
OPERATIVNI PLAN 2021.



1. OKUPLJANJE I INFORMIRANJE ČLANSTVA 2021.	5
1.1. Promocija članstva prilagođena ciljanim skupinama te promocija članstva u suradnji s Hajdukom	6
1.2. Terenske akcije u organizaciji DPH-ova i drugih volonteru	9
1.3. Jačanje suradnje Naš Hajduk – Društva prijatelja Hajduka (DPH)	13
1.4. Promocija i pronalazak novih pogodnosti za članove	16
1.5. Organizacija druženja sa navijačima Hajduka	18
1.6. Aktivnosti direktnе komunikacije sa članovima u svrhu obnove članstva	19
1.7. Poboljšanje usluge članovima	21
1.7.2. Novo web sučelje prilagođeno potrebama članova i DPH-ova	23
1.7.3. Priključivanje povratnih informacija od članova u svrhu daljnjih poboljšanja usluga	24
1.8. Nove cijene članarine i novi model obiteljskog članstva	27
2. PROJEKT ZA SVA VRIMENA	28
2.1. Nastavak provedbe projekta „Za sva vrimena“ - ključnog projekta otkupa dionica	31
2.2. Komunikacijske i promotivne aktivnosti s ciljem privlačenja novih sudionika projekta „Za sva vrimena“	35
2.3. Organizacija ZSV aktivnosti u sklopu Društava prijatelja Hajduka	37
2.4. Realizacija projekta s pravnim osobama kao ciljnom skupinom	38
3. SUVLASNIČKA ULOGA	40
3.1. Zagovaranje izgradnje funkcionalnog sustava, izrade strateških dokumenata i povećanje razine transparentnosti Hajduka	43
3.2. Interni procesi koji za cilj imaju unapređenje članskog modela	45
4. PROVEDBA AKTIVNOSTI EDUKACIJE, PROMOCIJE DEMOKRATSKE KULTURE I ZAŠTITE UGLEDA HAJDUKA I UDRUGE	46

OPĆI CILJEVI SUKLADNO STATUTU

Udruga Naš Hajduk osnovana je s ciljem:

1. Poticanja provedbe izbora za utvrđivanje prijedloga kandidata za članove Nadzornog odbora HNK Hajduk š.d.d.;
2. Okupljanja i informiranja članova radi stjecanja vlasničkih udjela u HNK Hajduk š.d.d. od strane Udruge, kako bi se osigurala trajna mogućnost provedbe izbora za utvrđivanje prijedloga kandidata za članove Nadzornog odbora HNK Hajduk Split š.d.d.
2. Očuvanja identiteta, promicanja ugleda i sveukupnog razvijenja HNK Hajduk š.d.d.;
3. Promicanje i razvoj volonterizma;
4. Razvoj i promicanje obrazovanja, demokratske kulture, zaštite i brige o mladima, te njihovo aktivnije sudjelovanje u društvu

Zrinsko-Frankopanska 17, 21 000 Split

Tel: +385 (0)21 585 230 • Registarski broj: 17004265

IBAN: HR69 2407 0001 5003 2322 5 • OIB: 94840720718

e-mail: nas@hajduk.hr • web: www.nashajduk.hr

OPERATIVNI PLAN ZA 2021.

1. Okupljanje i informiranje članstva
2. Projekt Za sva vrimena
3. Suvlasnička uloga
4. Provedba aktivnosti edukacije, promocije demokratske kulture i zaštite ugleda Hajduka i Udruge

1. OKUPLJANJE I INFORMIRANJE ČLANSTVA 2021.

Hajduk je klub svojih članova od samog osnutka. Od 1911. godine članovi su neodvojiv dio Hajduka i kroz cijelu su povijest svoju pripadnost Hajduku iskazivali članskom iskaznicom. Članstvo u Hajduku osobito dolazi do izražaja u 2021. godini kada proslavljamo velikih i dugih 110 godina Kluba i 110 godina članstva. Članstvo je postojalo od osnutka Kluba ali je u prvom desetljeću ovog stoljeća gotovo ugašeno, o čemu najbolje govori podatak da je Hajduk od članarine jedne godine uprihodio oko 7500 kuna.

Kao dio borbe za pošteniji Hajduk, prepoznata je važnost snažnog članstva i mogućnost da upravo članovi biraju Nadzorni odbor kluba na demokratskim izborima. Upravo s tim ciljem je 2011. godine osnovan Naš Hajduk. Jedan od glavnih ciljeva Udruge je okupljanje i informiranje članova. U periodu do 2016. godine Hajduk vodi brigu o članstvu, ali broj članova stagnira. Od 2016. godine brigu o odjelu za članstvo nastavlja Udruga Naš Hajduk, a ta godina je bila i rekordna s preko 43000 članova. Od početka učlanjivanja 2011. na račun Hajduka navijači su kroz članarine uplatili više od 18,2 milijuna kuna.

Procjena je da će u 2020. godini biti učlanjeno 30000 članova. Početkom godine učlanilo se 70% članova, a većina članova učlanila se osobnim putem, bilo dolaskom u Odjel za članstvo ili na akcijama učlanjivanja. Prema dobi, članovi su poprilično mlada populacija odnosno od ukupnog broja članova 40% čine oni u dobroj skupini 19-40 godina.

U ovoj izazovnoj godini bilježi se neznatno manji broj članova u odnosu na 2019. člansku godinu. Tome doprinose i nepovoljna događanja koja su obilježila 2020. godinu. Tu je prvenstveno vidljiv utjecaj pandemije COVID-19 koja je onemogućila aktivnije djelovanje prema članovima, kao i izostanak europskih utakmica Hajduka kroz 2020. godinu.

Cilj za 2021. godinu je dosegnuti broj od 32500 članova. Kako bi se postavljeni cilj ostvario, potrebno je u kontinuitetu provoditi analize članstva (sociodemografska obilježja članova, kontinuitet članstva, trendove i sl.), provoditi kampanje usmjerene ka ciljanim skupinama prateći smjernice temeljene na provedenim analizama te osnaživati partnerstva i suradnje sa svim dionicima i pojedincima koji dijele ciljeve masovnog članstva. U prvom redu to su Društva prijatelja Hajduka (DPH), sam Hajduk kao i volonteri Našeg Hajduka, DPH-ova i ostalih skupina navijača Hajduka.

Održavanje kontinuiranog broja članova: 32.500 članova

Za ostvarenje navedenog cilja u 2021. godini provodit će se sljedeće grupe aktivnosti:

1.1. Promocija članstva prilagođena ciljanim skupinama te promocija članstva u suradnji s Hajdukom

Kroz posljednje tri godine značajni resursi uloženi su u jedan od najboljih svjetskih *softwarea* za odnose sa klijentima (CRM) *Salesforce*. Kroz 2020. godinu implementirane su brojne mogućnosti koje nudi *Salesforce* pomoću kojih je izvršena analitika članstva od 2011. godine. Kroz analizu su prikupljeni kvalitativni i kvantitativni podaci koji su predstavljeni Upravnom odboru Našeg Hajduka i Hajduku. Analizom su definirane ciljane skupine kojima će se Naš Hajduk i Hajduk kroz promotivne aktivnosti obraćati tijekom 2021. godine. Rezultati provedene analize podloga su za ostvarenje ove aktivnosti.

U prva četiri mjeseca 2021. godine će se, putem suradnje s PR službom i marketingom Hajduka, aktivno promovirati članstvo putem tri komunikacijska vala:

-
1. val fokusiran je na vidljivost članstva i komuniciranje važnosti pripadnosti Hajduku kao ključnom porukom kampanje
 2. val fokusiran je na članove koji nisu još obnovili članstvo a temelji se na novoj ponudi automatskog produljenja članstva čime se ujedno smanjuju i operativni poslovi učlanjivanja i povećava baza članova
 3. val fokusiran je na direktnu komunikaciju s potencijalnim članovima

Pokazatelji uspjeha aktivnosti promocije članstva u prvom valu bit će broj članova dosegnut na rođendan Hajduka i u tom periodu će se održati najveći broj terenskih akcija te će se intenzivno koristiti komunikacijske kampanje u cilju većeg broja učlanjenih online preko web stranice ili online uplatnice

Sljedeći intenzivni period promocije članstva veže se uz prodaju pretplata za sezonu 2021./2022. jer se tijekom godina bilježi značajan broj učlanjivanja u tom periodu i značajniji posjet Odjelu za članstvo. U ovom periodu će se naglašeno promovirati i pogodnosti automatskog obnavljanja članstva.

Aktivnosti promocije učlanjivanja u posljednjih pet mjeseci 2021. godine biti će usmjerene na direktnu komunikaciju prema pojedincima putem maila, newslettera, telefonskih poziva.

Sve ključne poruke kampanja sadržajem i kanalima komunikacije bit će prilagođene specifičnim ciljanim skupinama.

Za vrijeme trajanja cijele članske godine aktivnosti promocije članstva koordinirat će se s marketingom i PR-om Hajduka.

Pokazatelji provedbe:

- Poslano minimalno 20 targetiranih mail kampanja u 2021. godini
- Poslano minimalno 20 targetiranih SMS kampanja u 2021. godini
- Poslano minimalno 10 newslettera koji promoviraju članstvo
- Provedeno minimalno 10 kampanja na društvenim mrežama (Facebook, Instagram, Youtube)
- Održano minimalno 5 koordinacijskih sastanaka s marketingom i PR-om Hajduka
- Provedena analitika trenutnih rezultata učlanjivanja minimalno dva put u 2021. godini
- Izrađena analiza uspješnosti kampanje promocije članstva
- Izrađena evaluacija uspješnosti kampanje promocije članstva
- Izrađen plan promocije članstva za 2022. godinu na temelju analize i evaluacije kampanje promocije članstva
- Poslana pisma nekadašnjim članovima koji nisu obnovili članstvo

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Promotivne akcije učlanjivanja u 1. valu do 110. rođendana Kluba												
Koordinacija s marketingom i PR-om Hajduka u vezi članstva												
Promocija članstva 2021. u periodu pretplata												
Analiza i evaluacija promocije članstva nakon rođendana i perioda pretplata												
Priprema članstva za 2022. godinu												

1.2. Terenske akcije u organizaciji DPH-ova i drugih volontera

Odjel za članstvo od 2016. godine provodi redovne izlaska na teren po pozivu DPH-ova ili volontera. Svrha ovakve suradnje je da se potencijalnim članovima olakša učlanjenje te da se osnažuje suradnja s partnerima, prvenstveno DPH-ovima, a zatim i sa drugim navijačkim volonterskim skupinama. Također, već četvrtu godinu zaredom prisustvom Odjela za članstvo u shopping centrima (Joker i City Center One) promovira se članstvo i olakšava samo učlanjivanje na lokaciji na kojoj se u tom periodu bilježi velika posjećenost.

U suradnji s Klubom za vrijeme akcija učlanjivanja organiziraju se i aktivnosti koje dodatno promoviraju članstvo ali i sam Klub. Prije svake akcije učlanjivanja osigurana je medijska promocija i grafička priprema plakata za akciju učlanjivanja kako bi osigurali što veću posjećenost.

Putem terenskih akcija članovi dobiju člansku iskaznicu odmah pri učlanjivanju, bez čekanja pošte, čime se povećava zadovoljstvo članova i smanjuju troškovi pošte. 2020. godine održano je oko 50 terenskih akcija u prisustvu predstavnika Odjela za članstvo. Takve akcije uključuju događaje učlanjenja u organizaciji DPH-ova ili volontera Našeg Hajduka ako se radi o akcijama učlanjivanja u gradu Splitu i okolini. Ako se tom broju pridodaju i brojne akcije koje su DPH-ovi samostalno proveli, dolazimo do toga da je putem terenskih akcija učlanjeno preko 15% od ukupno učlanjenih u 2020. godini. Velika većina terenskih akcija u 2020. godini održana je u prvom tromjesečju godine, odnosno do pojave COVID-19. U ostatku godine terenske akcije održavane su u manjem intenzitetu od planiranog, no usprkos tome očekujemo brojku od oko 30000 članova Hajduka u 2020. godini.

Dobru praksu terenskih akcija na kojima se učlani veliki broj članova, pokušat ćemo održati i u 2021. godini. Poštujući sve epidemiološke mjere koje će biti na snazi veliki broj akcija očekujemo početkom godine odnosno do Hajdukovog 110. rođendana. S obzirom na nepredvidivost utjecaja COVID-19 na uobičajene životne aktivnosti, očekujemo kako ćemo veliki broj terenskih akcija imati i u ljetnim mjesecima, osobito u vrijeme početka nove nogometne sezone.

U 2021. godini predstavnici DPH-ova će i dalje moći samostalno održavati akcije uz izradu iskaznica na licu mjesta. Izrađene iskaznice imat će potpune funkcionalnosti kao i iskaznice izrađene u Odjelu za članstvo. Konkretno to znači kako će se Hajduk Family Club (Loyalty program) barkod aplicirati na iskaznicu i moći će se koristiti kod Hajduk Family Club partnera. Za tu svrhu kreirat ćemo potrebne uvjete u CRM programu *Salesforce*, te će se izraditi raspored u kojem vremenu će DPH-ovi imati mobilni printer na raspolaganju. Time se ostvaruje veći broj članova i smanjenje troškova Odjela za članstvo u vidu putnih troškova i troškova pošte, a ujedno se povećava zadovoljstvo članova zbog dobivanja članske iskaznice i mogućnosti korištenja Hajduk Family Club pogodnosti putem iskaznice.

Za terenske akcije na kojima neće biti moguće korištenje CRM programa *Salesforce* kreirat će se CSV document za upis podataka na tim terenskim akcijama. Popunom CSV dokumenta s podacima o članovima bit će omogućen automatski unos tog dokumenta u *Salesforce* te samim time brža i jednostavnija obrada podataka s terenskih akcija.

S obzirom da se kroz prvo tromjesečje 2021. godine učlani veliki broj članova, Odjel za članstvo će sudjelovati na onolikom broju akcija koliko to epidemiološke mjere budu dopuštale. Kroz godinu brojnost tih akcija će se smanjiti, a istovremeno pojačavati druge aktivnosti.

Pokazatelji provedbe:

- ostvarena suradnja s Klubom (apliciranje Hajduk Family Club bar koda na člansku iskaznicu)
- izrađen plan terenskih akcija učlanjivanja
- provedeno najmanje 50 akcija učlanjivanja u organizaciji DPH uz prisutnost Odjela za članstvo
- učlanjeno najmanje 4500 članova na terenima u organizaciji DPH-ova uz prisutnost Odjela za članstvo
- izrađen promotivni materijal za terenske akcije učlanjivanja
- izrađen korisničkih profila u CRM programu *Salesforce* za potrebe terenskih akcija DPH-ova
- izrađen CSV dokumenta za provođenje terenskih akcija

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Apliciranje Hajduk Family Club bar koda na člansku iskaznicu												
Izrada korisničkih profila u CRM programu <i>Salesforce</i>												
Izrada CSV dokumenta za provođenje terenskih akcija												
Izrada promotivnog materijala												
Podrška DPH akcijama na terenima												
Podrška samostanim DPH akcijama												
Organizacija akcija na splitskom području												
Samostalne akcije učlanjivanja DPH												

1.3. Jačanje suradnje Naš Hajduk – Društva prijatelja Hajduka (DPH)

Kvaliteta suradnje Našeg Hajduka i Društava prijatelja Hajduka važna je za ostvarenje svih ciljeva Udruge.

Društva prijatelja Hajduka postoje od 1949. i od tada promoviraju Hajduk i bave se članstvom koje ima tradiciju od osnutka Hajduka. Početkom tisućljeća aktivnosti Društava prijatelja Hajduka su smanjene što se odrazilo i na pad broja članova Kluba. Uz to, neka Društva prijatelja Hajduka nisu predstavljala i promovirala Hajduk u najboljem svjetlu.

Otkad je Naš Hajduk 2016. godine počeo voditi Odjel za članstvo velika pozornost obraća se suradnji s DPH-ovima što pokazuje i njihova brojnost i udio članova s bazom u nekom od DPH-ova u ukupnom članstvu. Trenutno Hajduk ima 66 DPH-a i u njih je učlanjena polovica članstva. Uvezši u obzir gore navedene podatke odlučeno je dodatno ojačati suradnju s DPH-ovima.

U 2020. godini usvojen je Pravilnik o uređenju odnosa između Hajduka, Društava prijatelja Hajduka i Našeg Hajduka. Cilj je ovog pravilnika strukturirati i koordinirati odnos Našeg Hajduka i Društava prijatelja Hajduka kao i međusobnu koordinaciju između samih DPH-ova. Pravilnik svoje uporište ima u ugovorima između NH, DPH-ova i Kluba, pravilnicima NH te dosadašnjim dobrim praksama.

Kroz 2021. godinu cilj je u prvom tromjesečju sudjelovati na što više terenskih akcija učlanjivanja u organizaciji DPH-ova u krugu od 150 kilometara od Splita. Također, definirana su područja u kojima će se raditi na ojačavanju strukture DPH-a i pomagati u formiranju tima volontera koji će raditi na promociji Hajduka i učlanjivanju u svoju bazu članstva.

U 2021. nastavit će se dobra praksa organiziranja regionalnih susreta DPH-ova koja su se u posljednje dvije godine pokazali kao veliki uspjeh. Pozitivni utjecaji tih susreta očituju se kroz kvalitetniju suradnju Našeg Hajduka s DPH-ovima te njihovu kvalitetniju međusobnu suradnju. Ovisno o epidemiološkoj situaciji regionalni susreti organizirat će se uživo ili online.

Za vrijeme cijele godine, a posebice u zadnjem kvartalu godine u planu je i posjetiti čim više Skupština pojednih DPH-ova.

U 2021. godini oformit će se tim koji će pomagati DPH-ovima u njihovom radu. Pomoć će se ponajviše očitovati u vidu savjetovanja u boljem funkcioniranju DPH-ova, kvalitetnoj organizaciji terenskih akcija, promociji terenskih akcija i ukupnog djelovanja pojedinog DPH, izradi i primjeni grafičkih i ostalih rješenja u svrhu postizanja jedinstvenog vizualnog identiteta usklađenog sa vizualnim identitetom Odjela za članstvo.

Za vrijeme cijele godine aktivno će se komunicirati s vodstvima DPH-ova kroz online komunikacijsku platformu. Također, s obzirom na posebne okolnosti i aktivnosti DPH-ova slati će se mail i SMS kampanje ciljano njihovim članovima i tako poticati njihov rad.

Ciljevi koje Naš Hajduk ima u 2021. godini će biti prezentirani DPH-ovima i definirat će se njihovi udjeli u ostvarivanjima tih ciljeva. Kroz posljednje tromjesečje bit će izrađena analiza i evaluacija rada s DPH-ovima u protekloj godini i na temelju tih saznanja kreirat će se novi plan aktivnosti za 2022. godinu.

Pokazatelji provedbe:

- sudjelovanje DPH tima na minimalno 40 akcija učlanjivanja u samostalnoj organizaciji DPH-ova
- organizirano minimalno 5 regionalnih susreta DPH-ova
- sudjelovanje predstavnika Našeg Hajduka na minimalno 5 Skupština DPH-ova

- poslano minimalno 100 mail ili SMS kampanja isključivo članstvu DPH-a
- stalna komunikacija s vodstvima DPH-ova
- analiza aktivnosti jačanja suradnje Našeg Hajduka i DPH-ova
- evaluacija aktivnosti jačanja suradnje Našeg Hajduka i DPH-ova
- priprema aktivnosti jačanja suradnje Našeg Hajduka i DPH-ova u 2022. godini na temelju analize i evaluacije rezultata 2021. godine
- uspostava DPH tima za jačanje djelovanja DPH-ova
- primjena Pravilnika o uređenju odnosa između Hajduka, Društava prijatelja Hajduka i Našeg Hajduka

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Sudjelovanje DPH tima na akcijama učlanjivanja DPH-ova												
Uspostava DPH tima												
Organizacija regionalnih susreta s DPH-ovima												
Sudjelovanje na skupštinama DPH-ova												
Slanje SMS ili mail kampanja												

Komunikacija s vodstvima DPH-ova											
Analiza i evaluacija suradnje Našeg Hajduka i DPH-ova											
Primjena Pravilnika Hajduk-DPH-NH											
Priprema aktivnosti i suradnje za 2022. godinu											

1.4. Promocija i pronađak novih pogodnosti za članove

Trajni zadatak Odjela za članstvo je kontinuirani rad na pružanju bolje usluge članovima putem različitih pogodnosti. Ove godine Klub je napravio značajan korak prema ostvarenju tog cilja aktivacijom programa Hajduk Family Club (Loyalty program). Radi se o programu vjernosti putem kojeg članovi mogu ostvariti brojne pogodnosti na prodajnim mjestima klupskega sponzora te ostalih partnera koji se uključe u ovaj program vjernosti. Samim sudjelovanjem u programu vjernosti članovi izravno pomažu HNK Hajduk.

Cilj u 2021. godini je povezivanje članske iskaznice s Hajduk Family Club. U praksi to znači kako će članska iskaznica, osim što je dokaz pripadnosti voljenom Klubu, ujedno biti i Loyalty iskaznica s kojom će članovi moći ostvarivati Hajduk Family Club pogodnosti. U prvom valu primjene korištenje će biti moguće samo za (single) članove. Cilj je da se do kraja godine mogućnost korištenja članske iskaznice kao Loyalty kartice proširi i na članske obitelji.

Cilj kroz 2021. godinu je informiranje članova o pogodnostima za njih i financijskoj koristi za Klub, kao i rad na širenju mreže partnera. U suradnji s Klubom, nastaviti će se razvijati daljnje pogodnosti koje bi poboljšale iskustvo članova. Svakako se nastavlja s praksama darivanja članova putem nagradnih igara i promotivnih aktivnosti.

Pokazatelji provedbe:

- Primjena Hajduk Family Club funkcionalnosti na člansku iskaznicu
- Rast broja članova koji koriste program vjernosti Hajduk Family Club
- Primjena dodatnog periodičnog popusta za članove
- Informiranje članova o pogodnostima putem komunikacijskih kanala Našeg Hajduka
- Slanje rođendanskih čestitki svim članovima na mail adresu

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Primjena Hajduk Family Club funkcionalnosti na člansku iskaznicu												
Primjena dodatnog periodičnog popusta za članove												
Informiranje članova o pogodnostima												

Slanje rođendanskih čestitki svim članovima na mail adresu

1.5. Organizacija druženja sa navijačima Hajduka

Kroz 2020. godinu organizirane su aktivnosti druženja s navijačima Hajduka pod zajedničkim nazivom "Pod bijelim barjakom" koje su se odvijale u skladu s epidemiološkim uvjetima. Početkom 2020. organiziran je kviz znanja o Hajduku, Torcidi i Našem Hajduku u klubu Zenta (Split), dok su kasnija izdanja kviza "Pod bijelim barjakom" bila u online formatu. Ostale planirane aktivnosti za veći broj članova nisu se mogle održati zbog mjera uzrokovanih COVID 19 epidemijom.

Ciljevi tih aktivnosti su jačanje zajednice, informiranje kroz zabavu i promocija članstva. Navedene aktivnosti pokazale su se kao uspješni projekti.

Temeljem pozitivnih reakcija članova na protekle događaje, kroz 2021. će se nastaviti organizirati takva događanja u onoj mjeri koliko epidemiološka situacija bude dopuštala. U 2021. godini plan je organizirati zimska druženja, te minimalno jedno druženje s navijačima na otvorenom kroz ljetni period. Događanjima u zimskom periodu cilja se na već uključene i aktivne članove koji će se dodatno educirati, međusobno bolje upoznavati i razmjenjivati ideje. Uz to kroz ovaj događaj plan je angažirati i nove volontere. Događanjem u ljetnom periodu na otvorenom onaj na kojem se cilja na širu populaciju navijača Hajduka i stvaranje vidljivosti članstva te promocija vrijednosti Hajduka općenito.

Pokazatelji provedbe:

- Organizirana ljetna aktivnost druženja s članovima
- Dodatna edukacija članova
- Organiziran zabavni program i prostor za promotivne aktivnosti
- Razvoj panterstva kod promocije aktivnosti

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Organizacija i provedba aktivnosti edukacije i druženja s navijačima												

1.6. Aktivnosti direktnе komunikacije sa članovima u svrhu obnove članstva

Još jedna od brojnih pogodnosti novog software-a je mogućnost ciljane komunikacije s članovima koja ostvaruje pozitivne reakcije članova. Kroz 2020. godinu odrđeno je nekoliko kampanja prema ciljanim skupinama i time doprinijelo povećanju broja članova. Osim uobičajenog slanja pisma članovima uoči Božićnih blagdana, u jesenskom periodu poslana su pisma članovima koja su za cilj imala dodatno educiranje o važnosti članstva, te poziv na učlanjenje.

Direktna komunikacija osigurava i prostor za prikupljanje mišljenja, ideja i stavova od strane članova kao važnim inputima za kreiranje smjernica za daljnji rad.

S praksom direktne i dvosmjerne komunikacije nastaviti će se i u 2021. godini.

Pokazatelji provedbe:

- Provedena email kampanja usmjereni na članove koji nisu produžili članstvo u 2021. godini
- Provedena SMS kampanja usmjereni na članove koji nisu produžili članstvo u 2021. godini
- Provedena poštanska kampanja usmjereni na članove koji nisu produžili članstvo u 2021. godini
- Omogućena edukacija članova o važnosti kontinuiteta članstva
- Promoviranje akcija učlanjivanja i događanja u organizaciji DPH-ova i drugih volontera

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Slanje komunikacijskih kampanja (potencijalnim) članovima												
Provedba poštanskih kampanja potencijalnim članovima												
Edukacija članova o važnosti kontinuiteta članstva												

Eksterna komunikacija akcija učlanjivanja											
Promoviranje akcija učlanjivanja i događanja u organizaciji DPH-ova i drugih volontera											

1.7. Poboljšanje usluge članovima

Djelovanje Odjela za članstvo praćeno je osobnim kontaktima s članovima, bilo da se radi o kontaktu u samom Odjelu za članstvo, putem terenskih akcija ili online komunikacijom. Pored komunikacije s članovima, djelatnici Odjela kontinuirano komuniciraju sa različitim sektorima unutar Kluba u provedbi pojedinih aktivnosti vezanih uz članstvo (financije, administracija, koordinacija aktivnosti). Također, djelovanje Odjela za članstvo iziskuje kontinuiranu komunikaciju s volonterima uključenim u rad Našeg Hajduka i DPH-ova (PR tim, IT team, dizajnerski tim, organizacija i provedba akcija). Uz navedene aktivnosti, djelatnici Odjela za članstvo provode operativne poslove koji se odnose na slanje poštanskih pošiljki, administriranje baza podataka članova i sl. Sve navedene aktivnosti provode se s ciljem osiguranja što kvalitetnije i što dostupnije usluge članovima.

U 2020. godini članovima je omogućena nova pogodnost u vidu automatske obnove članstva za naredne godine. Ispunjavanjem suglasnosti na webshop-u, terenskoj akciji ili u Odjelu za članstvo ostvaruje se mogućnost svim članovima da dobiju svoju člansku iskaznicu odmah na početku iduće godine. Potpisom suglasnosti će se na datum koji sami odrede na početku godine svake godine povući iznos za članarinu temeljem kojeg Odjel za članstvo izrađuje iskaznicu i šalje je na adresu člana. Kompletna procedura je automatizirana kako bi se smanjio prostor za pogreške i skratilo vrijeme od uplate do dostave iskaznice.

Početkom godine u planu je realizirati komunikaciju s članovima putem medija izravne komunikacije, odnosno aplikacija WhatsApp i Viber, te izravna komunikacija putem web stranice Naš Hajduk. Članovima će preko navedenih kanala Odjel za članstvo biti dostupan u vremenu rada Odjela. Članovi će se moći informirati, poslati upit, razjasniti eventualne nejasnoće te dobiti podršku u realizaciji učlanjenja.

U 2021. godini u planu je uvođenje virtualne uplatnice koja će članovima omogućiti jednostavniju uplatu članstva. Skeniranjem virtualne uplatnice korištenjem bankovne aplikacije podaci o uplati će se automatski popuniti, a član će samo nadopisati svoje podatke i provesti uplatu. Na taj način maksimalno će se pojednostaviti i ubrzati proces učlanjenja.

U 2021. godini u planu je uvođenje brze poštanske dostave, odnosno Pošiljke ubrzane dostave (EMS). Svrha uvođenja ove usluge je da članovi koji žele čim prije dobiti svoju člansku iskaznicu, osim uobičajenim vremenom slanja pošte, to mogu ostvariti korištenjem EMS usluge uz nadoplatu. Pošiljka ubrzane dostave dostupna je u gotovo svim zemljama svijeta. U zemlje Europe okvirni rok dostave je između tri do pet radnih dana. Sustav track&trace omogućuje praćenje pošiljaka od preuzimanja do uručenja.

Pokazatelji provedbe:

- Izravna komunikacija putem aplikacija WhatsApp i Viber, te Naš Hajduk web stranice
- Pojednostavljena procedura izdavanja članske iskaznice za novu godinu
- Pojednostavljena uplata članstva
- Ostvareno smanjenje troškova djelovanja Odjela za članstvo
- Brža dostava poštanskih pošiljki – članske iskaznice

1.7.2. Novo web sučelje prilagođeno potrebama članova i DPH-ova

Kroz drugu polovinu 2020. godine izrađen je novi web Našeg Hajduka. U sklopu novog weba promijenjenje i unaprijeđene su stranice za sve ključne projekte kao i općenito djelovanje Našeg Hajduka. Kroz 2021. godinu će se optimizirati pojedini dijelovi weba u cilju i većeg broja učlanjenih tim putem. Također, novi web će zahtijevati redovno administriranje kako bi krajnjim korisnicima ostao zanimljiv i nudio kvalitetan sadržaj, Uz to, bit će razvijena analitika pomoći koje će se mjeriti uspješnost stranice.

Članstvo 2021. godine bit će moguće obnoviti na novom poboljšanom članskom sučelju. Proces učlanjenja biti će jednostavniji i brži kako pojedinačnim članovima tako i volonterima DPH-ova. Značajna prednost je što neće trebati kreirati profil da bi se osoba uspješno učlanila, već će se moći izravno učlaniti te naknadno kreirati profil. Nova značajka omogućuje jednostavniju proceduru učlanjenja više članova što DPH-ovima olakšava posao.

U 2021. godini člansko sučelje i web stranica Naš Hajduk pravovremeno će se održavati te dodatno razvijati sa novim značajkama.

Pokazatelji provedbe:

- Ostvarena jednostavnija procedura online učlanjenja
- Osigurana mogućnost plaćanja više članarina putem jedne naplate
- Ostvaren preduvjeti za povećanje broja članova
- Osigurana mogućnost uvođenja novih značajki na sučelje i web stranicu
- Osigurana mogućnost odabira automatskog produljenja članstva za svaku sljedeću godinu

-
- Nova Naš Hajduk web stranica sa zanimljivim informacijama i mogućnostima izravne komunikacije s Odjelom za članstvo
 - Redovno administriranje web stranice
 - Minimalno 10 posto više članova putem web sučelja
 - Uvedena analitika za procjenu rezultata web stranice

1.7.3. Prikupljanje povratnih informacija od članova u svrhu dalnjih poboljšanja usluga

Kako bi se procijenila kvaliteta usluge prema članovima potrebno je kreirati sustav za prikupljanje povratnih informacija. One su se dosad prikupljale u osobnom kontaktu, kroz pojedinačne mailove te druge način komunikacija s članovima.

Povratne informacije članova su izuzetno bitne i s obzirom na aktivnost članova moguće je prikupiti kvalitetnije povratne informacije nego u većini drugih slučajeva. Upravo iz tog razloga u 2021. godini plan je raditi prikupljanje povratnih informacija na tri razine kako bi ispitali općenito zadovoljstvo uslugom, djelom i samim radom Udruge Naš Hajduk, ali i fokusirano na uslugu koju pruža direktno Odjel za članstvo.

Kroz prvo tromjesečje godine kreirat će se upitnik u suradnji s volonterima Našeg Hajduka, DPH-ovima, zaposlenicima Odjela za članstvo i članovima. Samo prikupljanje povratnih informacija je u planu provoditi nakon najintenzivnijih perioda u Odjelu za članstvo, a to je iza rođendana Hajduka i nakon europske sezone kluba. U tim periodima je moguće prikupiti najveću količinu kvalitetnih informacija. Povratne informacije bi se prikupljale mailom među članstvom, ali i fokusirano prema DPH-ovima. Kroz ovaj pristup plan je osigurati što veću količinu informacija o većem rasponu tema.

Tijekom cijele godine plan je u Odjel za članstvo postaviti tablet koji će sadržavati nekoliko pitanja u kojima će se ispitivati zadovoljstvo članova uslugom Odjela za članstvo. Svako tromjesečje ti podaci će se analizirati i evaluirati i na temelju njih će se donositi odluke o aktivnostima tokom 2021. godine, kao i o aktivnostima u 2022. godini.

Pokazatelji provedbe:

- Izrađena mail anketa u svrhu dalnjih poboljšanja usluga
- Provedene online ankete u svrhu dalnjih poboljšanja usluga
- Izrađena kratka anketa o usluzi u Odjelu za članstvo
- Izrađena analiza i evaluacija prikupljenih rezultata o poboljšanju usluga
- Izrađena analiza i evaluacija prikupljenih rezultata o usluzi u Odjelu za članstvo
- Provedena priprema aktivnosti za 2022. godinu na temelju izrađenih analiza o poboljšanju usluge

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.
Izrada i provedba mail anketa o poboljšanju usluge												
Izrada u provedba online ankete u svrhu dalnjih poboljšanja usluga												
Analiza i evaluacija prikupljenih rezultata o poboljšanju usluga												
Izrada i provedba kratke ankete o usluzi u Odjelu za članstvo												
Analiza i evaluacija prikupljenih rezultata o usluzi u Odjelu za članstvo												
Provedba priprema aktivnosti za 2022. godinu na temelju izrađenih analiza o poboljšanju usluge												

1.8. Nove cijene članarina i novi model obiteljskog članstva

Počevši od 2021. članske godine u planu je uvesti novu cijenu za članove koji će u 2021. godini imati 65 godina, kao i novi model obiteljskog članstva.

Najznačajnija promjena u članskoj obitelji odnosi se na odgovornost nositelja obiteljskog članstva. U praksi će se ta odgovornost očitovati na način da samo nositelj može kreirati obitelj, te samo nositelj može dodavati članove u svoju obitelj. Dodatna odgovornost nositelja je u tome što će on plaćati članarine za sve članove svoje obitelji. Pogodnost koju nositelj ostvaruje dodavanjem dodatnog člana u obitelj je 10 kuna po dodatnom članu. Tu pogodnost nositelj će moći ostvariti za najviše pet dodatnih članova, dok za šestog i svakog sljedećeg dodatnog člana u obitelji nositelj neće ostvarivati navedenu pogodnost. Uplatnice za članstvo, članske iskaznice kao i ostali materijali bit će poslati na adresu nositelja obiteljskog članstva, koji će biti odgovoran dobiveno dalje proslijediti članovima svoje hajdučke obitelji.

Nositelj obiteljskog članstva može biti i osoba koja će u 2021. godini napuniti 65 godina, no ta osoba ne može ostvariti popust na dodatnog člana. Razlog tome je što osoba koja će napuniti 65 godina u tekućoj članskoj godini već u startu ima popust na članarinu u visini od 50% od osnovne cijene, odnosno ta osoba svoju godišnju članarinu plaća 50 kuna. Nositelj obiteljskog članstva ne može biti maloljetna osoba.

U planu je uvođenje promjene u vidu uplate članarine za maloljetne članove kao i za članove koji će u 2021. članskoj godini navršiti 65 godina. Osoba koja će u bilo kojem trenutku u 2021. godini (od 01.01.2021. do 31.12.2021.) biti maloljetna ili će navršiti 65 godina, plaća članarinu od 50 kuna. Na ovaj način članovi koji su prijelazna godišta imat će više vremena za uplatiti članarinu po članskoj cijeni od 50 kuna.

2. PROJEKT ZA SVA VRIMENA

Otkup dionica HNK Hajduk š.d.d. Split aktivnost je u funkciji zaštite „socios“ modela. Ova aktivnost započela je u mjesecu svibnju 2016. godine s formiranjem posebnog odjela unutar Udruge, a s ciljem prikupljanja sredstava za otkup dionica HNK Hajduk š.d.d. Split. Prve aktivnosti odjela odnose se na segmentaciju tržišta, formiranje ciljanih skupina, kao i analize predloženih projektnih aktivnosti koje su rezultat prethodnog promišljanja članova Udruge i Upravnog odbora.

Udruga je 16.10.2016. zaključila kupovinu 24,53% dionica HNK Hajduk od poduzeća Tommy te se potpisom kupoprodajnog ugovora obvezala otplatiti 35.395.000,00 HRK u 20 jednakih obroka kroz idućih 10 godina. To znači kako Udruga za servisiranje svojih obveza prema poduzeću Tommy d.o.o. godišnje mora prikupiti neto iznos od 3.539.500,00 HRK.

Udruga je dosad uredno servisirala svoje obveze za 2017., 2018., 2019. i 2020. godinu, pa je zaključno s 30.11.2020. otplaćeno dionica u vrijednosti 14.157.999,86 kn. U nastavku će biti prikazani finansijski ciljevi i grupe aktivnosti koje moraju rezultirati nastavkom redovite otplate stečenih 24,53% dionica i u 2021. godini.

Također, tijekom 2021. godine, Udruga će aktivno pratiti status ostalih dostupnih dionica na tržištu.

U idućoj godini biti će važnije nego inače pratiti kvartalne rezultate, odnosno prolazna vremena projekta Za sva vrimena (ZSV). Također, konstantno će se pratiti vanjske okolnosti uzrokovane globalnom epidemijom, te aktivno raditi na replaniranju sukladno razvoju situacije koja se iz današnje perspektive ne može sa sigurnošću predvidjeti.

Tablica 1. Financijski ciljevi programa za 2021. godinu i usporedba s prethodnim razdobljem

PRIHODI	31.12.2018.	31.12.2019.	31.12.2020.*	31.12.2021.
Stabilni prihod	1.837.299,00 kn	2.262.322,14 kn	2.492.765,16 kn	2.600.000,00 kn
Jednokratni prihod	594.909,00 kn	1.338.957,86 kn	1.344.540,84 kn	2.400.000,00 kn
UKUPNO	2.432.208,00 kn	3.601.280,00 kn	3.837.306,00 kn	5.000.000,00 kn

*projekcija do kraja godine

Stabilan prihod najvažniji je oblik prihoda u okviru projekta Za sva vrimena (ZSV). To su prihodi od mjesecnih donatora koji mjesечно doniraju određeni iznos.

Stabilni prihodi temelj su za dugoročno planiranje i kvalitetan *cash flow management*. Jednokratni prihod odnosi se na sve druge uplate koje nemaju ponavljajući karakter. Tablica se odnosi na ZSV prihode, te nisu uključeni ostali prihodi (npr. prihodi od dobivenih sudskih postupaka).

U tablici su prikazani rezultati u proteklom razdoblju, kao i iskazani ciljevi za 2021. godinu. Postavljeni ciljevi su postavljeni na temelju pretpostavke konačnog službenog otvorenja tematskog parka i unosa prvi pločica donatora koji su već donirali iznos od 7.500,00 kn. Naime, planirana svečanost trebala se održati kroz Q1/2020, ali je zbog okolnosti uzrokovanih globalnom epidemijom ona trajno odgođena do stvaranja uvjeta za njeno održavanje na način kakav priliči

takvome događaju. Time smo naš operativni plan za 2020. morali znatno korigirati i prilagoditi novim okolnostima, dok su ciljevi postavljeni za 2020., preslikani kao ciljevi za 2021. godinu. Promjena u odnosu na raniji plan odnosi se na korekciju udjela stabilnih i jednokratnih prihoda u ukupnom cilju od 5.000.000,00. Naime, na temelju novog koncepta donacija kojeg smo promovirali krajem 2019. (tkz. Ubrzani postupak), omogućili smo kartične donacije na obroke gdje Udruga osigurava sredstva odmah, a donator se tereti u skladu s odabranim brojem obroka. Prednost ovog načina donacija je u tome što donator svoje ime u parku dobiva odmah, tako da se očekuje rast popularnosti ovog načina doniranja nakon svečanosti otvorenja parka, a samim time i veći udjelo jednokratnih prihoda u ukupnim prihodima.

U sklopu projekta Za sva vrimena u 2021. provodit će se sljedeće grupe aktivnosti:

1. Nastavak provedbe projekta „Za sva vrimena“ – godina otvorenja parka Za sva vrimena
2. Komunikacijske i promotivne aktivnosti s ciljem privlačenja novih sudionika projekta „Za sva vrimena“
3. Organizacija ZSV aktivnosti u sklopu Društava prijatelja Hajduka
4. Realizacija projekta s pravnim osobama kao ciljnom skupinom

2.1. Nastavak provedbe projekta „Za sva vrimena“ - ključnog projekta otkupa dionica

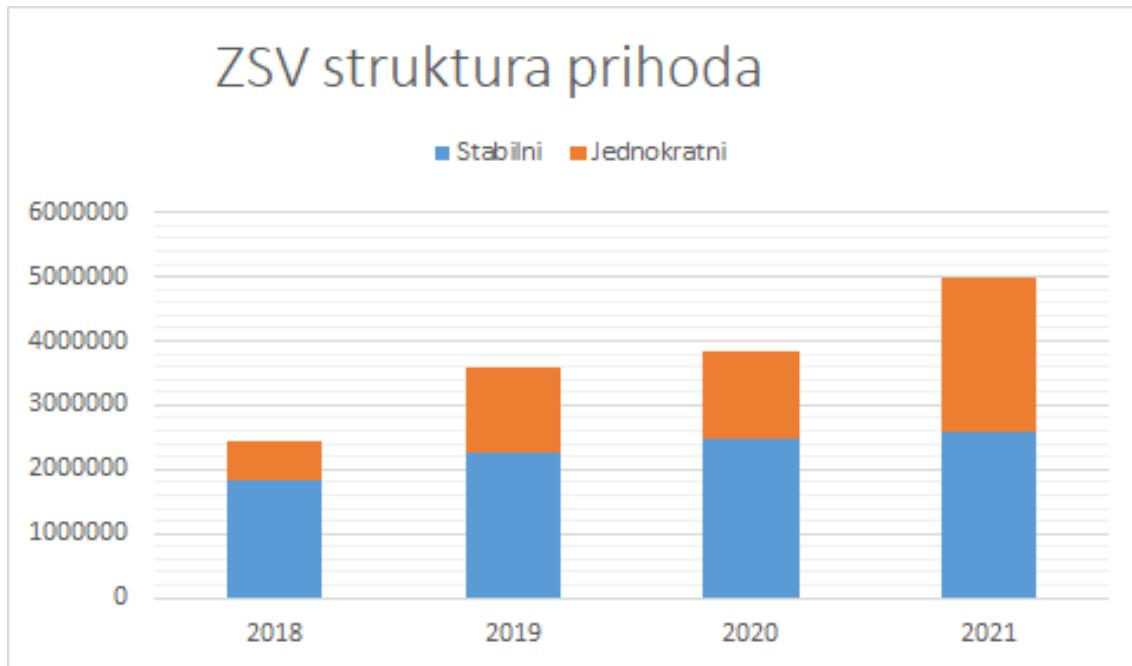
Projekt Za sva vrimena rezultat je interne analize sa zaključkom o nužnosti pokretanja projekta donatorske prirode koji će osigurati trajni mjesечni prihod, zadovoljiti kriterij sudjelovanja neovisno o platežnoj moći ciljnih skupina i što je najvažnije osigurati stabilan godišnji prihod koji će pokrivati većinu iznosa jednog godišnjeg obroka za otplatu dionica – 3.539.500,00 HRK. Projektu je prethodila segmentacija tržišta i definiranje ciljnih skupina.

Projekt je prvotno predstavljen članovima Udruge 13.06.2017 svečanom ceremonijom u punoj kongresnoj dvorani Fakultetu elektrotehnike, strojarstva i brodogradnje u Splitu. Nakon toga, projekt je 18.06.2017. predstavljen i ostalim ciljnim skupinama i zainteresiranoj javnosti programom na splitskoj Rivi.

U sklopu projekta, tijekom 2020. godine na Poljudu realiziran je park „Za sva vrimena“ kao jedna vrsta trajnog spomenika onima koji daju najveći obol u ostvarivanju konačnog cilja - Hajduka u vlasništvu svojih članova. Svi donatori koji od 2016. godine doniraju iznos od 7.500,00 kn nači će svoje ime u sklopu izgrađenog parka.

Tekuću 2020. godinu obilježili su izazovi uzrokovani globalnom epidemijom koja je utjecala na usvojeni operativni plan za 2020. i planirane aktivnosti u sklopu projekta „Za sva vrimena“. Glavni događaj s najvećim utjecajem na egzekuciju plana bila je planirana Svečanost otvorenja parka (ožujak 2020.) koja bi poslužila kao početak razrađenog plana djelovanja za period nakon otvaranja parka, s pojačanim aktivnostima prema svim definiranim ciljnim skupinama.

Tijekom Q2/2020 bili smo primorani raditi promjene planiranog i prilagoditi aktivnosti novonastalim okolnostima. To je dovelo do realizacije nekih neplaniranih aktivnosti i događaja (npr. Svečanost uručenja pločica na Poljudu), dok je određeni broj aktivnosti replaniran za 2021. godinu.

Grafikon 1. Struktura prihoda Za sva vrimena

U kontekstu ostvarenih brojeva i rezultata, godinu je obilježio:

- Projicirani rast ukupnih prihoda u iznosu od **236.026,00 kn**, odnosno **6,5%** u odnosu na **2019.**
- Rast stabilnih prihoda za **10,1%** u odnosu na **2019.**
- Pad jednokratnih prihoda za **0,42%** u odnosu na **2019.**
- Rast broja 7500+ donatora za **108,6%** u odnosu na kraj **2019.** (sa 336 na 701 donator)

Rast stabilnih prihoda ponajprije je rezultat porasta broja stabilnih donatora u 2019. i njegovo održavanje kroz 2020. godinu unatoč određenom postotku odustajanja uzrokovanih dominantno financijskim razlozima donatora i dolaskom do iznosa potrebnog za ime/pločicu u parku. U strukturi jednokratnih prihoda, vidljiv je osjetniji pad kroz period od srpnja do listopada, koji je u dobroj mjeri kompenziran rastom jednokratnih prihoda početkom 2020., pa tako pad iznosi samo 0,42%. Najveći porast bilježi se u broju donatora koji su osigurali ime u parku. Rezultat je to ponajprije SEPA donatora koji došli do iznosa od 7500 kn, kao i uvođenja opcije Ubrzani postupak što je dovelo do rasta broja 7500+ donatora početkom 2020.

U nastavku su navedene neke od najvažnijih grupa aktivnosti/projekata održenih tijekom 2020. godine:

- Završetak izgradnje parka „Za sva vrimena“
- IT projekti (Rezervacijsko sučelje, Moj trag app, nova ZSV web stranica)
- Usvojen i djelomično realiziran plan privlačenja novih donatora povodom službenog otvorenja parka „Za sva vrimena“
- Svečanost dodjele zahvalnica 7500+ donatorima (18.10.2020.)
- Interna reorganizacija – asistent odgovoran za direktne osobne i call centar aktivnosti privlačenja novih donatora; asistent odgovoran za web aktivnosti privlačenja novih donatora

Grupu aktivnosti u 2021. obilježiti će konačno otvorenje parka „Za sva vrimena“, te unos prvih donatora. S obzirom na trenutne okolnosti i projekcije, početkom godinu pripremiti ćemo i plan B u slučaju da prvotno zamišljeni događaj javnog karaktera s velikim brojem prisutnih ne bude moguće organizirati do određenog datuma. Već kroz Q4/2020. prilagodili smo online aktivnosti privlačenja novih donatora sa znatnim povećanjem broja donatora u odnosu na prethodno razdoblje. I tijekom 2020. staviti će se veći naglasak na tu grupu aktivnosti, uz standardne direktne kanale privlačenja novih donatora (direktne osobne aktivnosti, DPH tereni, call centar aktivnosti).

U nastavku ćemo prikazati planirane aktivnosti u funkciji ostvarivanja zacrtanih financijskih ciljeva.

Pokazatelji nastavka provedbe projekta „Za sva vrimena“

- Postavljene pločice i info ploče u parku „Za sva vrimena“
- Realizirana priča vrta u sklopu parka uz označavanje značajnih biljaka
- Organizirana velika svečanost otvorenja parka „Za sva vrimena“ na Poljudu s ciljem osiguravanja vidljivosti parka na nacionalnoj razini
- Realiziran prethodno usvojeni plan aktivnosti s ciljem privlačenja preostalih ciljnih skupina povodom otvorenja tematskog parka
- Realiziran plan komunikacijskih aktivnosti projekta „Za sva vrimena“ s naglaskom na aktivnosti prije i nakon otvorenja tematskog parka
- Stabilni prihodi – prihodi od donatora na 'trajnom nalogu': osmišljen plan zadržavanja postojećih donatora kako bi se baza stabilnih prihoda održala
- Osmišljen novi proizvod i postavljeni novi pragovi nakon kojeg donator dobiva nove oblike zahvalnica
- Organizacija dvije svečanosti unosa novih pločica tijekom 2021. godine, od kojih jedna bude u sklopu svečanosti otvorenja parka.
- Minimalno 600 novih sudionika „ZSV“ projekta
- Izrada novih godišnjih zahvalnica za sudionike „ZSV“ projekta – minimalno 3 sastanaka, izrađena priprema za dizajnere
- Kontinuirano informiranje donatora o statusu i odgovaranje na upite – backoffice aktivnosti
- Interna edukacija zaposlenika Odjela za članstvo s ciljem informiranja o novostima „ZSV“ projekta radi točne informacije prema ciljnim skupinama – kontinuirano
- Naplata SEPA naloga – neizvjesnost prouzrokovana epidemijom rezultirala većim udjelom nenaplaćenih mjesecenih naloga u Q3 i Q4/2020 – realizirati kampanju prema donatorima s 3 i više uzastopnih nenaplaćenih mjesecnih naloga

2.2. Komunikacijske i promotivne aktivnosti s ciljem privlačenja novih sudionika projekta „Za sva vrimena“

Uslijed klizanja svečanosti otvorenja parka 2021. glavni komunikacijski izazov vezan je uz navedeni događaj i osiguravanje nacionalne vidljivosti i fokusa na samu svečanost, kao preduvjet ostalih planiranih komunikacijskih i aktivnosti privlačenja novih donatora. Naime, događaj otvorenja trebao bi otvoriti vrata prema ostalim ciljnim skupinama koji se dosada nisu uključili u ZSV projekt, a kojima će sama pločica biti glavni motiv sudjelovanja u projektu. Tematski park je kruna projekta otkupa. Vječni spomenik ljubavi navijača prema svom Klubu gdje će zlatnim slovima biti zapisani svi oni koji su omogućili da Hajduk ostane ono što je uvijek bio - Klub svojih članova. Želimo probuditi osjećaj ponosa svakom čije se ime nađe u tematskom parku, svjesni da su bili dio nečeg velikog, nečeg što radimo za nas same, ali i generacijama koje dolaze.

Posebna pozornost posvetit će se aktivnostima direktnе komunikacije putem call centra i online komunikacijskih kanala, pogotovo u periodima smanjenje mogućnosti terenskih i direktnih komunikacijskih aktivnosti. Kao uvod u 2021. godinu, intenzvine aktivnosti navedenim kanalima započele su već u Q4/2020 nakon puštanja u rad nove web stranice koja je rezultirala znatno većim stupanjem konverzije u odnosu na razdoblje prije. Kroz 2021. planirano je povećanje ulaganja u oglašavanje putem društvenih mreža.

Naše donatore odlikuje heterogenost motiva za sudjelovanje, pa će jednom dijelu vizualizacija pločice i parka olakšati odluku o sudjelovanju. Različitim komunikacijskim kanalima potencijalni donatori trebaju sve potrebne informacije kako bi donijeli odluku u sudjelovanju.

Također važan komunikacijski cilj, zadržavanja je postojećih donatora koji će u tekućoj godini doći do 7.500 kn, tj. prenijeti im važnost OSTANKA u ZSV projektu sve dok traje proces otplate stečenih 24,53% dionica.

Pokazatelji provedbe komunikacijskih aktivnosti

- Call centar aktivnosti po prethodno odrađenoj segmentaciji i prioritizaciji (Donatori akcija „dres“, članovi s većim brojem godina, glasači na izborima)
 - minimalno 800 poziva
- Call centar aktivnosti prema potencijalnim donatorima (pop up donatori, web pokušaji donacija...) - minimalno 300 poziva
- direktne osobne aktivnosti aktivnosti – po otvorenju parka i u ljetnim mjesecima prisutni u prostoru parka
- direktne osobne aktivnosti aktivnosti u Odjelu za članstvo – kontinuirano tijekom godine
- aktivnosti unakrsne prodaje – slanje ZSV letaka uz člansku poštu
- Izrada plana komunikacijskih aktivnosti na društvenim mrežama (targetiranje); praćenje i analitika – filtriranje contenta s najboljim rezultatima
- Youtube oglašavanje – minimalno 4 kampanje
- Facebook oglašavanje – minimalno 10 kampanja
- Svečanost otvorenja parka „Za sva vrimena“ – osiguran nacionalni reach s ciljem pobuđivanja pažnje i interesa ciljanih skupina
- Izrađen video sadržaj na temu tematskog parka i značenja parka za navijače, ali i građane i posjetitelje Grada Splita - 2 videa
- Kontinuirani *press clipping* Udruge - nastavak korištenja Mediatookit usluga u slučaju osiguranja promotivnih uvjeta suradnje
- Korištenje SMS-a prema članovima/donatorima za lokalno targetiranje tijekom terenskih aktivnosti – minimalno 10 kampanja
- Nastavak redovite komunikacije putem newslettera s novostima ZSV projekta – minimalno 10 slanja
- Mail kampanje s isključivim ZSV sadržajem – minimalno 3 kampanje
- Gostovanje u TV emisiji – minimalno 3 puta
- Medijska priopćenja u funkciji informiranja i motiviranja sudionika na sudjelovanje u ZSV projektu– minimalno 24 priopćenja
- Organiziranje minimalno jednog događaja s ciljem promocije programskih aktivnosti i ZSV projekta – sudjelovanje minimalno 10 volontera

2.3. Organizacija ZSV aktivnosti u sklopu Društava prijatelja Hajduka

Godina 2019. najuspješnija je godina po pitanju ZSV aktivnosti u organizaciji Društava prijatelja Hajduka. Te rezultate nismo uspjeli ponoviti tijekom 2020. godine, što zbog objektivnih razloga, što zbog manjka sustavnog i organiziranog praćenja rada i rezultata, stalne razmjene iskustava i bolje međusobne komunikacije na temu povećanja broja donatora.

U narednoj 2021. godine cilj je u potpunosti iskoristiti DPH potencijal i prednosti u privlačenju donatora među svojim članovima, a uz konstantnu i redovitu pomoć ZSV tima Našeg Hajduka koji će biti na raspolaganju kako za terenske, tako i za ostale direktnе komunikacijske aktivnosti.

Kroz Q4 pripremljen je zasebni operativni plan rada u ovom segmentu čime ćemo od samog početka godine krenuti s planskim i sustavnim aktivnostima zajedno s akcijama učlanjenja.

Pokazatelji provedbe DPH aktivnosti

- Postavljeni ciljevi na mjesečnoj i godišnjoj razini za svaki DPH
- Svaki DPH imenovati će među svojim vodstvom jednu osobu, takozvanog ZSV operatera zaduženog za planiranje i provedbu ZSV aktivnosti koji će biti u direktnoj vezi sa NH ZSV timom
- Svaka terenska akcija učlanjenja, imati će svog ZSV operatera koji će aktivno promovirati i na licu mjesta uključivati nove donatore među članovima
- Uživo praćenje ostvarenih rezultata i brojeva putem Slack kanala
- Polumjesečni i mjesečni izvještaji putem Slack kanala
- Mjesečni izvještaji i rezultati na društvenim mrežama
- Organizacija ZOOM konferencije povodom početka provedbe operativnog plana

- Regionalne edukacije za ZSV operatere na regionalnim DPH susretima x3
- Suorganizacija DPH konferencije na Poljudu – razmjena ZSV iskustava, pregled prolaznog vremena i nagrađivanje najboljih
- Usvojen sustav nagrađivanja DPH-ova s najboljim ZSV rezultatima
- Pregled članskih baza svakog DPH-a od strane ZSV operatera i stvaranje baze potencijalnih donatora

2.4. Realizacija projekta s pravnim osobama kao ciljnom skupinom

Realizacija, odnosno start projekta u dosadašnjim planovima bio je vezan uz Svečanost otvorenja parka u sklopu kojeg će biti postavljene i prve pločice pravnih osoba, odnosno sponzora i donatora koji su pomogli izgradnju parka. Njihove pločice biti će postavljene na zasebnom elementu posvećenom pravnim osobama (K1 element). Još tijekom 2018. napravljeno je istraživanje tržišta i održani sastanci s predstavnicima malih, srednjih i velikih poduzeća kao podloga za formiranje projekta kojim bi izgradili zajednicu pravnih osoba. Navedeno istraživanje biti će potrebno ponoviti u manjem obujmu s naglaskom na utjecaj nepovoljnih gospodarskih okolnosti na mala i srednja poduzeća, te eventualne prilagodbe planiranog koncepta projekta ovim novim okolnostima i gospodarskim kretanjima.

Iznimno važno prilikom starta ovog projekta je timing projekta i osiguravanje pozitivnih početnih reakcija. Na valu pozitivne atmosfere oko otvorenja parka i nacionalne vidljivosti ZSV projekta, pristupili bi pravnim osobama koje inače ne prate aktivnosti Udruge i vjerojatno ne razumiju postavljene ciljeve i opseg djelovanja. Također, povodom nestabilnosti i neizvjesne gospodarske situacije poduzeća naslonjenih na sektor turizma, 2020. godina nije bila povoljna za početak projektnih aktivnosti.

Projekt je u trenutno zamišljen kao formiranje poslovne zajednice s ciljem stvaranja trajnog partnerskog odnosa s poduzećima, a uključivat će pored pločice u tematskom parku i ostale pogodnosti za članove poslovne zajednice.

Pokazatelji provedbe programa aktivnosti realizacije projekta namijenjenog pravnim osobama

- Tehnička priprema projekta (način sudjelovanja – SEPA izravno terećenje – poslovna shema)
- Nadopunjena baza potencijalnih članova poslovne zajednice – popis poduzeća – minimalno 100 novih poduzeća
- Sproveden interni anketni upitnik među Društvima prijatelja Hajduka s ciljem popunjavanja baze donatora
- Formiran tim svojevrsnih predstavnika Našeg Hajduka po regijama
- Formiran interni odjel Našeg Hajduka koji će se baviti isključivo odnosima s pravnim osobama (backoffice aktivnosti)
- Organizacija jednog ili dva networking događaja s ciljem upoznavanja i razmjene iskustva članova poslovne zajednice
- Osmišljen sustav jednostavne razmjene proizvoda/usluga unutar poslovne zajednice
- Odabran jedan ili više medijskih partnera projekta koji će omogućiti vidljivost članovima poslovne zajednice
- Aktivnosti 'prodaje': minimalno 70 prodajnih sastanaka s predstvincima pravnih osoba

Prikaz provedbe Operativnog plana koji se odnosi na program Razvoja i zaštite 'socios' modela za razdoblje 2021.

Grupe aktivnosti	Sij	Velj	Ožu	Tra	Svi	Lip	Srp	Kol	Ruj	List	Stu	Pro
Nastavak provedbe projekta „Za sva vrimena“												
Komunikacijske i promotivne aktivnosti „Za sva vrimena“												
Organizacija ZSV aktivnosti u sklopu DPH-ova												
Realizacija projekta s pravnim osobama												

*Svaka grupa aktivnosti ima zaseban timeline koji nije prikazan operativnim planom, te se mijenja i prilagođava u odnosu na vanjske okolnosti i dostupne interne resurse unutar Udruge (vrijeme, broj aktivnih volontera u datom trenutku)

3. SUVLASNIČKA ULOGA

Hajduk je 2008. godine preoblikovanjem iz udruge u sportsko dioničko društvo dobio novu priliku za stabilno i racionalno poslovanje. Nažalost to se nije dogodilo. Samo nekoliko godina nakon preoblikovanja, klub vođen upravama postavljenim od političkih opcija ponovno dolazi na rub stečaja. Projekt i Udruga "Naš Hajduk" nastaju u trenutku koji je bio među najtežima u povijesti ovog kluba. Udruga Naš Hajduk osniva se kako bi okupila članove Hajduka i omogućila provođenje demokratskih izbora za nove članove Nadzornog odbora (dalje u tekstu: NO), koji su do tada bili imenovani direktno od strane vladajućih politika u Gradu Splitu. Projekt se temelji na ideji izbora nadzornog odbora od strane članova, odnosno onih kojima je najviše stalo do prosperiteta kluba, kako u sportskom tako i financijskom smislu. Izabrani nadzorni odbor odgovoran je prema svim članovima kluba okupljenih kroz udrugu Naš Hajduk. Ovakav je model izbora za hrvatske prilike avangarda, no u europskim okvirima on predstavlja uobičajenu praksu, pa se tako članovi uprava ili nadzornih odbora u klubovima kao što su Benfica, Barcelona, Real Madrid, Bayern, Schalke i drugi, biraju od strane članova.

Dugoročni cilj Našeg Hajduka od samog osnutka je stjecanje dionica Hajduka. Stjecanje većinskog vlasništva jedina je garancija nastavka provođenja ovakvog modela koji omogućuje uključenost članova i potpunu nezavisnost od političkih procesa. Od listopada 2016. Naš Hajduk ima 24,53% dionica koje osiguravaju zaštitu članskog modela te mogućnost zagovaračkih aktivnosti za povećanje razine transparentnosti kluba te funkcioniranje Hajduka temeljeno na strateškim dokumentima i operativnim planovima. Ono što uvijek treba naglasiti jest to da udruga „Naš Hajduk“ ne upravlja klubom i nema utjecaja na operativne odluke u klubu. Naš Hajduk nema informacije o operativnom radu kluba osim informacija koje su dostupne putem Glavnih skupština Hajduka, javno dostupnih informacija putem medija i godišnjih revizorskih izještaja.

Djelovanje Našeg Hajduka kao suvlasnika uvjetovano je s 3 temeljna pravna akta: Zakonom o trgovačkim društvima, Zakonom o sportu i Statutom kluba. Udruga Naš Hajduk, kao suvlasnik i predstavnik navijača, svoje zahtjeve, kritike i pohvale iskazuje na Glavnim skupštinama dioničara HNK Hajduk š.d.d. i to smatramo našim pravom, obvezom i odgovornošću.

Svi članovi koji imaju pitanja i nejasnoće o radu kluba ili nisu zadovoljni radom kluba ili NO-a mogu ta pitanja i nezadovoljstvo javno uputiti odgovornim osobama u klubu na „Ćakulama s navijačima”, jedinstvenoj prilici svim članovima da pitaju, kritiziraju i ukazuju na moguće nepravilnosti. Osim toga, sva pitanja mogu postaviti i na Skupštini Hajduka ako su dioničari.

Naš Hajduk iz pozicije suvlasnika djeluje na dvije razine:

1. zagovaračkim aktivnostima prema Hajduku s ciljem izgradnje funkcionalnog sustava, izrade strateških dokumenata i povećanja razine transparentnosti
2. internim procesima koje za cilj imaju razvoj “socios” modela

U 2020. Naš Hajduk je postigao dogovor sa HNK Hajduk o održavanju dvije skupštine godišnje. Prva skupština u 2020. sazvana je za 15. ožujka, ali je otkazana na preporuku Stožera civilne zaštite Splitsko-dalmatinske županije i Nastavnog zavoda za javno zdravstvo Splitsko-dalmatinske županije. Materijali za skupštinu su dostavljeni dioničarima i obuhvaćali su:

- Financijski pregled poslovanja HNK Hajduk š.d.d. - nerevidirano financijsko izvješće za 2019. godinu
- Pregled plana i programa rada predsjednika Uprave Društva
- Prezentacija budžeta HNK Hajduk š.d.d. za 2020.
- Izvješće o radu Nadzornog odbora za 2019.

Naš Hajduk je Nadzornom odboru i Upravi poslao svoje komentare na dostavljene materijale.

U svibnju 2020. Naš Hajduk je sudjelovao na radionici gdje je prezentiran inicijalni prijedlog klupske Strategije sa namjerom da se dovrši i izglosa do skupštine u srpnju. Nakon komentara dobivenih na radionici Uprava je odlučila povući točku izglašavanja Strategije na Skupštini zbog nedovoljne spremnosti dokumenta.

Druga planirana skupština u 2020. održana je 19. srpnja. Na skupštini su prezentirani materijali:

- izvješće Uprave Društva o stanju i poslovanju Društva za 2019. godinu
- Financijski pregled poslovanja HNK Hajduk š.d.d. - nerevidirano financijsko izvješće za 2020. godinu
- polugodišnje izvješće Uprave društva o stanju i poslovanju Društva za 2020. godinu, kao i
- izvješće Nadzornog odbora Društva o stanju i poslovanju Društva za 2019. godinu
- godišnja financijska izvješća Društva za 2019. godinu kako su ih utvrdili Uprava i Nadzorni odbor Društva i izvješće revizora Društva o obavljenoj reviziji za 2019. godinu

Dala se potom razrješnica članovima Uprave Društva za vođenje poslova Društva u 2019. godini (353.632 glasa za, 131.617 protiv i 1 suzdržanim) te članovima Nadzornog odbora Društva za obavljeni nadzor nad vođenjem poslova Društva u 2019. godini. S obzirom na prezentirani financijski pregled poslovanja te izvješće Uprave 2019. Naš Hajduk je glasao protiv davanja razrješnice Upravi za 2019. godinu. Prezentirani materijali su jasno ukazivali na rekordan proračun kluba te nikad veća ulaganja u prvu momčad koje su popratili iznimno loši sportski rezultati (ispadanje od Gzire u prvom pretkolu, ispadanje u osmini kupa od Gorice i završetak na petom mjestu u HNLu). Dodatno je povećana ovisnost kluba o transferima, a propuštena prilika za ulazak u skupine Europske Lige i financijsku stabilizaciju. Period su obilježile i česte promjene kadra uz nedostatak strateških dokumenata koji pokazuju jasnu viziju i smjer upravljanja Klubom. Sve to rezultiralo je odlukom o ne davanju razrješnice.

3.1. Zagovaranje izgradnje funkcionalnog sustava, izrade strateških dokumenata i povećanje razine transparentnosti Hajduka

U 2020. godini Naš Hajduk je putem sudjelovanja na sjednici Glavne skupštine HNK Hajduk, sastancima s NO Hajduka i javnim istupima iz pozicije suvlasnika kluba zagovarao potrebu izgradnje funkcionalnog sustava, izradu strateških dokumenata i povećanje razine transparentnosti Hajduka.

S tim aktivnostima nastavlja se i u 2021. godini, koristeći pritom sve dostupne mehanizme sukladno zakonskoj regulativi: sudjelovanjem na Glavnim skupštinama dioničara, sastancima s NO Hajduka, organizacijom okruglih stolova u suradnji s akademskom i poslovnom zajednicom te javnim istupima.

Izgradnja funkcionalnog sustava Hajduka cilj je koji osigurava funkcioniranje kluba temeljeno na strateškim dokumentima i operativnim planovima, neovisno o pojedincima koji su dio njega. Izgradnja funkcionalnog sustava uključuje i uvođenje sustava koji će unaprijediti usklađenost poslovanja s unutarnjim i vanjskim zakonskim propisima (korporativna usklađenost ili *compliance*).

Strateški okvir, usvojen od strane Glavne skupštine dioničara, kao ključne ciljeve definira:

- Pobjeđivati
- Razvijati se
- Biti održiv

Strateški okvir i navedeni ciljevi propisuju smjernice za izradu strateških dokumenata kluba. Iz strateških dokumenata kreiraju se godišnji operativni i financijski planovi koji omogućuju praćenje aktivnosti pojedinog segmenta kluba te ostvarivanje postavljenih ciljeva i rezultata. Kako bi se osiguralo praćenje provedbe operativnih i financijskih planova, a time i doprinos ispunjavanju strateških ciljeva, nastavit će se zagovarati izrada i objava kvartalnih izvješća. Time se ujedno doprinosi i većoj razini transparentnosti kluba.

Pokazatelj provedbe:

- putem sudjelovanja na sjednicama Glavne skupštine Hajduka i sastancima s NO Hajduka zagovarati dinamiku održavanja 2 Glavne skupštine Hajduka godišnje
- putem sudjelovanja na sjednicama Glavne skupštine Hajduka i sastancima s NO Hajduka zagovarati izradu i objavu izvješća na kvartalnoj razini
- putem sastanaka s NO zagovarati uvođenje ustava koji će unaprijediti usklađenost poslovanja s unutarnjim i vanjskim zakonskim propisima (korporativna usklađenost ili *compliance*)
- putem sudjelovanja na sjednicama Glavne skupštine Hajduka zagovarati izradu strateških dokumenata, operativnih i finansijskih planova s mjerljivim ciljevima i pokazateljima
- organizacija "Čakule s navijačima" dinamikom kojom se održavaju sjednice Glavne skupštine Hajduka (minimalno 1 "Čakula s članovima" godišnje)
- organizacija okruglih stolova u suradnji s akademskom i poslovnom zajednicom s ciljem razmjene stručnih mišljenja i stavova na teme od važnosti za Naš Hajduk kao suvlasnika kluba (minimalno 1 okrugli stol u 2021.)
- sastanci sa stručnjacima iz akademske i poslovne zajednice s ciljem konzultacija oko pojedinih procesa i uloge Našeg Hajduka kao suvlasnika u navedenim procesima (minimalno 5 sastanaka)

3.2. Interni procesi koji za cilj imaju unapređenje članskog modela

Naš Hajduk proveo je do sada izbore za NO Hajduka u 3 navrata: 2011., 2015. i 2018. Svi do sada provedeni izbori za NO Hajduka u nadležnosti Našeg Hajduka obilježeni su visokom razinom profesionalnosti, od osmišljavanja inovacija u sklopu izbornog procesa koji je važio za pojedine izbore (na primjer: uvođenje elektronskog glasanja na izborima za NO 2018.) do odnosa prema kandidatima koji su sudjelovali na izborima, pritom se pridržavajući zakonskih propisa i standarda. S obzirom na to da je imanje 24,53% dionica Hajduka osiguralo provedbu izbora u skladu sa članskim modelom, fokus je tijekom 2020. usmjeren na promišljanje o unapređenju samog modela. Kroz 2020. napravljena je analiza manjkavosti hajdučkog članskog modela, napravljene su analize različitih varijacija članskog modela na međunarodnoj razini, pozitivni i negativni aspekti svakog od analiziranog primjera kao i mogućnost prilagodbe hajdučkom članskog modelu (praktični i pravni aspekti). U 2021. godini se aktivnosti nastavljaju kroz nastavak analiza primjera iz inozemstva te putem organizacije okruglih stolova u suradnji s akademskom i poslovnom zajednicom. Svjesni smo određenih nedostataka postojećeg modela i u svrhu poboljšanja istog, a u skladu s rezultatima analize pristupit će se prezentaciji i uvođenju potrebnih izmjena kroz 2021. godinu...

Pokazatelj provedbe:

- temeljem provedenih analiza inozemnih članskih modela izraditi prijedloge izmjena unapređenja hajdučkog članskog modela
- organizacija okruglih stolova u suradnji s akademskom i poslovnom zajednicom s ciljem razmjene stručnih mišljenja i stavova na temu unaprjeđenja hajdučkog "socios" modela (minimalno 1 okrugli stol u 2021.)
- sastanci sa stručnjacima iz akademske i poslovne zajednice s ciljem konzultacija oko pojedinih procesa i uloge Našeg Hajduka kao suvlasnika u navedenim procesima (minimalno 5 sastanaka)
- prezentacija i uvođenje odabralih izmjena

4. PROVEDBA AKTIVNOSTI EDUKACIJE, PROMOCIJE DEMOKRATSKE KULTURE I ZAŠTITE UGLEDA HAJDUKA I UDRUGE

Uz tematski usmjerene ciljeve Našeg Hajduka postoje i aktivnosti propisane Statutom koje koriste ostvarenju svakog od ciljeva te poboljšavaju općeniti imidž Udruge. Od samog osnutka Naš Hajduk primjerom promovira demokratsku kulturu te radi na edukaciji članova i javnosti. Također, promiče i štiti ugled Hajduka kao kluba i Našeg Hajduka kao najbrojnije udruge navijača u Hrvatskoj. U 2020. provodila se stručna praksa za dvoje studenata temeljem ugovora s Ekonomskim fakultetom u Splitu te se, u slučaju da Ekonomski fakultet nastavi s ovom praksom u ovoj akademskoj godini, očekuje nastavak ove suradnje i u 2021.

Krajem 2020. održana je izborna Skupština Humanitarnog kluba navijača Hajduka „Bilo srce“ te su za članove Upravnog odbora Bilog srca izabrani i predstavnici Našeg Hajduka. Ostali članovi Upravnog odbora Bilog srca su predstavnici KN Torcida Split, HNK Hajduk, Društava prijatelja Hajduka te veterana Hajduka.

Sukladno Operativnom planu Bilog srca za 2021., tri su strateška područja djelovanja Bilog srca:

- projekt „Stipendist Hajduka“
- projekt učlanjivanja u Hajduk socijalno ugroženih pojedinaca i skupina
- pružanje direktnе podrške (materijalne i nematerijalne) socijalno ugroženim pojedincima i skupinama.

Navedene aktivnosti za cilj imaju jačanje suradnje sa svim relevantnim partnerima unutar hajdučke zajednice (Hajduk, KN Torcida, Društva prijatelja Hajduka, veterani Hajduka) te vanjskim partnerima i suradnicima (akademska zajednica, civilno društvo, ustanove u području socijalne skrbi i sl.). Također, poticanjem članova na sudjelovanje u navedenim aktivnostima promovira se volontерstvo kao poželjan oblik sudjelovanja članova u životu zajednice te doprinosi razvoju filantropije.

U svrhu cilja zaštite ugleda Udruge i Hajduka kroz cijelu godinu pravni tim Našeg Hajduka će pripremati demantije, pokretati nove tužbe i raditi na onim postojećima. Kroz 2020.. godinu ostvarena je jedna nepravomočna sudska presuda u korist Našeg Hajduka.

Pokazatelji provedbe:

- Provedena humanitarna akcija učlanjivanja, u suradnji s ustanovama i udrugama koje skrbe o socijalno ugroženim građanima
- Obnovljen projekt „Stipendist Hajduka“
- Obilježen 110. rođendan HNK Hajduk putem organizacije 110 humanitarnih akcija
- Provedene pravne aktivnosti (demantiji, tužbe) s ciljem zaštite ugleda Udruge Naš Hajduk