

2022–2025

STRATEGIA MARKETINGOWA FUNDACJI ARTS



AUTORKI

Zespół opracowujący strategię:

Patrycja Rogulska

Agnieszka Wargowska-Dudek

Osoby współpracujące:

Alina Słowik

MAPA STRATEGICZNA FUNDACJI



WARTOŚCI I ZASADY FUNDACJI ARTS

czyli

czyli

Zapewniamy wyjątkowe doświadczenia
związane z byciem badaczami
i archiwistami własnego dziedzictwa



WIZJA FUNDACJI ARTS

Synergia działań jest efektem współodpowiedzialności organizacyjnej, wspólne działanie daje większe/nowe efekty, działania uzupełniają się poprzez lojalną, zaangażowaną kooperację jej członków.

Fundacja posiada stały zespół adekwatnie wynagradzany co jest rezultatem wspólnych działań.

Lokalne społeczności przy wsparciu Fundacji ARTS budują własne archiwa, pozyskują środki na swoje działania, samoorganizują się, współpracują i dbają o lokalne dziedzictwo.

Fundacja ARTS jest skuteczną organizacją szkoleniową w zakresie archiwizacji, projektów związanych z dziedzictwem, nowych idei. Jest prekursorem, inicjatorem ciekawych, niszowych wartościowych projektów, np. "Żeńszczyzna".

Fundacja ARTS jest organizacją badawczą zajmującą się dziedzictwem, kulturą, organizacjami działającymi w sferze kultury, pozyskiwaniem środków na kulturę.

Fundacja ARTS ma stały fundusz stypendialny dla twórców i rozbudowany program grantowy.

Fundacja ARTS jest rozpoznawalną organizacją w Polsce w obszarze dziedzictwa w działaniu czyli wsparciu do samodzielnego archiwizowania dziedzictwa. Ma zbudowany kapitał społeczny i finansowy.

Fundacja ARTS ma wypracowaną markę "Targów Książki – Dziedzictwo Zapisane Lokalnie" z NID.

Fundacja ARTS jest w sieci innych organizacji działających w podobnych obszarach na świecie.

Fundacja ARTS ma dywersyfikację źródeł finansowania, które pozwalają jej na działania stałe niezależne od projektów.

BADANIA MARKETINGOWE

1

ankiety ewaluacyjne

przeprowadzane każdorazowo po szkoleniu/warsztatach ankiety dotyczące zainteresowania poszczególnymi tematami działalności fundacji

2

ankiety w grupach tematycznych na FB

z podziałem na grupy związane z archiwizacją/dziedzictwem oraz potrzebami w działalności NGO

3

sonda (uliczna, powarsztatowa)

comiesięczne badanie opinii publiczne - sonda uliczna podczas rozdawania ulotek (kampania 1%), zebranie grupy focusowej (6-9 pytań dotyczących kondycji NGO i potrzeb w regionie)

GRUPY ODBIORCÓW

Grupa odbiorców	Cel komunikacji	Kanały dotarcia
organizacje pozarządowe w regionie (powiat myślenicki), KGW	zainteresowanie szkoleniami i warsztatami fundacji	mail, FB strona www strony urzędów
osoby zainteresowane badaniem historii kobiet	zainteresowanie kampanią "Żeńszczyzna - dziedzictwo kobiet"	fb (grupy genealogiczne, fotograficzne itp.), instagram (stories), zrzutka.pl
osoby, instytucje związane z dziedzictwem	wsparcie merytoryczne, ambasadorstwo, udzielanie wywiadów	mail strona www newsletter
Aktywni (w tym zawodowo) seniorki/seniorzy, pasjonujący się historią	przekazywanie archiwów do digitalizacji, zainteresowanie warsztatami	fb, domy kultury, domy seniora, ngo, biblioteki

ANALIZA PEST

otoczenie polityczne

- środowisko prawicowe,
- małe szanse powodzenia kampanii dotyczącej dziedzictwa kobiet
- w roku 2022 i 2023 dofinansowanie NIW PROO
- w roku 2021 otwarto w Myślenicach Centrum Usług Społecznych
- w celach strategicznych powiatu: "Rozwój współpracy z NGO" - Wspieranie działalności organizacji pozarządowych i realizowanych przez nie projektów
- zależność programów finansowania od zmian obozów władzy
- zmiany kadr po wyborach samorządowych (lokalnie)
- zmiany polityk (przepisów prawnych itd.) związanych z NGO

otoczenie technologiczne

- uczestnictwo fundacji w sieciach technologicznych (Liderzy PAWF, Mobilni Doradcy Sektora 3.0)
- szkoła wyższa w powiecie
- rozwój e- usług i e-administracji
- narzędzia: newsletter, zbiórki (zrzutka + patronite), bramka na stronie www

otoczenie społeczne

- chęć wolontariuszek do współpracy
- integracja sektora pozarządowego
- obecność w sieciach: Nowe Technologie Lokalnie/Sektor 3.0, Liderzy Dialogu, Liderzy PAFW, Sieć Doradców Lokalnych Fimango, Szkoła Fundarisingu FAOO, Centrum Usług Społecznych w Myślenicach, Działaj Lokalnie
- ilość kgw, ilość ngo z tego samego obszaru
- 0 KGW zarejestrowanych w ARiMR w Gminie Myślenice
- 16 Stowarzyszeń Zwykłych zarejestrowanych w Starostwie Myślenickim
- 137 organizacji zarejestrowanych w KRS (w tym 7 posiadających status OPP) w Gminie Myślenice
- Uniwersytet Trzeciego Wieku w Myślenicach,
- Partnerzy: Centrum Archiwistyki Społecznej, Narodowy Instytut Dziedzictwa (Regionalny Koordynator Europejskich Dni Dziedzictwa), Małopolski Instytut Kultury

otoczenie ekonomiczno-geograficzne

- bliska odległość Myślenic od centrum Krakowa - ok. 30 km
- dodatni przyrost naturalny
- na terenie powiatu 10 bibliotek, 8 ośrodków kultury

ANALIZA SWOT

STRENGTHS

- wiedza i doświadczenie realizacji usług, projektów, wiedza z tematyki szkoleń
- zasoby ludzkie
- certyfikacja jakości usług
- tworzenie nowych narzędzi / aplikacji do usług,
- sprawny system księgowy
- wysoka pozycja Fundacji w działaniach lokalnych
- częściowe, stałe finansowanie programu grantowego przez PAFW
- nawiązane partnerstwa CAS, NID, PTL, UP, UJ i inne
- szerokie kontakty z instytucjami kulturalnymi na terenie całego powiatu

WEAKNESSES

- koronawirus i wiążące się z nim obostrzenia dotyczące kontaktów i organizowania imprez
- ograniczona mobilność części zespołu
- brak czasu zespołu na realizację zamierzonych zadań
- niski poziom współpracy z biznesem,

OPPORTUNITIES

- zwiększone zainteresowanie historią i dziedzictwem
- możliwość dofinansowania działań z funduszy zewnętrznych
- nawiązanie współpracy z większą liczbą samorządów
- zwiększenie regrantingu w samorządach lokalnych
- brak w tym momencie w regionie organizacji o podobnym profilu
- zwiększenie zainteresowania kulturą i sztuką w regionie,
- przeprowadzenie kampanii crowdfundingowej "Żeńszczyzna"
- Google Ads - możliwość wykorzystania na reklamę 10000\$ - zaplanowanie kampanii

THREATS

- brak środków na zrealizowanie celów
- pogorszenie sytuacji ekonomicznej firm i osób fizycznych
- przedłużająca się pandemia, która ogranicza działania różnych organizacji
- nieznana skala działalności innych fundacji na lokalnym rynku,
- duży konserwatyzm i religijność lokalnych społeczności - ograniczone zainteresowanie fundatorów,
- zmienny rynek JST, podatny na niekonkurencyjne wpływy, układy
- obszary lokalne, gdzie Fundacja nie występuje, nie współpracuje, nie jest znana

CELE MARKETINGOWE

1

Przeprowadzenie rocznej kampanii crowdfundingowej "Zeńszczyzna - Dziedzictwo Kobiet"

2

Do roku 2025 zwiększenie rozpoznawalności Fundacji jako eksperta w dziedzinie dziedzictwa (powiat, województwo, Polska)

3

Nawiązanie do 2025 stałych współpracy (finansowych i niefinansowych) z:

- samorządami - 3 samorządy
- instytucjami kultury - 5-10
- liderami społecznymi oraz NGO - 10
- biznesem - 5

KOMUNIKACJA

Co?	Funkcja	Jak często?
	informowanie, zachęcanie do uczestnictwa w warsztatach, przekazywania 1%, treści od partnerów	2-3 wpisy w tygodniu
	informowanie, zachęcanie do uczestnictwa w warsztatach, przekazywania 1%	1-2 wpisy w tygodniu
	informowanie, publikowanie artykułów, opracowań naukowych naszych członkiń związanych z dziedzictwem - w planach, jeszcze nie rozpoczęłyśmy	1 w tygodniu
	Freshmail, newslettery informacyjne, newslettery szkoleniowe, newsletter zachęcający do wpłat 1%	minimum 1xmiesiąc

IDENTYFIKACJA WIZUALNA

Logo



Kolory



Czcionki

Nagłówki, Montserrat, 31.5



Podtytuły, Montserrat Thin, 18



Treść, Montserrat Extra-Light, 12



Wzór grafiki na social media



Przykłady grafik na social media



HARMONOGRAM KAMPANII

ŻEŃSZCZYNA - DZIEDZICTWO KOBIET

ogólny plan

Harmonogram kampanii Żeńszczyzna						
Plik Edytuj Widok Wstaw Formatuj Dane Narzędzia Rozszerzenia Pomoc Ostatnia modyfikacja: chwilę temu						
100% 123 Domyślna (...) 10 B I A						
C36	A	B	C	D	E	F
1	Status	Działanie	Termin	Zadania	Osoba odpowiedzialna	Uwagi
2	zrobione	Działania przygotowawcze	styczeń 2022	Opracowanie tekstów do udostępnienia na stronie www, na platformie crowdfundingowej, na landing page	Agnieszka, Patrycja, Iwona	
3	zrobione		styczeń 2022	Wybranie platformy crowdfundingowej	Agnieszka, Patrycja	
4	w trakcie		styczeń - marzec 2022	Opracowanie zbiorów w OSA - docelowo 40 wpisów dotyczących kobiet aby udostępnić materiały	Barbara, Kamila	
5	w trakcie		marzec 2022	Przygotowanie grafik - wybranie zdjęć	Patrycja	
6	w trakcie		marzec 2022	Wykonanie osobnej zakładki (landing page) na stronie www "Żeńszczyzna" + podpięcie do niej bramki (PayU)	Patrycja, Agnieszka, Daniel	
7			kwiecień 2022	Uruchomienie kampanii jednocześnie na stronie www i zrzutce		
8	zrobione		luty 2022	Przygotowanie maila do potencjalnych ambasaderek + kontakt z nimi		
9	zrobione		luty 2022	Przygotowanie maila do potencjalnych sponsorów + kontakt z nimi		
10	zrobione		luty 2022	Przygotowanie maila do samorządów, urzędów + kontakt z nimi		
11	zrobione		luty 2022	Przygotowanie maila do patronatów, matronatów + kontakt z nimi		
12	zrobione		luty 2022	Przygotowanie maila do darczyńców + kontakt z nimi		
13			luty 2022	Przygotowanie notek prasowych		
14			marzec 2022	Kontakt z mediami w sprawie informacji o kampanii i prośba o zamieszczenie notek prasowych		
15			marzec 2022	Wysyłka notek prasowych na maila oraz kontakt z mediami (region + szerszy zasięg)		
16			marzec 2022	Przygotowanie 1 bazy ze wszystkimi kontaktami (oznaczanie zrealizowanych, uwagi itp.)		
17			marzec 2022	Wysyłanie maili - po tygodniu obdzwonienie wszystkich odbiorców maili - informacja w bazie		
18			marzec 2022	Scenariusze nagrania + teksty promujące dla pozyskanych ambasaderek/ów	Patrycja, Agnieszka, Iwona	
19			marzec 2022	Przygotowanie scenariusza rozmowy ekspertek dotyczącej dziedzictwa kobiet		
20			marzec 2022	Nagranie, montaż rozmowy ekspertek dotyczącej dziedzictwa kobiet	Karina	
21		Promocja	kwiecień 2022	Organizacja live na FB wg podobnego scenariusza rozmowy ekspertek + promocja w grupach + realizacja		
22		Promocja	kwiecień 2022	Promowanie kampanii wśród znajomych - wysyłka krótkich własnoręcznie nagranych filmików do znajomych	wszyscy	
23	w trakcie		styczeń - grudzień 2022	Promocja na Facebooku i Instagramie - wpisy 2x w tygodniu (filmy, grafiki, informacje)		
24			kwiecień - maj 2022	Facebook - kampania biogramowa - każda osoba uczestnicząca z naszej strony w projekcie przygotowuje swój biogram (opis z zdjęciem biogramu, przedkini, połączone zdjęcie + zdjęcie przedkini) - 1x w tygodniu		
25	zrobione	Warsztaty	styczeń 2022	Przygotowanie oferty (info na stronie, formularz do zapisu, link, określenie ceny, promocja na FB)		
26			marzec 2022	Grafika ze scenariuszem warsztatów + sylwetkami prowadzących + ceny (oferta współpracy)		
27			jak najszybciej	Aplikacja EtnoStoria		
28			w planach	Wolontariat?		
29			kwiecień 2022 - projekt?	Nazwy ulic		
30			kwiecień 2022	Opracowanie hasła na Wikipedii		

działania "okoliczne"

Harmonogram kampanii Żeńszczyzna						
Plik Edytuj Widok Wstaw Formatuj Dane Narzędzia Rozszerzenia Pomoc Ostatnia modyfikacja: chwilę temu						
100% 123 Domyślna (...) 10 B I A						
B24	A	B	C	D	E	F
1	Status	Działanie	Termin	Zadania	Osoba odpowiedzialna	Uwagi
2	realizacja	Planner w newsletterze	cały rok 2022	Przygotowanie grafik, eksport do pdf, dołączenie do newslettera co miesiąc wpis na stronie www z linkiem do ściągnięcia	Patrycja	
3		Okladka książki		Kontakt z grafikim, który wstępnie przygotowuje projekt (mokup) okładki publikacji	Patrycja	
4		Druk książki		Analizy ofert drukarni pod kątem realizacji publikacji (barter?)	Patrycja	

lista miejsc do ofertowania

Harmonogram kampanii Żeńszczyzna						
Plik Edytuj Widok Wstaw Formatuj Dane Narzędzia Rozszerzenia Pomoc Ostatnia modyfikacja: chwilę temu						
100% 123 Domyślna (...) 10 B I A						
A1	A	B	C	D	E	F
1	Nazwa	Adres	Adres www	Mail	Telefon	SM
2	JCC Kraków - Jewish Community Centre in Kraków	Miodowa 24, Kraków	https://linktr.ee/JCCKrakow	office@jcckrakow.org	12 370 57 70	https://www.facebook.com/jcckrakow https://www.instagram.com/jcckrakow/ https://www.youtube.com/user/jcckrakow
3	Centrum Obywatelskie Kraków	ul. Reymonta 20, 30-059 Kraków	https://co.krakow.pl/	centrum@krafos.pl	669 528 381	https://www.facebook.com/sockrakow/ https://www.instagram.com/ambasada kreatywnosci/ https://www.facebook.com/CDNKrakowa
4	Ambasada Kreatywności	ul. Świętokrzyska 4, Chrzanów	https://ambasadakreatywnosci.pl	kontakt@ambasadakreatywnosci.pl	502420804	https://www.facebook.com/CDNKrakowa https://www.instagram.com/ambasada kreatywnosci/
5	Centrum Dziedzictwa Niematerialnego / Muzeum Krakowa	ul. Szpitalna 21, Kraków	http://muzeumkrakowa.pl/oddzialy/dom-pod-brzyzem	folklor@muzeumkrakowa.pl	12 422 52 58	https://www.facebook.com/CDNKrakowa
6	Muzeum HERstorii Sztuki	brak	https://muzeumherstoriasztuki.org/	czesc@muzeumherstoriasztuki.org	662577065	https://www.facebook.com/muzeumherstoriasztuki/

HARMONOGRAM KAMPANII ŻEŃSZCZYNA – DZIEDZICTWO KOBIET

plan warsztatów wydobywczych

WARSZTATY WYDOBYWCZE “ŻEŃSZCZYNA - DZIEDZICTWO KOBIET”	
Czy chcemy wiedzieć, kim były i czym zajmowały się nasze babki, parababki, dalekie ciotki i kuzynki? Czy chcemy poznać ich doświadczenia? Żeńszczyzna – Dziedzictwo Kobiet to warsztat przeznaczony dla tych, dla których to, kim były nasze przodkinie, ma znaczenie. Żeńszczyzna to warsztat wydobywczy, podczas którego będziemy wspólnie uczyć się odtwarzania historii kobiet – HERstorii: jak najdalej w głąb przeszłości, dopóki nie zatrzymają nas braki w pamięci.	
1.	
2.	PROGRAM: - Co to są archiwa, czyli co zbierać i w jaki sposób to robić? - Przedstawienie aplikacji do samodzielnej digitalizacji i archiwizacji lokalnych zasobów Waszego/naszego dziedzictwa. - Bazując na fotografiach odtworzymy i zapiszemy historie Twoich/Waszych matek, babek oraz pra, pra, pra...babek. Będziemy kolekcjonować opowiadania o przedsiębiorczych ciotkach, uzdolnionych kuzynkach i kreatywnych sąsiadkach – rekonstruować Wasze HERstorie. Z wszystkich zebranych opowieści planujemy utworzyć Twój/Wasze album kolekcjonerski.
3.	TRENERKA: Agnieszka Wargowska-Dudek Menadżerka kultury z doświadczeniem w instytucjach samorządowych i organizacjach pozarządowych. Spec. ds. pozyskiwania funduszy ze środków zewnętrznych, z zamiłowania i wykształcenia choreografka. Założycielka Fundacji ARTS realizuje projekty sieciujące, międzysektorowe, międzynarodowe i badawcze. Członkini Rady przy Ministrze Kultury i Dziedzictwa Narodowego (do roku 2015) oraz Małopolskiej Rady Działalności Pożytku Publicznego do roku 2013). 
4.	CELE I KORZYŚCI: - Wydobędziemy i utrwalimy HERstorie związane z Twoimi/Waszymi przodkiniami. - Pokażemy, co warto zachować z materiałów, przekazów, przedmiotów związanych z Żeńszczyzną – dziedzictwem kobiet Waszej rodziny bądź organizacji. - Dostarczymy narzędzia, dzięki którym w prosty sposób stworzycie swoje własne cyfrowe archiwa. - Nauczymy jak atrakcyjnie pokazać to, co zostało zebrane. - Wskażemy jak opowiadać i budować wizerunek Waszej organizacji na bazie zebranych materiałów. - Zastanowimy się, na ile nasze przodkinie mają wpływ na nas i na to, co robimy obecnie (czy może wręcz przeciwnie – nie mają żadnego).
5.	DLA KOGO?: osób prywatnych, organizacji pozarządowych, Kół Gospodyń Wiejskich, Uniwersytetów III Wieku, Uniwersytetów Ludowych, przedstawicieli/li jednostek samorządu terytorialnego, lokalnych instytucji, przedsiębiorców, biznesu.

WARSZTATY WYDOBYWCZE “ŻEŃSZCZYNA”



WARSZTATY WYDOBYWCZE “ŻEŃSZCZYNA”

Czy chcemy wiedzieć, kim były i czym zajmowały się nasze babki, parababki, dalekie ciotki i kuzynki? Czy chcemy poznać ich doświadczenia? Żeńszczyzna – Dziedzictwo Kobiet to warsztat przeznaczony dla tych, dla których to, kim były nasze przodkinie, ma znaczenie.

Zajęcia dedykowane są społecznikom i społeczniczkom, liderkom i liderom, pasjonatkom i pasjonatom, działającym w organizacjach obywatelskich, a także w biznesie. To spotkanie przeznaczone dla wszystkich zainteresowanych dziedzictwem kobiecej części społeczeństwa, którzy chcą je utrwać, lecz nie do końca wiedzą, jak.

Żeńszczyzna to warsztat wydobywczy, podczas którego będziemy wspólnie uczyć się odtwarzania historii kobiet – HERstorii: jak najdalej w głąb przeszłości, dopóki nie zatrzymają nas braki w pamięci. W jego trakcie pokażemy, jakie aplikacje mobilne w kulturze pomagają w procesie archiwizacji, a także jak wykorzystywać ich szerokie możliwości bez dodatkowych kosztów.

Uwaga: Aby skorzystać z warsztatu, niezbędne jest przyniesienie własnych materiałów, m.in. archiwalnych fotografii, filmów, wycinków z gazet, dokumentów, kronik, zapisków, wspomnień, pamiętników, rodzinnych pamiątek i innych artefaktów etc., przygotowanie HERstorii rodzinnych lub HERstorii organizacji etc.

HARMONOGRAM KAMPANII ŻEŃSZCZYNA – DZIEDZICTWO KOBIET

plan warsztatów wydobywczych - <https://szkolenia.arts-fun.pl/szkolenia/365/>

Program

Podczas warsztatów oferujemy do wyboru dwa moduły pracy:

1. Segment dotyczący upamiętniania historii Twojej/Waszych przodków:

- Co to są archiwa, czyli co zbierać i w jaki sposób to robić?
- Przedstawienie aplikacji do samodzielnej digitalizacji i archiwizacji lokalnych zasobów Waszego/naszego dziedzictwa.
- Bazując na fotografiach odtworzymy i zapiszemy historie Twoich/Waszych matek, babek oraz pra, pra, pra... babek. Będziemy kolekcjonować opowiadania o przedsiębiorczych ciotkach, uzdolnionych kuzynkach i kreatywnych sąsiadkach – rekonstruować Wasze HERstorie. Z wszystkich zebranych opowieści planujemy utworzyć Twój/Wasz album kolekcjonerski.

1. Segment dotyczący działania i osiągnięć kobiet obecnie tworzących Wasze organizacje:

- Co to są archiwa, czyli co zbierać i w jaki sposób to robić?
- Przedstawienie aplikacji do samodzielnej digitalizacji i archiwizacji lokalnych zasobów Twojego/Waszego dziedzictwa.
- Gromadząc współczesne historie działaczek lokalnych chcemy upamiętnić dokonania mało znanych lub całkiem zapomnianych aktywistek, (wy)twórczyń, a nawet sprawczych społecznie krewnych oraz pokazać i docenić społeczniczki i artystki mało obecne w przestrzeni publicznej. Z wszystkich zebranych HERstori planujemy utworzyć album kolekcjonerski Waszej organizacji/przedsiębiorstwa itp.

Cele i korzyści:

- Wydobędziemy i utrwalimy HERstorie związane z Twoimi/Waszymi przodkiniami.
- Pokażemy, co warto zachować z materiałów, przekazów i przedmiotów związanych z Żeńszczyzną – dziedzictwem kobiet Waszej rodziny bądź organizacji.
- Dostarczymy narzędzia, dzięki którym w prosty sposób stworzycie swoje własne cyfrowe archiwa.
- Nauczymy, jak atrakcyjnie pokazać to, co zostało zebrane.
- Wskażemy, jak opowiadać i budować wizerunek Waszej organizacji na bazie zebranych materiałów.
- Zastanowimy się, na ile nasze przodkinie mają wpływ na nas i na to, co robimy obecnie (czy może wręcz przeciwnie – nie mają żadnego).

Grupa docelowa:

Szkolenie skierowane jest do: osób prywatnych, organizacji pozarządowych, Kół Gospodyń Wiejskich, Uniwersytetów III Wieku, Uniwersytetów Ludowych, przedstawicieli jednostek samorządu terytorialnego, lokalnych instytucji, przedsiębiorców, biznesu.

Zrealizowane warsztaty i rekomendacje:

- Fundacja ARTS
- Społeczni Liderzy Dialogu
- Liderzy Dialogu
- Liderzy PAFW
- Sokoły

Cena od 250 PLN/osoba – ustalana dla każdej grupy w zależności od ilości osób uczestniczących.

Przy grupie 20 osób koszt dla 1 osoby to 100 PLN + ewentualne koszty dojazdu.

arts FUNDACJA
SZTUKI, PRZYGODY I PRZYJEMNOŚCI