- prevence rizikového chování u dětí a mládeže z nepodnětného prostředí

Integrovat

- podpora znevýhodněným skupinám
- tranzitní program
- pomoc maminkám cizinkám a dětem
- vyrovnávání sociálních rozdílů

Vzdělávat

- navyšování kapacit předškolních zařízení pro nejmenší děti (0,5 až 2 roky)
- inovativní směry vzdělávání
- volnočasové aktivity
- výuka českého jazyka
- zvyšování zastoupení dívek v technických studijních oborech včetně IT

Inspirovat

- rovnost příležitostí mužů a žen
- zkrácené úvazky jako podpora pracujícím rodičům
- zvýšení participace otců při péči o děti
- sladování pracovního a rodinného života
- zdravý životní styl

Výše uváděné není kompletním výčtem činností, které spadají pod misi organizace. Seznam činností budeme průběžně měnit a doplňovat v závislosti na změnách uvnitř české společnosti. Chceme být flexibilní směrem k měnící se poptávce po službách, spolupodílet se na řešení společenských výzev a přinášet pozitivní impakt skrze kvalitní služby.



Priority

V rámci střednědobé strategie jsme identifikovali následující čtyři priority: rovné příležitosti, začleňování znevýhodněných skupin, vzdělávání a růst a rozvoj organizace. První tři priority jsou orientované navenek vůči cílovým skupinám, poslední priorita směřuje dovnitř a týká se organizace samotné. Tyto priority slouží jako jakýsi nadřazený rámec a zastřešují jednotlivé aktivity a projekty organizace. Odráží se v nich naše vize a mise, stejně jako nosná témata, která chceme nabízet a komunikovat vůči veřejnosti, cílovým skupinám i státní správě.

Priorita č.1

Rovné příležitosti

V rámci této priority budeme podporovat vyrovnávání příležitostí a šancí pro všechny členy společnosti bez rozdílu. Budeme se zasazovat se o rovnost mužů a žen ve vzdělávání, na trhu práce i v běžném životě. Razíme tezi stejné odměny za stejnou práci a rovné pracovní podmínky pro všechny. Napomáháme sladování pracovního a soukromého života. Budeme podporovat zkrácené pracovní úvazky a vyšší zapojení otců při péči o děti.

Priorita č.2

Začleňování znevýhodněných skupin

Nadále budeme podporovat začleňování sociálně znevýhodněných skupin ve společnosti. Budeme napomáhat integraci cizinců, a to jak v oblasti práce, tak i každodenního života. V rámci tranzitního programu asistujeme a aktivně pomáháme znevýhodněné mládeži během přechodu ze školy do zaměstnání. Budeme zvyšovat uplatnitelnost znevýhodněné mládeže na trhu práce prostřednictvím vlastního projektu sociálního podnikání. Angažujeme se v aktivitách zaměřených na prevenci rizikového chování marginalizovaných skupin mládeže. Nabízíme této mládeži pozitivní alternativy trávení volného času.

Priorita č.3

Vzdělávání

Naší prioritou je dostupné vzdělávání pro všechny. Akcentujeme propojování formálního a neformálního vzdělávání. Vyznáváme hodnoty celoživotního vzdělávání. Využíváme prvků alternativních vzdělávacích směrů. Propagujeme skupinovou spolupráci studentů a peer-to-peer učení. Budeme klást důraz na propojování teoretické přípravy s praxí. Podporujeme další vzdělávání pedagogů a asistentů pedagoga. I nadále budeme věnovat pozornost environmentálnímu vzdělávání a výchově ke zdravému životnímu stylu.

Priorita č.4

Růst a rozvoj organizace

Poslední priorita míří dovnitř a týká se organizace samotné. Chceme navyšovat počty zaměstnanců a zaměstnankyň, zvyšovat jejich specializaci a zefektivňovat spolupráci a interní procesy organizace. Hodláme zaměstnance a zaměstnankyně pozitivně motivovat a aktivně u nich budovat kulturu odpovědnosti. Vůči externím stakeholderům budeme pracovat na zvyšování povědomí o organizaci. Ve vztahu ke státní správě se budeme snažit být cenným a spolehlivým partnerem. Postupně budeme navyšovat kapacity organizace a dopad jejího působení, stejně jako rozšiřovat portfolio nabízených služeb.



Přehled cílů střednědobé strategie organizace

Strategie	Cíl k datu		
	31.7.2026	31.7.2027	31.7.2028
1 Personální	40% Maximalistická	70% Maximalistická	100% Maximalistická
2 Benefit	45.000 Kč	60.000 Kč	72.000 Kč
3 Veřejné zdroje	1.200.000 Kč	1.400.000 Kč	1.700.000 Kč
4 Crowdfunding	50.000 Kč	100.000 Kč	150.000 Kč
5 Sociální podnikání	0 Kč	100.000 Kč	500.000 Kč
6 Inovativní GP	250.000 Kč	350.000 Kč	500.000 Kč
7 Soukromé dárcovství	25.000 Kč	35.000 Kč	50.000 Kč
8 Firemní dárcovství	15.000 Kč	30.000 Kč	50.000 Kč
9 B2B platformy	3.000 Kč	4.000 Kč	5.000 Kč
10 Státní správa	Priorita č.1	Priorita č.3	Priorita č.2
11 Brand awareness	800 obyvatel	1.200 obyvatel	2.000 obyvatel
12 Komunita podporovatelů	300 podporovatelů	600 podporovatelů	900 podporovatelů
13 Navýšování počtu dárců	250+50+5 dárců	350+70+10 dárců	500+100+20 dárců



1 Střednědobá strategie personální politiky

Hlavní cíl střednědobé strategie personální politiky je plynulý přechod od Optimální směrem k Maximalistické variantě. Obě varianty jsou dopodrobna popsány v dokumentu *Analýza pracovních pozic a definice klíčových pozic pro organizaci Život v 21. století, z. s.* Maximalistická varianta zajišťuje maximální možnou výkonnost práce, kdy každá jednotlivá role je vykonávána jedním specialistou v dané oblasti. Oproti Optimální variantě se Maximalistická vyznačuje rychlejším růstem a rozvojem organizace, lepším rozdělením rolí uvnitř oddělení a jasnějším oddělením operativy od strategie. Toto všechno vede k velmi efektivnímu řízení organizace a jejímu dynamičtějšmu rozvoji.

1.1 Střednědobé cíle personální politiky

31.7.2026

Funkční Optimální varianta a příprava na přechod na Maximalistickou variantu – nábor nových zaměstnanců, postupná reorganizace pozic, rolí a pracovních náplní, posun od univerzálnosti směrem k vyšší míře specializace.

31.7.2027

Implementace Maximalistické varianty včetně případných úprav rozdělení pozic, rolí a pracovní náplně

31.7.2028

Funkční Maximalistická varianta

1.2 Aktivita vedoucí k naplňování cílů střednědobé strategie personální politiky

Název aktivity:

Růst organizace

Popis aktivity:

Bude probíhat nábor nových zaměstnanců a zaměstnankyň tak, aby se zaplnily všechny pozice nově implementované Maximalistické varianty – viz. strategický dokument *Analýza pracovních pozic a definice klíčových pozic pro organizaci Život v 21. století, z. s.* V rámci vzniku nových pracovních pozic a nábory zaměstnanců a zaměstnankyň bude potřeba rozšířit pracovní prostory v místě, kde organizace sídlí. V současné době prostory organizace zabírají jedno celé patro trojpodlažní budovy. S majitelem máme předjednáno, že si od něho pronajmeme i další patro, které se nachází v podkroví budovy. Následně proběhnou nutné reorganizace kanceláří tak, aby mohla obě patra sloužit všem zaměstnancům a zaměstnankyním Maximalistické varianty.

Název aktivity:

Restrukturalizace organizace

Popis aktivity:

V souvislosti s přechodem od Optimální k Maximalistické variantě bude probíhat postupná restrukturalizace firemní hierarchie, pozic i pracovních náplní. U stávajících zaměstnanců a zaměstnankyň proběhne přerozdělení rolí. Noví zaměstnanci a zaměstnankyně budou nabíráni a školeni tak, aby byli specialisty na konkrétní oblasti působení a nedocházelo tak ke zbytečné kumulaci funkcí. Zároveň bude kladen důraz na řešení zastupitelnosti pro případ nepřítomnosti někoho ze zaměstnanců a zaměstnankyň.



2 Střednědobá strategie v oblasti benefitů

Systém benefitů ve střednědobé strategii je navázán na přechod od Optimální k Maximalistické variantě. Je třeba, aby systém benefitů korespondoval s příslušnou variantou, tedy níže uvádíme plán a cíle v oblasti systému benefitů. Obě varianty a systém benefitů v návaznosti na finance jsou dopodrobna popsány v dokumentech *Mzdová politika organizace Život v 21. století, z. s. – systém hodnocení, kariérního postupu, benefitů a Analýza finančního plánu a financování organizace Život v 21. století, z.s.*

2.1 Střednědobé cíle v oblasti benefitů

Aktuálně organizace funguje v módu Optimální varianty a nabízí svým zaměstnancům benefity uváděné níže v tabulce. Celkový roční náklad těchto benefitů je cca 25.000 Kč.

Ostatní náklady	25.000 Kč
Zdravé stravování	0 Kč
Společná snídane	2.000 Kč
Pub-kvíz	4.000 Kč
Sportovní den	5.000 Kč
Vánoční večírek	3.000 Kč
Placené vzdělávání	8.000 Kč
Narozeninová party	-
Eko prostředky	0 Kč
Prevence vyhoření	3.000 Kč

Tabulka 1: Aktuální roční náklad benefitů

31.7.2026

V souvislosti s postupným růstem a reorganizací v rámci organizace se zvýší náklady na cca 45.000 Kč ročně, aby organizace zajistila všem zaměstnancům a zaměstnankyním přístup k systému benefitů.

31.7.2027

V souvislosti s postupným růstem a reorganizací v rámci organizace se zvýší náklady na cca 60.000 Kč ročně, aby organizace zajistila všem zaměstnancům a zaměstnankyním přístup k systému benefitů.

31.7.2028

Cílem k tomuto datu je plně funkční Maximalistická varianta, kdy organizace bude zaměstnancům a zaměstnankyním nabízet benefity uváděné v tabulce níže. Celkový roční náklad těchto benefitů bude cca 72.000 Kč.

Ostatní náklady	72.000 Kč
Zdravé stravování	0 Kč
Společná snídane	4.000 Kč
Pub-kvíz	8.000 Kč
Sportovní den	10.000 Kč
Vánoční večírek	6.000 Kč
Placené vzdělávání	16.000 Kč
Narozeninová party	25.000 Kč
Eko prostředky	0 Kč
Prevence vyhoření	3.000 Kč

Tabulka 2: Roční náklad benefitů tři roky od skončení projektu



2.2 Aktivita vedoucí k naplňování cílů střednědobé strategie v oblasti benefitů

Název aktivity:

Rozšíření portfolia nabízených benefitů

Popis aktivity:

Abychom mohli zaměstnancům a zaměstnankyním nabídnout širší portfolio benefitů, bude potřeba adekvátně navýšit rozpočet na benefity. Toho docílíme kombinací jednak vyšší efektivity fundraisingu a také generováním vlastních příjmů organizace tak, jak je popsáno v *Pilotáž, vyhodnocení a nastavení procesů generujících vlastní příjmy organizace Život v 21. století, z. s.* Po představení nového benefitu budeme monitorovat zpětnou vazbu od zaměstnanců a zaměstnankyň. Na základě této zpětné vazby budeme případně benefity upravovat nebo měnit.



Střednědobá finanční strategie

Do střednědobé finanční strategie jsme zahrnuli jak veřejné, tak i soukromé zdroje financování.

3 Střednědobá strategie v oblasti veřejných zdrojů

Veřejnými zdroji rozumíme dotace a granty, z nichž organizace využívá primárně tyto dva druhy: dotace ze strukturálních fondů a dotace z národních zdrojů. U dotací ze strukturálních fondů žádáme o finanční podporu u dvou řídicích orgánů, a to u Ministerstva práce a sociálních věcí a Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy. U dotací z národních zdrojů žádáme o finanční podporu primárně u Jihomoravského kraje a města Brna. Více informací k veřejným zdrojům uvádí dokument *Analýza finančního plánu a financování organizace Život v 21. století, z.s.*

3.1 Střednědobé cíle v oblasti veřejných zdrojů

31.7.2026

V souvislosti s přechodem od funkční Optimální varianty směrem k Maximalistické jsme si stanovili měřitelný cíl získat 1.200.000 Kč z veřejných zdrojů, a to jak z dotací ze strukturálních fondů, tak i z národních zdrojů.

31.7.2027

V souvislosti s přechodem od funkční Optimální varianty směrem k Maximalistické jsme si stanovili měřitelný cíl získat 1.400.000 Kč z veřejných zdrojů, a to jak z dotací ze strukturálních fondů, tak i z národních zdrojů.

31.7.2028

V souvislosti s přechodem od funkční Optimální varianty směrem k Maximalistické jsme si stanovili měřitelný cíl získat 1.700.000 Kč z veřejných zdrojů, a to jak z dotací ze strukturálních fondů, tak i z národních zdrojů.

3.2 Aktivita vedoucí k naplňování cílů v oblasti veřejných zdrojů

Název aktivity:

Příprava žádostí o dotace

Popis aktivity:

Vedení organizace bude identifikovat relevantní výzvy jak ze strukturálních fondů, tak i národních zdrojů. V rámci organizace proběhne diskuze o tom, zda se výzvy zúčastnit nebo ne, případně v jakém rozsahu. Následně vedení organizace vypracuje rámcový přehled nejdůležitějších údajů a tyto předá dál. Na základě těchto informací budou začnou nově proškolené zaměstnankyně vyplňovat žádosti o dotace z veřejných zdrojů. Zároveň bude na jejich zodpovědnost hlídat termíny, zajistit formální a věcnou správnost v souladu s požadavky výzvy a dodat všechny přílohy.



Soukromé zdroje

Soukromými zdroji financování rozumíme nástroje, z nichž organizace využívá následující: crowdfunding, inovativní generování příjmů, sociální podnikání, B2B platformy, soukromé dárcovství a firemní dárcovství.

4 Střednědobá strategie v oblasti crowdfundingu

Podstatou crowdfundingu je tvorba kampaní na specializovaných serverech, kde organizace mají možnost uspořádat sbírku a vybrat potřebnou částku na konkrétní projekty. Důležitou součástí crowdfundingu je transparentnost a kontrola využití financí. Pokud veřejnost získá v organizaci a projekt důvěru, požadovaná částka se často podaří vybrat a účel projektu se následně naplní. Detailní informace o crowdfundingu jsou uvedeny v dokumentu *Fundraisingová strategie organizace Život v 21. století, z. s.*

4.1 Střednědobé cíle v oblasti crowdfundingu

31. 7. 2026

Máme za cíl vybrat 50.000 Kč na rozjezd sociálního podnikání. Od 1. 8. 2026 začíná příprava crowdfundingové kampaně, která bude zaměřena na podporu konkrétních osob z cílové skupiny v rámci tranzitního programu.

31. 7. 2027

Máme za cíl vybrat 100.000 Kč na podporu konkrétních osob z cílové skupiny v rámci tranzitního programu. Od 1. 8. 2027 začíná příprava crowdfundingové kampaně, která bude zaměřena na rozvoj alternativních směrů vzdělávání v rámci organizace.

31. 7. 2028

Máme za cíl vybrat 150.000 Kč na rozvoj alternativních směrů vzdělávání v rámci organizace. Na základě výše uváděných tří crowdfundingových kampaní nabudeme praktické zkušenosti a crowdfunding se stane nedílnou součástí vícezdrojového financování organizace.

4.2 Aktivita vedoucí k naplňování střednědobých cílů v oblasti crowdfundingu

Název aktivity:

Příprava a spuštění crowdfundingových kampaní

Popis aktivity:

V průběhu každého ze tří po sobě jdoucích let proběhne příprava crowdfundingových kampaní zaměřených na různé priority. Součástí spuštění bude PR kampaň na webu a sociálních sítích organizace. Na vybraném crowdfundingovém portálu následně vždy založíme sbírku a budeme ji administrovat. O průběhu a ukončení sbírky včetně variant, kdy se nepodaří vybrat plnou částku, případně se vybere více než byla požadovaná částka, budeme veřejnost informovat, a to opět na webu a sociálních sítích organizace.



5 Střednědobá strategie v oblasti sociálního podnikání

Sociální podnikání přináší možnost generování vlastních příjmů s velkým potenciálem a s tím spojenou vyšší finanční stabilitu organizace. Velkou výhodou do začátku je možnost získat dotaci na sociální podnikání ze strukturálních fondů. Expertka nám doporučila podat si žádost a pokusit se získat prostředky na rozjezd sociálního podnikání. Pokud se sociální podnikání dobře etabluje, organizace využije zisk ze sociálního podnikání k reinvestování a následnému rozvoji organizace. Detailní informace o našem projektu sociálního podnikání jsou uvedeny v dokumentu *Pilotáž, vyhodnocení a nastavení procesů generujících vlastní příjmy organizace Život v 21. století, z. s.*

5.1 Střednědobé cíle v oblasti sociálního podnikání

31. 7. 2026

Organizace očekává 0 Kč zisku ze sociálního podnikání, protože v průběhu posledních 12 měsíců probíhalo plánování a příprava sociálního podnikání.

31. 7. 2027

Organizace očekává 100.000 Kč zisku ze sociálního podnikání. Tato částka byla snížena s ohledem na zvýšené náklady během prvního roku provozu a určitou rizikovost, kterou jakékoliv podnikání přináší. Jako organizace si budeme hlídat náklady a vyhodnocovat míru rizika, a počítáme s tím, že období rozjezdu sociálního podnikání se může protáhnout, takže neočekáváme za toto období vysoký zisk.

31. 7. 2028

Organizace očekává, že sociální podnikání vygeneruje 500.000 Kč, protože již bude mít úspěšně za sebou počáteční fázi, viz. výše. Předpokládáme, že od tohoto momentu se sociální podnikání bude úspěšně rozvíjet a stane se jedním z pilířů vícezdrojového financování organizace.

5.2 Aktivita vedoucí k naplňování střednědobých cílů v oblasti sociálního podnikání

Název aktivity:

Příprava a spuštění projektu sociálního podnikání

Popis aktivity:

Příprava sociálního podnikání budou zahrnovat vyřízení všech úředních a právních náležitostí nutných pro založení sociálního podniku. Pokud bude otevřena výzva na Sociální podnikání, zažádáme si o dotaci, která by nám z velké části pokryla náklady na rozběhnutí projektu. Dále proběhnou podpisy smluv s novými zaměstnanci a zaměstnankyněmi z řad cílové skupiny. Nakoupí se pracovní pomůcky – čistící a úklidové prostředky. Paralelně s těmito aktivitami spustíme kampaň na podporu sociálního podnikání na webu a sociálních sítích organizace. O projektu budeme informovat stávající klienty a podporovatele organizace. Budeme se rovněž přihlašovat do veřejných zakázek od státních institucí. Hospodaření sociálního podniku budeme bedlivě monitorovat z hlediska ziskovosti, cashflow, získávání zakázek, lidských zdrojů a zpětné vazby od cílových skupin. Na základě dat získaných z monitoringu budeme sociální podnik řídit.

6 Střednědobá strategie v oblasti inovativního generování příjmů

Inovativním generováním příjmů se rozumí prodej děl v digitálním formátu, např. umělecké tvorby, a z ní plynoucí příjmy v kryptoměnách. Dle expertky jde o moderní a zajímavý způsob generování příjmů, který u neziskového sektoru není ještě tolik rozšířen, avšak pomalu nabírá na popularitě. Nabízí nesporné výhody, např. škálovatelnost nebo rychlost transakcí, avšak ruku v ruce s ním jdou i některá potenciální rizika, jako je např. volatilita kryptoměn. Společně s expertkou jsme vymysleli, že bychom mohli nabízet k prodeji výtvarná díla znevýhodněné mládeže jakožto jedné z cílových skupin organizace. Tím bychom kromě zajištění dalšího zdroje financování organizace zároveň finančně podpořili i tuto cílovou skupinu, jelikož bychom si zisk z prodeje děl rozdělili. Detailní informace o našem projektu inovativního generování příjmů jsou uvedeny v dokumentu *Pilotáž, vyhodnocení a nastavení procesů generujících vlastní příjmy organizace Život v 21. století, z. s.*

6.1 Střednědobé cíle v oblasti inovativního generování příjmů

31.7.2026

Inovativní generování příjmů 250.000 Kč – Na základě dosavadních pozitivních zkušeností si organizace dala ambiciózní cíl vygenerovat 250.000 Kč v rámci vícezdrojového financování.

31.7.2027

Inovativní generování příjmů 350.000 Kč – Organizace očekává, že se bude dařit pokračovat v nastaveném trendu růstu tohoto typu příjmů.

31.7.2028

Inovativní generování příjmů 500.000 Kč – Organizace vidí potenciál v inovativním generování příjmů a počítá s vygenerováním 500.000 Kč k 31. 7. 2028 na základě zkušeností získaných v posledních třech letech.

6.2 Aktivita vedoucí k naplňování střednědobých cílů v oblasti inovativního generování příjmů

Název aktivity:

Příprava a spuštění projektu inovativního generování příjmů

Popis aktivity:

V rámci příprav proběhnou pohovory s cílovou skupinou a jejich zákonnými zástupci. Následně společně podepíšeme smlouvy o spolupráci a rozdáme cílové skupině zakoupené výtvarné pomůcky. Bude vytvořena nová galerie děl na blockchainu, kam budeme nahrávat výtvarná díla cílové skupiny. Galerie bude průběžně aktualizována. Paralelně s těmito aktivitami proběhnou PR kampaně na podporu prodeje děl na webu a sociálních sítích organizace. Zároveň bude probíhat monitoring finančních ukazatelů, na jejichž základě budeme případně projekt upravovat nebo škálovat. O projektu budeme také informovat stávající klienty a podporovatele organizace. Do budoucna vidíme potenciál v profesionalizaci, tzn. navázat spolupráci s profesionálními umělci a zařadit jejich díla do našeho portfolia.



7 Střednědobá strategie v oblasti soukromého dárcovství

Dárcovství od soukromých osob je jedním z pilířů financování neziskového sektoru. Dárcovství může být finanční i věcné, může probíhat jednorázově, opakovaně nebo i pravidelně. Expertka nám doporučila zintenzivnit naši aktivitu za účelem hledání soukromých dárců, posílit prezentaci aktivit na sociálních sítích a vytvořit samostatnou sekci pro dárce na webu organizace tak, aby možnost darovat byla pro potenciální zájemce co nejpřístupnější a nejjednodušší. Detailní informace o soukromém dárcovství jsou uvedeny v dokumentu *Fundraisingová strategie organizace Život v 21. století, z. s.*

7.1 Střednědobé cíle v oblasti soukromého dárcovství

31. 7. 2026

Soukromí dárce 25.000 Kč – V průběhu projektu se nám dařilo u soukromých dárců, a na základě toho si dáváme ambiciózní cíl k 31. 7. 2026 vybrat 25.000 Kč, kterého dosáhneme získáváním nových dárců v období od 1. 8. 2025 do 31. 7. 2026.

31. 7. 2027

Soukromí dárce 35.000 Kč – Součástí strategie je snaha motivovat jednorázové dárce k tomu, aby se stali opakovanými dárce. Zároveň je třeba získávat nové dárce a tím navýšovat příjmy. Dáváme si za cíl k 31. 7. 2027 vygenerovat 35.000 Kč.

31. 7. 2028

Soukromí dárce 50.000 Kč – Jako další logický krok směrem ke zvýšení příjmů je motivovat jednorázové a opakované dárce k tomu, aby se stali opakovanými dárce. Zároveň s tímto bude probíhat akvizice nových dárců. Dáváme si za cíl k 31. 7. 2028 vygenerovat 50.000 Kč.

7.2 Aktivita vedoucí k naplňování střednědobých cílů v oblasti soukromého dárcovství

Název aktivity:

Získávání nových soukromých dárců a motivace stávajících

Popis aktivity:

Sekce pro soukromé dárcovství na webu organizace bude průběžně aktualizována a doplňována. Na webu a sociálních sítích organizace budou probíhat PR kampaně na podporu soukromého dárcovství, získávání nových dárců, motivaci stávajících dárců k tomu, aby se stali opakovanými dárce a ideálně pravidelnými dárce, a budování komunity dárců a podporovatelů organizace. Zároveň budeme aktivně oslovovat stávající klienty organizace s žádostí o podporu, a to jak napřímo, tak i prostřednictvím emailu. Součástí aktivit bude finanční management včetně případných úprav výše nákladů na PR kampaně.



8 Střednědobá strategie v oblasti firemního dárcovství

Firemní dárcovství je podle expertky dalším zajímavým způsobem, jak zajistit vyšší finanční udržitelnost organizace. Firmy je třeba aktivně oslovovat s žádostí o podporu, udržovat s nimi dobré vztahy, aktivně komunikovat a pokoušet se je přesvědčit, že dárcovství za účelem podpory aktivit neziskového sektoru je dobrá věc. Rozhodli jsme se tedy, že na webu organizace vytvoříme samostatnou sekci pro firemní dárce. Detailní informace o firemním dárcovství jsou uvedeny v dokumentu *Fundraisingová strategie organizace Život v 21. století, z. s.*

8.1 Střednědobé cíle v oblasti firemního dárcovství

31.7.2026

Firemní dárce 15.000 Kč – Během projektu jsme nastavili proces, jak získávat finance od firemních dárců, a máme za cíl touto cestou k 31. 7. 2026 vygenerovat 15.000 Kč.

31.7.2027

Firemní dárce 30.000 Kč – Organizace provede revizi procesu získávání firemních dárců a rozhodne o jeho zachování, pokud bude efektivní a plnit účel. V opačném případě dojde k úpravě procesu a jeho zdokonalení. Máme za cíl k 31. 7. 2027 vygenerovat 30.000 Kč od firemních dárců.

31.7.2028

Firemní dárce 50.000 Kč – Během tří let od skončení projektu získáme potřebné dovednosti a zkušenosti v oblasti firemního dárcovství. Klademe si proto za cíl k 31. 7. 2028 vygenerovat 50.000 Kč od firemních dárců.

8.2 Aktivita vedoucí k naplňování střednědobých cílů v oblasti firemního dárcovství

Název aktivity:

Získávání nových firemních dárců a motivace stávajících

Popis aktivity:

Sekce pro firemní dárcovství na webu organizace bude průběžně aktualizována a doplňována. Na webu a sociálních sítích organizace budou probíhat PR kampaně na podporu firemního dárcovství, získávání nových dárců, motivování stávajících dárců k tomu, aby se stali opakovanými a ideálně i pravidelnými dárce, a budování komunity dárců a podporovatelů organizace. Zároveň budeme aktivně oslovovat stávající klienty organizace s žádostí o tipy na potenciální firemní dárce, a to jak napřímo, tak i prostřednictvím emailu. Součástí aktivit bude finanční management včetně případných úprav výše nákladů na PR kampaně.



9 Střednědobá strategie v oblasti B2B dárcovských platforem

Poměrně neotřelým způsobem fundraisingu je dárcovství prostřednictvím B2B platforem, kdy lidé mohou darovat během nakupování na internetu. Na specializovaném portálu si nejprve vyberou eshop, kde budou nakupovat, následně jsou přesměrováni na tento eshop, kde běžným způsobem nakoupí. Určité procento z částky za nákup pak platforma poukáže na provozní účet organizace. Tento způsob dárcovství dle expertky nabírá na popularitě zejména proto, že je uživatelsky velmi jednoduchý. V rámci organizace jsme se tehdy rozhodli, že ho zahrneme do našeho portfolia zdrojů fundraisingu. Detailní informace o B2B dárcovských platformách jsou uvedeny v dokumentu *Fundraisingová strategie organizace Život v 21. století, z. s.*

9.1 Střednědobé cíle v oblasti B2B dárcovských platforem

31.7.2026

Organizace vygeneruje finanční prostředky ve výši 3.000 Kč prostřednictvím B2B dárcovských platforem.

31.7.2027

Organizace vygeneruje finanční prostředky ve výši 4.000 Kč prostřednictvím B2B dárcovských platforem.

31.7.2028

Organizace vygeneruje finanční prostředky ve výši 5.000 Kč prostřednictvím B2B dárcovských platforem.

9.2 Aktivita vedoucí k naplňování střednědobých cílů v oblasti B2B dárcovských platforem

Název aktivity:

Příjem darů prostřednictvím B2B dárcovských platforem

Popis aktivity:

Na webu organizace zřídíme sekci pro dárcovství prostřednictvím B2B dárcovských platforem. Budou probíhat PR kampaně na podporu této formy dárcovství na sociálních sítích organizace. Součástí aktivity bude finanční management včetně sledování a výnosů v poměru k nákladům na PR kampaně a případných úprav nákladů na PR kampaně.

Hodnocení finančního hospodaření organizace

Organizace bude průběžně hodnotit finanční hospodaření organizace, a to dvakrát ročně na jaře a na podzim. Je nezbytné závčas zhodnotit finanční zdraví organizace, jelikož v případě zjištění vážnějších potíží těsně před koncem finančního roku, by již nezbývalo příliš času na nápravu. Tímto způsobem organizace bude maximalizovat prospekt pozitivní bilance na konci fiskálního roku, a razantně zvýší šance na zajištění finanční udržitelnosti organizace.



10 Střednědobá strategie v oblasti spolupráce se státní správou

V rámci prohlubování spolupráce se státní správou jsme si stanovili následující čtyři oblasti spolupráce:

- Zlepšování spolupráce v oblasti tranzitního programu
- Navyšování kapacit a zkvalitňování předškolního vzdělávání a péče
- Spolupráce při integraci ukrajinských rodičů s dětmi
- Náprava negativního mediálního obrazu neziskového sektoru

Zlepšování spolupráce v oblasti tranzitního programu

Organizace chápe tranzitní program jako pomoc žákům a žákyním a studentům a studentkám se specifickými vzdělávacími potřebami nabývat zkušenosti v oblasti pracovního života a zvýšit jejich šance na získání zaměstnání po ukončení školní docházky.

Navyšování kapacit a zkvalitňování předškolního vzdělávání a péče

Naším cílem není jen navýšení kapacit, ale i zkvalitňování standardů péče o nejmenší děti a pomoc rodičům při sladování pracovního a rodinného života. Jako hlavní benefity dětských skupin vidíme podporu návratu maminek do práce na částečný úvazek, zvyšování participace mužů a otců při výchově, malé skupinky dětí, individuální přístup, pobyt na čerstvém vzduchu a otevírací doba přizpůsobena časovým možnostem rodičů.

Spolupráce při integraci ukrajinských rodičů s dětmi

Dobře vnímáme skutečnost, že situace ukrajinských rodičů s dětmi je složitá. Ukrajinské rodiny naráží na nerovné podmínky při hledání práce, ubytování, umístění dětí do školních zařízení, registraci k praktickému nebo zubnímu lékaři aj. Vzhledem k vysokým počtům ukrajinských rodin s dětmi v kraji je tlak na státní správu velký, především v sociální oblasti.

Náprava negativního mediálního obrazu neziskového sektoru

Je zřejmé, že pouze jedna organizace nedokáže sama změnit mediální obraz neziskového sektoru na celorepublikové úrovni. Můžeme se však o to pokoušet na místní úrovni, tj. městská část, město a kraj, kde působíme. Domníváme se, že nejlepším způsobem, jak přispívat ke zlepšení mediálního obrazu neziskového sektoru, je široce spolupracovat se státní správou, nabízet co nejkvalitnější služby, fungovat maximálně transparentně, správně komunikovat hodnoty organizace a naslouchat zpětné vazbě cílových skupin.

Detailní informace o spolupráci se státní správou jsou uvedeny v dokumentu *Strategie pro prohlubování spolupráce se státní správou při tvorbě veřejných politik*.



10.1 Střednědobé cíle v oblasti spolupráce se státní správou

31.7.2026

Stanovili jsme si měřitelný cíl podepsat spolupráci na společném projektu s městskou částí Brno-sever v oblasti navyšování kapacit a zkvalitňování předškolního vzdělávání a péče.

31.7.2027

Stanovili jsme si měřitelný cíl podepsat spolupráci na společném projektu s Magistrátem města Brna v oblasti volnočasových aktivit a environmentální výchovy pro znevýhodněné děti a mládež.

31.7.2028

Stanovili jsme si měřitelný cíl podepsat spolupráci na společném projektu s Jihomoravským krajem v oblasti tranzitního programu a systému péče o ohrožené děti včetně zařízení pro výkon ústavní a ochranné výchovy.

10.2 Aktivity vedoucí k naplňování střednědobých cílů spolupráce se státní správou

Název aktivity:

Společné projekty se státní správou

Popis aktivity:

Během časového období *Střednědobé strategie* budou třikrát za rok probíhat schůze, tzv. kulaté stoly mezi naší organizací a pracovníky státní správy, na kterých budeme řešit možnosti spolupráce ve třech oblastech: předškolní vzdělávání a péče, volnočasové aktivity a environmentální výchova pro znevýhodněné děti a mládež a systém péče o ohrožené děti včetně zařízení pro výkon ústavní a ochranné výchovy plus tranzitní program. Tyto oblasti reflektují první tři ze čtyř priorit tak, jak jsou definovány v sekci Priority na začátku tohoto dokumentu. Naším cílem je přetavit naše návrhy v rámci spolupráce se státní správou v konkrétní společné projekty s pozitivním impaktem na cílové skupiny.



11 Střednědobá strategie v oblasti PR

Detailní informace o PR strategii organizace jsou uvedeny v dokumentu *PR strategie organizace Život v 21. století, z. s.*

11.1 Střednědobé cíle v oblasti brand awareness

Jedním z cílů PR strategie je šířit a zvyšovat povědomí o organizaci u široké veřejnosti, jejím fungování, aktivitách a hodnotách.

31.7.2026

V rámci PR strategie jsme si stanovili měřitelný cíl, aby alespoň 800 obyvatel, tedy dvě procenta z celkem 40 tisíc obyvatel, kteří žijí v městské části Brno-sever, mělo základní povědomí o organizaci. Toto budeme zjišťovat a měřit pomocí dotazníků u náhodně vybraného vzorku obyvatel.

31.7.2027

Budeme pokračovat v PR kampaních a navyšujeme cíl, aby alespoň tři procenta z celkem 40 tisíc obyvatel v městské části Brno-sever, tj. alespoň 1200 osob mělo povědomí o naší organizaci.

31.7.2028

K tomuto datu si opět navyšujeme cíl na pět procent, tedy, aby základní povědomí o organizaci mělo minimálně 2000 obyvatel městské části.

Další ambiciózní cíl je zahájit spolupráci s profesionální kreativní agenturou při tvorbě kampaní. Vzhledem k tomu, že máme nastaveny vysoké finanční cíle, viz. sekce *Střednědobé cíle finanční*, organizace bude schopna si tyto služby dovolit. Od spolupráce očekáváme, že společně vytvoříme kreativní koncept, zoptimalizujeme fundraisingové procesy a agentura přispěje svým know-how k obohacení našich PR aktivit. Budeme preferovat agenturu, která již má zkušenosti s neziskovým sektorem a organizacemi a tím pádem zajistí, že naše kampaně budou v souladu s nejnovějšími trendy a aktivizují cílové skupiny kampaní.

11.2 Aktivity vedoucí k naplňování střednědobých cílů zaměřených na brand awareness

Název aktivity:

Zvyšování brand awareness

Popis aktivity:

Budou probíhat PR kampaně na zvyšování brand awareness, např. formou placené reklamy v občasníku městské části nebo letákové kampaně v rámci naší městské části, případně sousedících městských částech. Důraz bude kladen na pravidelnou aktivitu na sociálních sítích organizace. Jedenkrát ročně uspořádáme Den otevřených dveří v organizaci. Brand awareness budeme měřit formou dotazníkových šetření.



12 Střednědobá strategie budování komunity podporovatelů

12.1 Střednědobé cíle v oblasti budování komunity podporovatelů

Jedním z cílů PR strategie je budování komunity podporovatelů organizace. Podporovatelem organizace se rozumí osoba, která udělí organizaci informovaný souhlas k tomu, aby ji mohla zařadit do databáze podporovatelů a zároveň ji může aktivně a pravidelně oslovovat s žádostí o finanční i nefinanční podporu. Platí, že čím větší je skupina podporovatelů, tím je vyšší šance, že se zároveň zvětší skupina dárců. Proto je cílem PR strategie aktivně rozšiřovat skupinu podporovatelů organizace.

31.7.2026

K tomuto datu si stanovujeme cíl mít v databázi 300 podporovatelů v databázi.

31.7.2027

K tomuto datu navýšujeme cíl na 600 podporovatelů v databázi.

31.7.2028

K 31. 7. 2028 se zavazujeme k cíli mít 900 podporovatelů v databázi.

12.2 Aktivita vedoucí k naplňování střednědobých cílů zaměřených na budování komunity podporovatelů

Název aktivity:

Budování komunity podporovatelů organizace

Popis aktivity:

Budeme aktivně oslovovat stávající klienty organizace s žádostí o zařazení do komunity podporovatelů. Zároveň budeme mít sekci pro komunitu podporovatelů na webu organizace pro ty, co nás ještě neznají. Možnost stát se podporovatelem organizace zmíníme rovněž v příspěvcích na sociálních sítích. Jedenkrát ročně uspořádáme Den otevřených dveří v organizaci pro veřejnost. Všechny nové podporovatele budeme po odsouhlasení podmínek průběžně přidávat do databáze.



13 Střednědobá strategie navyšování počtu dárců

13.1 Střednědobé cíle v oblasti navyšování počtu dárců

Dalším z cílů PR strategie je navyšování počtu soukromých a firemních dárců. Toto je nezbytná podmínka pro vyrovnané hospodaření, finanční udržitelnost a předpoklad rozvoje organizace. Základem naplňování tohoto cíle je databáze podporovatelů organizace, ze které se budou rekrutovat dárci. Plánujeme aktivně oslovovat všechny kontakty v naší databázi podporovatelů s cílem získat co nejvíce dárců. Oslovování bude probíhat následujícími způsoby: emailová reklama, reklama na sociálních sítích, PPC reklama a další.

Dárce rozdělujeme na soukromé a firemní, a tyto dále dělíme na jednorázové a opakované. Jednorázoví dárci přispějí pouze jedenkrát, opakovaní vícekrát, a to buď nahodile, nebo pravidelně v předem nastavených intervalech: měsíčně, kvartálně, půlročně a ročně.

31.7.2026

K tomuto datu si stanovujeme cíl mít 250 soukromých jednorázových, 50 soukromých opakovaných a 5 firemních dárců.

31.7.2027

K tomuto datu navyšujeme cíl mít 350 soukromých jednorázových, 70 soukromých opakovaných a 10 firemních dárců.

31.7.2028

K 31. 7. 2028 se zavazujeme k cíli mít 500 soukromých jednorázových, 100 soukromých opakovaných a 20 firemních dárců.

13.2 Aktivita vedoucí k naplňování střednědobých cílů zaměřených na navyšování počtu dárců

Název aktivity:

Navyšování počtu dárců

Popis aktivity:

Sekce pro soukromé i firemní dárcovství na webu organizace budou průběžně aktualizovány a doplňovány. Na webu a sociálních sítích organizace budou probíhat PR kampaně na podporu dárcovství, získávání nových soukromých a firemních dárců, motivaci stávajících soukromých a firemních dárců k tomu, aby se stali opakovanými a ideálně i pravidelnými dárci, a budování komunity dárců a podporovatelů organizace. Zároveň budeme aktivně oslovovat stávající klienty organizace s žádostí o podporu nebo o tipy na firemní dárce, a to jak napřímo, tak i prostřednictvím emailu.



Závěr

V tomto strategickém dokumentu jsme zmapovali tříleté období od 1.8.2025 do 31.7.2028, tj. tři roky po skončení projektu. V rámci projektu jsme získali nové znalosti, dovednosti a kompetence, které jsme při tvorbě střednědobé strategie organizace zúročili. Určili jsme si vizi a misi, které prostupují veškerou činností organizace. Dále jsme si v návaznosti na vizi a misi stanovili směřování organizace formou čtyř priorit, z nichž tři směřují směrem k cílovým skupinám a jedna dovnitř do organizace. Tyto priority se odrážejí ve všech třinácti střednědobých strategiích popsanych v tomto dokumentu. Součástí každé jednotlivé strategie jsou měřitelné cíle a aktivity, které k dosažení cílů povedou. Těchto třináct strategií dohromady tvoří funkční střednědobou strategii na tři roky po skončení projektu.

Společným jmenovatelem všech třinácti dílčích strategií je přechod od funkční Optimální k funkční Maximalistické variantě během tří let. Nutným předpokladem pro tuto transformaci je úspěšný fundraising a zabezpečení dostatečného množství finančních prostředků. Aby byl fundraising úspěšný, je třeba ho diverzifikovat. Mimo fundraising jsme obrátili naši pozornost na generování vlastních příjmů, konkrétně formou sociálního podnikání a inovativního generování příjmů. Kombinací úspěšného fundraisingu a generování vlastních příjmů dokážeme snížit závislost organizace na veřejných financích a zajistíme vyšší finanční stabilitu v případě výpadku některého ze zdrojů financování, což by mělo vést k lepšímu dlouhodobému finančnímu zdraví organizace.

Účinná PR strategie je pro úspěšný fundraising nezbytná. Při tvorbě strategie jsme se zaměřili na zvyšování brand awareness, zvyšování viditelnosti našich projektů, tvorbu komunity podporovatelů a navyšování počtu soukromých i firemních dárců. V rámci PR strategie rozlišujeme dvě cílové skupiny. První skupinou jsi ti, kteří organizaci neznají, a tyto oslovujeme v online prostoru. Tuto skupinu si můžeme definovat jako občany celé ČR, kteří mají zájem podporovat cílové skupiny organizace. Druhou skupinou jsi ti, kteří organizaci již znají, a s těmi pracujeme v online prostoru i formou přímé komunikace. Obě skupiny chceme nadchnout pro naši činnost a aktivizovat k podpoře cílových skupin, ať už formou dobrovolnictví nebo finanční podpory.

V neposlední řadě se střednědobá strategie zaměřuje i směrem dovnitř organizace, vůči zaměstnancům a zaměstnankyním. Jsme si vědomi, že jen spokojení a motivovaní zaměstnanci a zaměstnankyně mohou dlouhodobě poskytovat kvalitní podporu cílovým skupinám. Z naší praxe víme, že v opačném případě přichází syndrom vyhoření a následná změna zaměstnání. Z tohoto důvodu se chceme starat o well-being zaměstnanců a zaměstnankyň, neboť jsme si vědomi náročnosti práce v pomáhajících profesích. Důsledná péče o vlastní zaměstnance a zaměstnankyně je podle nás základ dlouhodobého fungování každé neziskové organizace, a proto jsme ji zařadili do priorit naší střednědobé strategie.

Organizace funguje již deset let a vnímá potřebu se posouvat a rozvíjet. Projekt nám dal dostatek prostoru a času definovat si vizi, misi, priority, strategii, cíle a aktivity. Střednědobá strategie je výsledkem široké shody v rámci organizace a odrazem našich představ o dalším směřování.