

GODIŠNJE IZVJEŠĆE za 2020.
(za Skupštinu Udruge Naš Hajduk)



Split, kolovoz 2021

Sadržaj

1. Naš Hajduk ukratko	3
1.1. Način rada Udruge	4
1.2. Povezana društva	5
2. Aktivnosti udruge	6
2.1. Promocija projekta	6
2.2. Komunikacija	7
2.3. Humanitarni rad Udruge	12
2.4. Pобољшanje usluge	13
2.5. Redovne skupštine udruge Naš Hajduk	13
3. Članstvo 2020.	15
3.1. Statistički podaci o broju članova za 2020. člansku godinu	15
3.2. Aktivnosti Odjela za članstvo 2020.	17
3.3. Suradnja s DPH-ovima	19
4. Projekt otkupa dionica: Za sva vrimena	20
4.1. Sredstva za dionice	20
4.2. Projekt „Za sva vrimena“	21
4.3. „Za sva vrimena“ u 2020.	21
5. Uloga dioničara	26
5.1. Glavne skupštine HNK Hajduk š.d.d.	26
5.2. Sastanci s dionicima	27
6. Dodatak: POLUGODIŠNJE IZVJEŠĆE za 2021. (1.1.2021. – 30.6.2021.)	28
6.1. Aktivnosti Udruge	28
6.2. Humanitarno djelovanje	29
6.3. Projekt otkupa - Za sva vrimena	29
6.4. Članstvo do 30.06.2021.	31
6.5. Uloga dioničara	35
6.6. Komunikacija	36



1. Naš Hajduk ukratko

Ime udruge: Udruga „Naš Hajduk” Adresa: Split, Zrinsko-Frankopanska 17

Toni Baletić, predsjednik

Luka Domikulić, tajnik

Ante Bakalić, član Upravnog odbora

Ante Krnić, član Upravnog odbora

Miro Živković, član Upravnog odbora

Email: info@nashajduk.hr OIB: 94840720718

Registarski broj: 17004265

IBAN: HR69 2407 0001 5003 2322 5

Telefonski broj Odjela za članstvo Hajduka (Poljud): +385 (21) 585 231

Naš Hajduk je udruga osnovana s ciljem:

- poticanje provedbe izbora za utvrđivanje prijedloga kandidata za članove Nadzornog odbora HNK Hajduk š.d.d.
- očuvanje identiteta, promicanje ugleda i sveukupnog razvitka HNK Hajduk š.d.d.
- okupljanje i informiranje 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.

- promicanje i razvoj volonterizma
- razvoj i promicanje obrazovanja, demokratske kulture, zaštite i brige o mladima te njihovo aktivnije sudjelovanje u društvu.

1.1. Način rada Udruge

Udrugu vodi Upravni odbor koji čine predsjednik Udruge, koji je ujedno i predsjednik Upravnog odbora Udruge, tajnik Udruge i još tri člana Upravnog odbora Udruge. Upravni odbor djeluje na sjednicama Upravnog odbora.

Skupština je najviše tijelo Udruge i čine je svi članovi Udruge. Ona usvaja Statut Udruge i njegove izmjene i dopune, bira i razrješava predsjednika, tajnika te Upravni odbor Udruge. Skupština Udruge djeluje na sjednicama. Glasovi članova na Skupštini Udruge vrijede u skladu s njihovim kontinuiranim, neprekinutim članstvom u Udruzi, i to na sljedeći način:

- od 1 do 3 godine – 1 bod
- od 4 do 7 godina – 2 boda
- od 8 do 12 godina – 3 boda
- od 13 do 20 godina – 4 boda
- 21 godina i više – 5 bodova

Za mjesto Predsjednika i Tajnika mogu biti izabrani samo članovi Udruge čije neprekinuto članstvo traje najmanje 4 godine.

Pravo biranja na demokratskim izborima imaju svi punoljetni članovi s plaćenom članarinom za tekuću godinu.

Velik dio Udruge bazira se na volonterskom radu, pa je tako u 2020. godini odrađeno više od 29.000 sati volonterskog rada. Broj volontera sve je veći te dolaze iz svih sfera društva.

Aktivni članovi u Udruzi podijeljeni su u timove, ovisno o svojoj struci, afinitetima i sposobnostima.

Udruga je zaključno s 31.12. 2020. imala zaposlenih pet radnika u Odjelu za članstvo i tri radnika za potrebe projekta Za sva vrimena.

U periodima povećanog obima posla koristi se i ispomoć studenata.

VIZIJA

Vizija je Udruge uspješan, transparentan i demokratski Hajduk, u kojem navijači imaju pravo birati, čuvati identitet, promicati ugled i sveukupni razvitak HNK Hajduk Split š.d.d.

MISIJA

Misija je Udruge okupljanje članova i stjecanje dionica HNK Hajduk Split š.d.d. kako bi se omogućilo provođenje vizije Udruge.

1.2. Povezana društva

Hajduk Split

Udruga je prema izvodu iz registra Središnjeg klirinškog depozitarnog društva na dan 29. 12. 2017. bila vlasnik 131.581 dionica HNK Hajduk Split š.d.d. oznake HJDK-R-A, što predstavlja postotni udio od 24,53. Dionice su stečene tako što je Udruga 16. listopada 2016. godine s tvrtkom Tommy d.o.o., Split, potpisala ugovor o kupoprodaji 131.580 dionica u vrijednosti od 35.395.000,00 kn, s rokom otplate 10 godina. Udruga je kao vlasnik dionica upisana u registar Središnjeg klirinškog depozitarnog društva u siječnju 2017. godine.

RB	Dioničar	Broj	%
1.	GRAD - SPLIT	353.618	65,92%
2.	NAŠ HAJDUK	131.581	24,53%
3.	KONSTRUKTOR INŽENJERING D.D. U STEČAJU	10.000	1,86%
4.	STUDENAC D.O.O.	10.000	1,86%
5.	KERUM D.O.O.	10.000	1,86%
	UKUPNO	522.148	97,34%

Naš Hajduk 2011 d.o.o.

Udruga je 22. 12. 2016. samostalno osnovala trgovačko društvo pod nazivom Naš Hajduk 2011. d.o.o., čiji je stopostotni vlasnik, s uplaćenim temeljnim kapitalom u iznosu od 20.000,00 kuna. Sve svoje aktivnosti koje predstavljaju gospodarsku djelatnost, kao što su usluga prodaje pretplata i ulaznica, maloprodaja (Božićni sajam, akcije) te organizacija raznih društvenih događanja (npr. koncert, utakmica i slično), Udruga će ubuduće obavljati preko navedenog ovisnog društva.

2. Aktivnosti udruge

2.1. Promocija projekta



U ožujku 2020. u suradnji s Hajdukom održana je svečana dodjela priznanja najaktivnijim Društvima prijatelja Hajduka za 2019. godinu.

S obzirom na okolnosti uzrokovane COVID-19 pandemijom, u 2020. održana su dva susreta s DPH-ovima, jedan na Krku (početak godine) te druženje s DPH-ovima s područja Slavonije (rujan), i to o vlastitom trošku volontera.

Cilj susreta je jačanje suradnje s DPH-ovima, razmjena iskustava i primjera dobre prakse te dodatno upoznavanje DPH-ova s ciljevima i procesima koji se odvijaju. Također, to je prilika za druženje i davanje odgovora na pitanja koja zanimaju članove. Otvorenost i transparentnost nužni su za uspješno djelovanje Udruge, a ovakva ih vrsta aktivnosti osigurava.

Tijekom 2020., u suradnji s Kinom Mediteran (mreža kina na području Dalmacije) i DPH-ovima, održao je 40-ak projekcija dokumentarnog filma "Naš Hajduk - projekt jedne ljubavi".

U 2020. je podijeljeno je više od 400 primjeraka knjige "Naš Hajduk - borba navijača za klub".

Dokumentarni film i knjiga za cilj imaju educirati članove i navijače o svim procesima vezanim uz Hajduk od 2004. godine te razlozima za osnivanje i djelovanje Našeg Hajduka kao načina borbe za Hajduk, klub svojih članova.

Nastavljena je suradnja s Ekonomskim fakultetom u Splitu na temu društveno korisnog učenja te je dvoje studenata odradilo praksu u Našem Hajduku.

2.2. Komunikacija

Pri izradi strateškog plana Udruge proaktivna i transparentna komunikacija označena je kao jedan od bitnih ciljeva. Jasno komuniciranje stavova Našeg Hajduka i komuniciranje bila članova važan je segment rada udruge.

Rad komunikacijskog tima sastoji se od redovitih objava na društvenim mrežama (Facebook, Instagram) te se na svakoj mreži u proteklom periodu vidio rast pratitelja, reakcija, a sama je količina i kvaliteta sadržaja unaprijeđena. Osim toga, komunikacijski tim radi na pripremi svih javnih nastupa, priprema sadržaj koji udruga komunicira po pitanju članstva i projekta „Za sva vremena” te u tom smislu pruža podršku ostalim timovima.

U svrhu ostvarenja komunikacijskih ciljevi nužno je koristiti dostupne kanale te razvijati nove. Također, kako bi se bolje shvatilo napravljeno kroz 2020. godinu nužno je nabrojati sve kanale koje Naš Hajduk koristi u komunikaciji aktivnosti.

Sredstva direktne komunikacije koja se koriste su mail (newsletter), SMS, poziv, razgovor na terenu i Odjelu za članstvo te push notifikacija kroz aplikaciju Naš Hajduk.

Uz sredstva direktne komunikacije koriste se i društvene mreže, prije svih Facebook i Instagram te u posebnim prigodama i LinkedIn. Također, među društvene mreže može se uvrstiti i članski forum kao kanal komunikacije.

Posebno važan kanal komunikacije su i mediji, bilo tiskani mediji, portali, radio ili televizija pomoću kojih se poruka šalje većem broju potencijalnih simpatizera.

Direktna komunikacija

Nastavno na provedenu analizu članstva ove godine se nastavilo s tom praksom te su kontaktirani ljudi koji su se u 2019. ućlanili do određenog datuma, a do tog datuma u 2020. nisu bili članovi. U sklopu takvih akcija kontaktirano je oko 5000 nekadašnjih članova, a sa sličnim akcijama će biti nastavljeno kroz godinu.

Također, za svaku terensku akciju poslan je i mail i SMS na ljude koji se nekad bili članovi, a žive na tom području što je imalo utjecaj na broj članova na terenskim akcijama.

U sklopu projekta otkupa dionica fokus je stavljen na povećanje visine donacija kod postojećih donatora, ali i na iskorištavanje mogućnosti kartično plaćanja do punog iznosa od 7500 kuna. U skladu s tim je kreirana i direktna komunikacija prije svega mailom koji se pokazao kao najbolji kanal kada se uzmu u obzir ljudski i materijalni resursi s jedne strane, a postotak uspješnih konverzija s druge strane. Provedene su dvije velike kampanje, jedna je bila usmjerena na one koji imaju predispozicije za korištenje ubrzanog postupka, a druga za mjesečne donatore kako bi ostvarili mogućnost rezervacije imena. Ova akcija je rezultat prilagodbe na nove okolnosti i cilj joj je učvršćivanje baze postojećih donatora, dok se u postojećoj nestabilnoj situaciji procijenilo kako je prevelik rizik resurse trošiti na neku potpuno novu ciljnu skupinu. Također, direktno se komuniciralo prema svim trenutnim donatorima kako bi ih se obavijestilo o trenutnom statusu i daljnjim koracima projekta Za sva vrimena i mogućnosti rezervacije mjesta u Parku.

U drugom dijelu 2020. godine fokus je bio na povećanju broja članova te je s tim ciljem poslana pošta prema svim nekadašnjim članovima unazad nekoliko godina što je rezultiralo velikim brojem novih članova. Uz to, aktivno se komuniciralo putem maila i SMS a prema istoj ciljnoj skupini. Također, kao dodatni osigurač da je komunikacija stigla do svakog potencijalnog člana su i Društva prijatelja Hajduka kontaktirali osobe koji su bili članovi s bazom u njihovom Društvu.

Društvene mreže i mediji

Naš Hajduk je aktivan na tri društvene mreže od kojih je fokus rada stavljen na Facebook i Instagram, a za iznimne slućajeve koristi se i LinkedIn. Deaktiviran je Twitter profil zbog nepostojanja resursa za njegovo kvalitetno održavanje, tim više što Twitter traži poseban, izrazito aktivan pristup, a procjena je

da u Hrvatskoj ionako nije dovoljno razvijen te ne zadovoljava ciljeve koji se izvršavaju kroz profile na Facebooku i Instagramu. Rad na društvenim mrežama podijeljen je na svakodnevni rad koji prati aktualnosti i prenosi ih uz usklađena pravila što se tiče relevantnosti, ali i forme prenošenja. Svaka objava na društvenim mrežama Našeg Hajduka mora biti od interesa za šire članstvo i navijače Hajduka ili izrazito zanimljiva lokalna vijest kako bi sadržaj ostao zanimljiv pratiteljima.

Drugi tip rada su kampanje koje prate svaki od važnijih događaja ili aktivnosti. One iziskuju pripreme i koordinaciju voditelja projekata, Upravnog odbora, grafičkih dizajnera te komunikacijskog tima kao koordinatora aktivnosti u cilju bolje prezentacije pojedinog sadržaja.

Kroz 2020. godinu provedene su dvije članske kampanje „Tebi pripadam“ na početku članske godine te kampanja „Pripadam ti“ kao prilagodba na novonastalu situaciju izolacije u cilju promocije online učlanjivanja. Također, pripremljena je i provedena kampanja za rezervaciju imena u parku Za sva vremena, a trenutno su u provedbi i kampanje vezane uz promociju knjige i filma Naš Hajduk.

Također, na samom kraju godine provedena je kampanja usmjerena prema onima koji žele pokloniti svojim najmilijima ime u Parku za Božić te je rezultirala velikim brojem onih koji su donirali 7500 kuna ili više.



Uz rad na društvenim mrežama komunikacija se odvija i kreira prema medijima kojima je poslano niz priopćenja vezanih uz aktualnosti Našeg Hajduka. Taj aspekt podrazumijeva i kvalitetnu dvostranu komunikaciju s medijima u cilju kvalitetnijeg prenošenja aktivnosti Našeg Hajduka.

Web stranica

Kao novi, izrazito bitan alat, za provedbu komunikacije i uspješniju konverziju interesa potencijalnih članova i donatora u rad je puštena nova web stranica Našeg Hajduka koja je izrađena volonterskim resursima. Projekt izrade web stranice trajao je 6 mjeseci te je počeo mapiranjem svih funkcija koje stranice treba imati te iskustava korisnika na temelju čega je izrađena struktura stranice. Zatim je dizajnerski tim izradio izgled stranice, komunikacijski tim je pripremio tekstove i odabrao ostali sadržaj, a IT tim je izradio stranicu te isprogramirao funkcionalnosti. Nakon 6 mjeseci pripreme stranica je puštena u rad u listopadu kako bi se pomoću nje čim bolje iskoristio događaj dodjele pločica. Također, važno je naglasiti da na stranici još uvijek postoje dijelovi koje treba dodatno unaprijediti kako bi ona u potpunosti zadovoljavala sve potrebe korisnika.

Organizacija i komunikacijska priprema javnih događanja

Kroz 2020. godinu Naš Hajduk je pripremio i održao 6 velikih javnih događanja. Na samom početku godine održana je konferencija za medije o radu Našeg Hajduka u hotelu Dioklecijan, a zatim i predstavljanje knjige na tartanu Poljuda te premijera filma u kinu Bačvice. Za svaki od tih događaja odrađena je priprema i osmišljavanje uređenja prostora, priprema govornika, kreiranje protokola događaja, operativna organizacija cijelog događanja, pozivi uzvanicima te kreiranje vizualnog i tekstualnog sadržaja nakon tih događaja. Također, održane su i dvije skupštine Našeg Hajduka.

Također, kao posebno izazovan događaj za organizaciju i komunikaciju pokazala se dodjela pločica donatorima koja je organizirana u listopadu. S obzirom na pandemijske uvjete svaki aspekt događaja je bio otežan, ali je u potpunosti ispunio postavljene ciljeve. Prije svega, svi oni koji su uplatili minimalno 7500 kuna dobili su zasluženu zahvalu, a uz to je sam događaj u narednim mjesecima privukao cijeli niz novih donatora te producirao iznimno veliki broj fotografija Parka.



Specifični ciljevi

Jedan od internih ciljeva bio je standardiziranje tima i pronalazak uloga za svakog pojedinca. Kroz 2020. godinu tim je proširen na 3 člana koji su aktivni na dnevnoj razini te 3 koji odrađuju specifične poslove, uz nekoliko članova koji se aktiviraju u posebnim situacijama i imaju uglavnom savjetodavnu ulogu. Timu je priključen i jedan od zaposlenika, dok su svi drugi članovi tima volonteri.

Drugi specifični cilj bio je veće uključivanje Hajduka u promociju članstva. S početkom nove članske godine u koordinaciji s Hajdukom ostvarila se kvalitetnija zajednička komunikacija ciljeva vezanih uz članstvo te je količina sadržaja vezanog uz članstvo na Hajdukovim kanalima povećana u odnosu na prethodne godine.

Treći specifični cilj je bio priprema tekstova i vizualnog identiteta nove web stranice s ciljem jednostavnog pristupa naručivanju knjige, ali i njenom kvalitetnom prezentiranju.

2.3. Humanitarni rad Udruge

Humanitarni rad Našeg Hajduka provodi se putem Bilog srca. U 2020. je donesena strateška odluka Našeg Hajduka da se okupe svi suradnici koji uz Naš Hajduk čine Bilo srce, te je na zajedničkim sastancima donesena odluka o revitalizaciji Bilog srca i, povećanjem broja članova Upravnog odbora Bilog srca (s 5 na 9 članova), dodatno osnaži suradnja svih aktera unutar Bilog srca. Upravni odbor Bilog srca čine predstavnici Hajduka, Našeg Hajduka, KN Torcida, DPH-ova i Udruge veterana Hajduka.

O Bilom srcu

Humanitarni klub navijača Hajduka Bilo srce zajednički je nazivnik za humanitarne akcije u organizaciji HNK Hajduk, KNH Torcida i Našeg Hajduka te brojnih Društava prijatelja Hajduka podružnica Torcide uz sudjelovanje članova, navijača kao i veterana kluba.

Osnovano je s ciljem da se pomogne onima kojima je pomoć najpotrebnija i da veličinu hajdučkog srca osjete oni slabijeg imovinskog stanja, koji žive na područjima od posebne državne skrbi, djeca i mladi bez roditeljske skrbi te pojedinci koji su nas zadužili svojim životom i djelima.

Nakon nekoliko održanih sastanaka predstavnika svih dionika Bilog srca koje je inicirao Naš Hajduk, prosincu 2020. održana je izborna sjednica Skupštine Bilog srca. Izabrano je novo vodstvo Bilog srca (predsjednik i tajnik Bilog srca su iz redova Našeg Hajduka) te su usvojeni Operativni i Financijski plan za 2021.

Bilo srce djeluje u 3 područja/programa:

- projekt Stipendist Bilog srca (ranije Stipendist Hajduka);

- učlanjivanje u Hajduk osoba slabijeg imovinskog/socijalnog statusa;
- financijska podrška pojedincima i skupinama slabijeg imovinskog/socijalnog statusa

U prosincu 2020. je Bilo srce doniralo 10-ak udruga i ustanova koje skrbe o korisnicima (Udruga Down sindrom 21, Centar za autizam, Maestral, Juraj Bonači, Anđeli...)

Uz to, brojna Društva prijatelja Hajduka organizirala su akcije za pomoć zajednici u kojoj žive pa su tako Đakovčani i Zadrani prikupili namirnice za potrebe socijalne samoposluge, a Zagrepčani su pomogli Kući ljubavi u kojoj su smještene trudnice i mala djeca bez doma. DPH Šibenik je pomogao beskućnicima u svom gradu, DPH Steyr/Linz je donirao sredstva za izgradnju doma onima koji ga nemaju u Busovači dok je DPH Makarska u suradnji s Molitvenom zajednicom uljepšala Božić dvadeset jednoj obitelji. Uz sve nabrojane akcije Bilo srce se donacijom priključilo i tradicionalnoj akciji splitskih novinara "Tone hrane za splitske beskućnike".

Preko Bilog srca u 2020. je u Hajduk učlanjeno 114 članova.

Na žalost, sami kraj 2020. godine obilježio je potres na području Banovine te je donesena odluka da Bilo srce aktivno djeluje kako bi se osigurala pomoć i podrška potrebitima s tog područja.

2.4. Poboljšanje usluge

U 2020. godini pojavila se epidemija COVID-19 koja je uvelike utjecala na aktivnosti, kako svih segmenata općeg života i društva, tako i na rad Udruge te Odjela za članstvo.

Do pojave COVID-19 naglasak je bio i na održavanju što većeg broja terenskih akcija. Bilo samostalno ili u suradnji s DPH, do ožujka je održano oko 100 terenskih akcija. Pojavom COVID-19 morali smo se brzo reorganizirati i optimizirati način rada: uveli smo rad u jednoj smjeni od 9 do 17 sati pazeći da dio djelatnika radi u samome Odjelu a dio od kuće. Na taj način željeli smo osigurati da u slučaju eventualne pojave korona virusa kod nekog od djelatnika spriječimo da se virus proširi i na druge djelatnike. Uz pridržavanje epidemioloških mjera i preporuka Stožera civilne zaštite, uspješno smo i kvalitetno vršili sve poslove koje Odjel za članstvo radi.

Pojavom COVID-19 i novog načina života uz ograničeno kretanje i javno djelovanje, shvatili smo da ne možemo dalje održavati terenske akcije i izravno kontaktirati ljude kao što smo to radili do tada. Iz tog razloga uspostavili smo call centar prema članskoj bazi i tako, uz prilagođene medijske kampanje, održavali aktivnu komunikaciju s (potencijalnim) članovima.

U financijski prilagođenim okvirima, Udruga je nastavila razvijati CRM sustav Salesforce, a kojeg koristimo kao digitalnu bazu članstva. Implementacijom Salesforcea omogućena je lakša i kvalitetnija komunikacija s članovima te podizanje kvalitete rada i usluge Odjela za članstvo.

2.5. Redovne skupštine udruge Naš Hajduk



Tijekom 2020. održane su dvije Skupštine Našeg Hajduka. Na prvoj Skupštini, održanoj u srpnju, prihvaćeni su izvještaj o radu Udruge i financijsko izvješće za 2019.

Na Skupštini je odlučeno i da se nastavi suradnja s revizorskim društvom “Kalibović i partneri d.o.o.”.

Skupština je prihvatila i osobni zahtjev za razrješenjem Željka Mamića, člana Upravnog odbora Našeg Hajduka, sukladno članku 29. Statuta Našeg Hajduka. Prihvaćen je i prijedlog imenovanja Ante Bakalića za člana Upravnog odbora Našeg Hajduka. Sukladno članku 29. Statuta Našeg Hajduka, novoizabrani član Upravnog odbora nastavlja mandat svog prethodnika do isteka mandata tog saziva Upravnog odbora.

Na Skupštini je predstavljen i Teo Prkić, novi voditelj Odjela za članstvo, izabran putem javnog natječaja.

Po završetku skupštine održana je i Čakula Upravnog odbora Našeg Hajduka s članovima.

U prosincu 2020. u amfiteatru FESB-a održana je redovna skupština Našeg Hajduka. Na skupštini su usvojeni Operativni i Financijski planovi za 2021. Na skupštini je usvojena i Odluka o visini godišnje članarine (novi model obiteljskog članstva i nova kategorija članstva “senior” (65+)).

Dokumenti koji su usvojeni na skupštini dostupni su na službenoj web-stranici Udruge.

3. Članstvo 2020.



Naš Hajduk je 2011. organizirao brigu oko članstva, a 2012. godinu organizacija učlanjivanja prepuštena je Hajduku. Nakon što je četiri godine Odjel za članstvo HNK Hajduk Split vodio proces učlanjivanja, Klub je donio odluku o jačanju suradnje Hajduka i udruge Naš Hajduk te je aktivan rad na povećanju i razvoju članstva ponovo povjerio upravo članovima okupljenim u udruhu Naš Hajduk. Rezultati te odluke i aktivnog rada Udruge s članovima očituju se kroz znatno povećanje broja članova, pa je tako u 2017. godini Hajduk imao 37.121 člana, u 2018. godini 37.432 člana, u 2019. 31.215 članova dok je 2020. članskoj godini imao 29.649 članova.

Organizacija članstva udruge Naš Hajduk omogućava Udruzi i kvalitetniju komunikaciju s članovima koji su učlanjeni putem DPH-ova koji podržavaju projekt Našeg Hajduka. DPH-ovi su jedna od žila kucavica zbog svoje direktne povezanosti s članovima. Velik broj novoosnovanih DPH-ova u Hrvatskoj i inozemstvu koji podržavaju ovakav model stjecanja dionica svjedoči o prepoznavanju važnosti ove faze među navijačima Hajduka.

3.1. Statistički podaci o broju članova za 2020. člansku godinu



Broj članova u 2020. članskoj godini bio je 29.649 članova. Na tu brojku poprilično je utjecala pojava epidemije COVID-19, koja je ograničila djelovanje prema članovima osobito u vidu terenskih akcija, kako u druge tako i DPH-ova.

U 2020. aktivno je djelovalo 70 Društava prijatelja Hajduka, od kojih je 67 imalo sklopljen ugovor s Našim Hajdukom. Od ukupnog broja 29.649 članova, Naš Hajduk kao bazu članstva imalo je 14.208 članova, dok je bazu u nekom od Društava prijatelja Hajduka imalo 15.441 član.

U ljetnom periodu očekivali smo bolje rezultate u vidu broja članova. Nažalost izostale su europske utakmice Hajduka koje su uvijek dobar motiv za članstvo u tom dobu godine jer povećavaju broj pretplatnika ali i broj članova. Svakako da se provodila prilagođena medijska kampanja u tom dobu godine, kao i cijele godine.

Nakon analize rezultata prethodnog razdoblja, pregrupirali smo se i pojačali ritam rada prema novim članovima. Provodili smo aktivnije medijske kampanje (SMS, e-mail, newsletter), poslali smo veliki broj pisama članskoj bazi (bez troškova koje su pokrili sponzori). Tijekom cijele godine bili smo u kontaktu s Društvima prijatelja Hajduka koji su pojačali aktivnosti prema svojim bazama članstva u vidu izravne komunikacije s članovima i potencijalnim članovima. Rezultati svih zajedničkih napora vidljivi su broju članova koji pokazuju da smo u periodu od listopada do prosinca 2020. godine imali 1.400 članova više u odnosu na isti period 2019. godine, odnosno za više od duplo članova u navedenom periodu.

Broj članova 2011.-2020.



3.2. Aktivnosti Odjela za članstvo 2020.

U 2020. se nastavilo s aktivnostima promocije važnosti članstva i s aktivnostima usmjerenima ka različitim ciljanim skupinama. U 2020. došlo je do promjene na poziciji voditelja Odjela za članstvo. Dosadašnja voditeljica Blanka Sunara odlazi na rođiljni dopust te je pokrenut i dovršen proces izbora novog voditelja Odjela za članstvo. Za novog voditelja izabran je Teo Prkić.

U procesu izbora sudjelovalo je 200 kandidata, a novi voditelj je najbolje zadovoljio tražene kriterije.

Kroz proces evaluacije kandidata proveden je pregled životopisa, motivacijskog pisma te upitnika o osobnosti i poznavanju konteksta Našeg Hajduka i članstva. Nakon toga provedena su dva kruga razgovora te situacijski zadatak vezan uz organizaciju rada Odjela za članstvo na kojem se Teo Prkić posebno istaknuo.

Teo Prkić je diplomirao na Fakultetu prometnih znanosti 2010. godine, a kroz radno iskustvo bavio se upravljanjem poduzećem Primus Avis International d.o.o. Uz to je i upoznat s radom na informatičkim sustavima koji su ključni za funkcioniranje Odjela za članstvo.

Također, pokazao je i razumijevanje ideje Našeg Hajduka kao kluba svojih navijača i važnosti članstva u tom modelu.

Uoči nove članske godine Udruga Naš Hajduk krenula je s organiziranim učlanjivanjima i donatorskim akcijama u splitskim kvartovima i okolici Splita.

Kao i prethodnih godina održane su brojne terenske akcije učlanjivanja u suradnji s DPH-ovima te ostalim gradovima koji su spremni organizirati akcije učlanjivanja. U prva tri mjeseca održano je više od 100 akcija učlanjivanja od čega 17 u Splitu i okolici. Na svim ostalim akcijama bio je prisutan volonterski tim Našeg Hajduka ili Društava prijatelja Hajduka. Mogućnost printanja članske iskaznice odmah po uplati pokazala se motivacijom za potencijalne članove te je stoga strateška odluka kako se printanje članskih iskaznica treba provoditi na većini akcija učlanjivanja. Terenske akcije i direktno učlanjivanje važna su aktivnost za promicanje članstva i rast broja članova. Veliki postotak članova učlanjuje se direktnim pristupom. Ukupno je u 2020. članskoj godini održano oko 200 terenskih akcija.

U cilju kvalitetnije suradnje s Društvima prijatelja Hajduka nastavljeno je održavanje regionalnih susreta. U siječnju je održan još jedan u nizu, ovaj put u Krku na kojem je sudjelovalo više od 5 Društava prijatelja Hajduka.

U veljači 2020. održano je i drugo izdanje kviza "Pod bijelim barjakom", ponovo u suradnji s klubom Zenta, a pobjedu je odnijela ekipa zaposlenika HNK Hajduk. Za vrijeme strogih epidemioloških mjera organizirano je osam online kvizova "Pod bijelim barjakom".

Uz promociju članstva, važna djelatnost Odjela za članstvo je prodaja pretplata i ulaznica za utakmice na domaćem terenu. Prodaja ulaznica bila je uskraćena za one utakmice na kojima zbog odluka Stožera civilne zaštite nisu mogli prisustvovati gledatelji. Prodaja pretplata za sezonu 2020./2021. započela 03. kolovoza s već standardnim popustom za članove, a s Odjelom za članstvo kao prodajnim mjestom.

Dodatni razvoj kvalitetnije usluge prema članovima jer poboljšanje internetske stranice hajduk.hr/clanstvo. Uvedena je mogućnost pojednostavljenog i bržeg učlanjenja u Klub, bilo da se radi o produženju kontinuiranog članstva ili učlanjenju po prvi puta. Uz opcije pojednostavljenog učlanjenja u Klub putem internetske stranice, članovi i dalje mogu koristiti člansko sučelje na kojemu između ostaloga mogu ažurirati svoje podatke, kreirati svoje obiteljske članarine odabrati opciju Zauvijek član i još mnogo toga.

Na samom webshopu Hajduka (shop.hajduk.hr) jasno su istaknute cijene artikala koje vrijede za članove. To su cijene s već uračunatim popustom za članove u iznosu od 12 posto na osnovnu cijenu pojedinog proizvoda.

Važna je stavka u svakodnevnom radu Odjela za članstvo je CRM (Customer Relationship Management) sustav Salesforce koji je globalni lider na CRM tržištu. Rad na Salesforceu kontinuiran je posao i konstantno se implementiraju nove značajke koje olakšavaju rad djelatnicima Odjela za članstvo ali i komunikaciju prema članstvu. Također, Salesforce olakšava komunikaciju s Društvima prijatelja Hajduka pogotovo u pružanju brzih informacija o samome članstvu pojedinog DPH.

Ovdje ćemo navesti neke od važnijih stavki razvoja u CRM Salesforce sustavu:

- implementacija potrebnih promjena u CRM Salesforce za konfiguraciju članske iskaznice za 2021. g. (dinamičko generiranje Hajduk Family Club (loyalty) barkoda, uvođenje dodatnih polja u svrhu veće generičnosti rješenja za budućnost, itd.)
- implementacija novih poslovnih pravila (logike) za pojedinačna i obiteljska članstva za 2021. godinu (promjena logike izračuna cijena, promjena obaveznih podataka za izradu članstva, itd.)
- promjene u integraciji Hajduk Webshop <-> CRM Salesforce prilikom kreiranja članstava
- automatizacija ispisa (velikog broja) članskih iskaznica (pojedinačna i obiteljska članstva)
- automatizacija ispisa (velikog broja) potvrda o članstvu (pojedinačna i obiteljska članstva)
- promjene na Contact (članskoj) formi (nova polja, promjena trenutnih sekcija forme, itd.)

3.3. Suradnja s DPH-ovima

Društva prijatelja Hajduka predstavljaju važnog partnera u djelovanju Našeg Hajduka. S obzirom na važnu ulogu koju imaju u promociji i afirmaciji projekta s njima se organiziraju redoviti regionalni susreti kojih je zbog pandemije u 2020. bilo samo dva. U najavi su bila još tri regionalna susreta koja su odgođena.

Također, putem zajedničke online platforme, komunikacija Naš Hajduk - DPH-ovi i DPH-ovi međusobno je svakodnevna. Redovito se šalju mjesečna izvješća o stanju članstva i donacija kao i informacije od strateškog značaja.

Kad god je moguće, terenske akcije organiziraju se i provode u suradnji i uz podršku Odjela za članstvo (informiranje članova iz pojedine baze članstva o terenskim akcijama, prisustvo Odjela i mobilne jedinice za izradu članskih iskaznica na licu mjesta, podrška preko online platformi za izradu članskih iskaznica na licu mjesta ukoliko Odjel nije prisutan na samoj akciji i sl.).

Kao dio prilagodbe na pandemiju, tj. svojevrsnu zamjena za terenske akcije, Društva prijatelja Hajduka u 2020. organizirala su call centar unutar kojeg su pozivali potencijalne članove i na tako direktnom komunikacijom osiguravali ućlanjivanje u Hajduk. Upravo je zadnji kvartal 2020. i broj članova u tom razdoblju pokazatelj kako zajedničko promišljanje i djelovanje donose rezultate.

Društva prijatelja Hajduka značajno doprinose i projektu Za sva vremena te je i u tom području pozitivan rezultat postignut temeljem suradnje i podrške koju volonterima na terenu iz redova DPH-ova pruža Naš Hajduk.

Za svoja postignuća, Naš Hajduk u suradnji s Hajdukom organizira dodjele godišnjih priznanja u više kategorija, te se na tako nagrađuje trud i rezultat najaktivnijih DPH-ova. Dodjela priznanja u 2020. održana je u ožujku 2020. a priznanja za rezultate koje postižu zaslužila su Društva prijatelja Hajduka iz Šibenika, Sinja, Osijeka, Stuttgarta i Županje.

Suradnja između Našeg Hajduka i DPH-ova očituje se i kroz djelovanje unutar Bilog srca - DPH-ovi na godišnjoj razini provedu više od stotinu humanitarnih akcija i putem Bilog srca osiguravaju članstvo u Hajduku za one pojedince i skupine koje to nisu u mogućnosti.

4. Projekt otkupa dionica: Za sva vremena

4.1. Sredstva za dionice

Godine 2016. Udruga je postala vlasnik 24,53% dionica kupljenih od poduzeća Tommy d.o.o.. Ugovorom je definirana cijena od 35 mil. kn, uz otplatni rok od 10 godina, odnosno 3,5 mil. kn godišnje. Te godine pokrenute su i aktivnosti oko otkupa donacija, odnosno prvi projekt simboličnog naziva „Ili jesmo ili nismo“, kojim je započeo proces otplate stečenih 24,53 % dionica.

Iznos otplaćenih rata do 31.12.2019: 11.208.416,56 kn

4.2. Projekt „Za sva vremena“

Projekt „Za sva vremena“ ključni je projekt pokrenut kroz lipanj 2017. godine i koji nema određeni rok trajanja.

S ciljem osiguranja stabilnog godišnjeg prihoda, projekt „Za sva vremena“ temelji se na kontinuiranim donacijama i osiguravanju što većeg broja sudionika koji će u kontinuitetu podržavati aktivnosti oko otkupa dionica. Kontinuitet donacija kontinuirano prate i simbolične zahvale za donatore kao uspomena na sudjelovanje u projektu. Jedna je od glavnih zahvala za kontinuitet donacija ime i prezime donatora u tematskom parku na Poljudu kao zahvala za one koji doniraju 7.500,00 kn.

Tri se osnovne stvari vežu uz projekt, a to su stabilan izvor prihoda, mogućnost sudjelovanja svih navijača neovisno o financijskim mogućnostima, te kontinuirana briga i posebni načini zahvale vjernim donatorima.

4.3. „Za sva vremena“ u 2020.

Operativni plan za 2020. doživio je značajne izmjene povodom nepredviđenih vanjskih utjecaja. Naime, otvaranje parka „Za sva vremena“ planirano je kroz mjesec ožujak kao preduvjet za razne ostale aktivnosti planirane operativnim planom. S vremenom, postalo je jasno kako se planirano otvorenje parka neće moći održati u uvjetima u kojima smo željeli i koji bi omogućili dolazak velikog broja navijača. Samim time, bilo smo primorani korigirati ciljeve za proteklu godinu i planirane aktivnosti. Naime, kao prilagodba novonastalim okolnostima, značajno smo povećali aktivnosti na digitalnim platformama, kao i aktivnosti telefonske komunikacije. Veliki dio brojeva prikazanih u nastavku izvještaja ostvaren je putem tih kanala, budući da smo bili onemogućeni raditi direktnu komunikaciju licem u lice, kako na Poljudu tako i na brojnim terenskim aktivnostima u organizaciji Društava prijatelja Hajduka.

Tijekom godine završili smo glavninu aktivnosti povezanih s izgradnjom parka na Poljudu. S obzirom na odgođeno otvorenje parka, odgodili smo jedan dio radova povezanih s postavljanjem imena donatora i informativnih ploča s opisom parka.



S obzirom na odgođeno otvaranje parka, odlučili smo napraviti prvu Svečanost dodjele zahvala donatorima koji su donirali minimalno 7.500 kn. Za njih smo pripremili posebnu zahvalu u vidu pločice istovjetne onoj koja se postavlja u park postavljene u posebno izrađenoj drvenoj kutiji.

Svečanost dodjele zahvalnica odvila se na Poljudu 18.10.2020. uz poštivanje svih epidemioloških mjera. Tako su prisutne bile dvije grupe donatora u dva različita termina, na kojima je ukupno prisustvovalo više od 300 donatora. Ovakve svečanosti s dodjelama zahvalnica donatorima planirane su i u budućim godinama, ovisno o dinamici novih donatora s osiguranim imenom u parku.

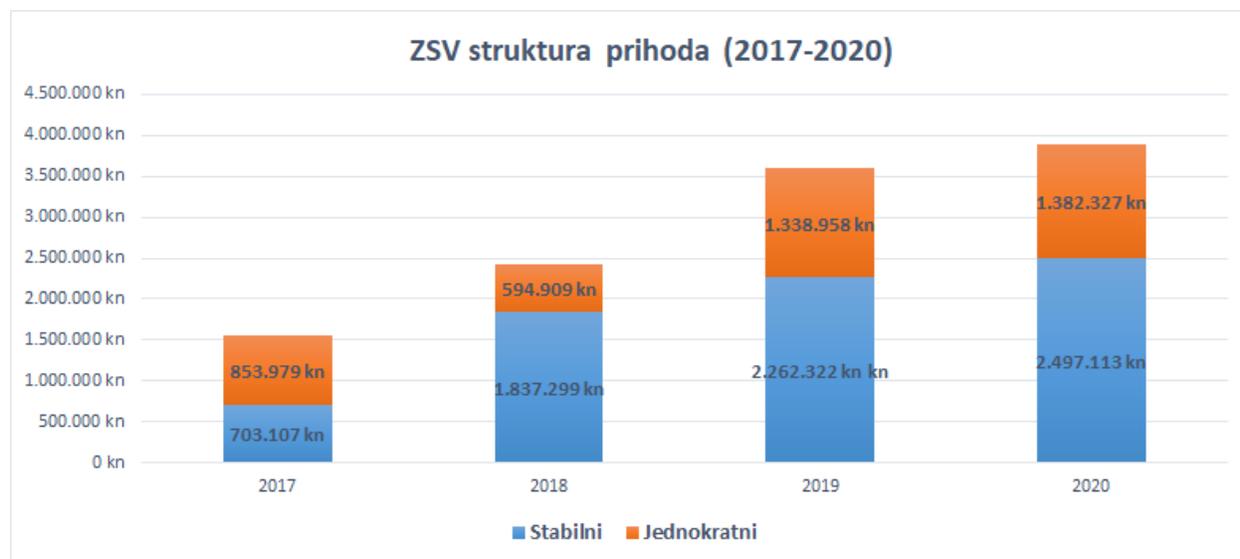


Također, u protekloj godini naglasak smo stavili na poboljšanje iskustva korisnika na našoj web stranici, pa su realizirana tri veća projekta:

- a) Rezervacijsko sučelje - 3D model parka "Za sva vremena" gdje donatori, koji zadovoljavaju kriterije za rezervaciju, mogu rezervirati svoje mjesto koje ih čeka sve dok isplate 7.500 kn.
- b) Moj trag aplikacija - jedna od posebnosti našeg parka je i interaktivnost između pločice i posjetitelja parka. Željeli smo omogućiti svakom donatoru, pored imena i članskog broja, ostavljanje i svog traga u vidu uspomene na temu Hajduka (fotografije ili videa). Svoj trag će moći mijenjati nekoliko puta godišnje. Skeniranjem broja na pločici (putem Naš Hajduk mobilne aplikacije ili unosom broja na web stranici), svakom posjetitelju parka prikazuje se prethodno učitani sadržaj.
- c) Nova donacijska web stranica - ključni cilj koji smo postavili bilo je maksimalno olakšati donatorski proces putem nove web stranica, kako po pitanju preglednosti svih opcija, tako i minimalnom broju koraka koji korisnik mora proći kako bi završio proces donacije. Naglasak smo stavili i na priče donatora, prikazu poznatih osoba u parku, kako bi maksimalno olakšali proces donošenja odluke o donaciji.

U nastavku ćemo prikazati ključne pokazatelje za proteklu 2020. godinu:

Unatoč svim negativnim vanjskim okolnostima, prethodna 2020. godina **bila je rekordna kad je u pitanju prihod ostvaren u sklopu projekta Za sva vremena - 3.879.440 kn.**

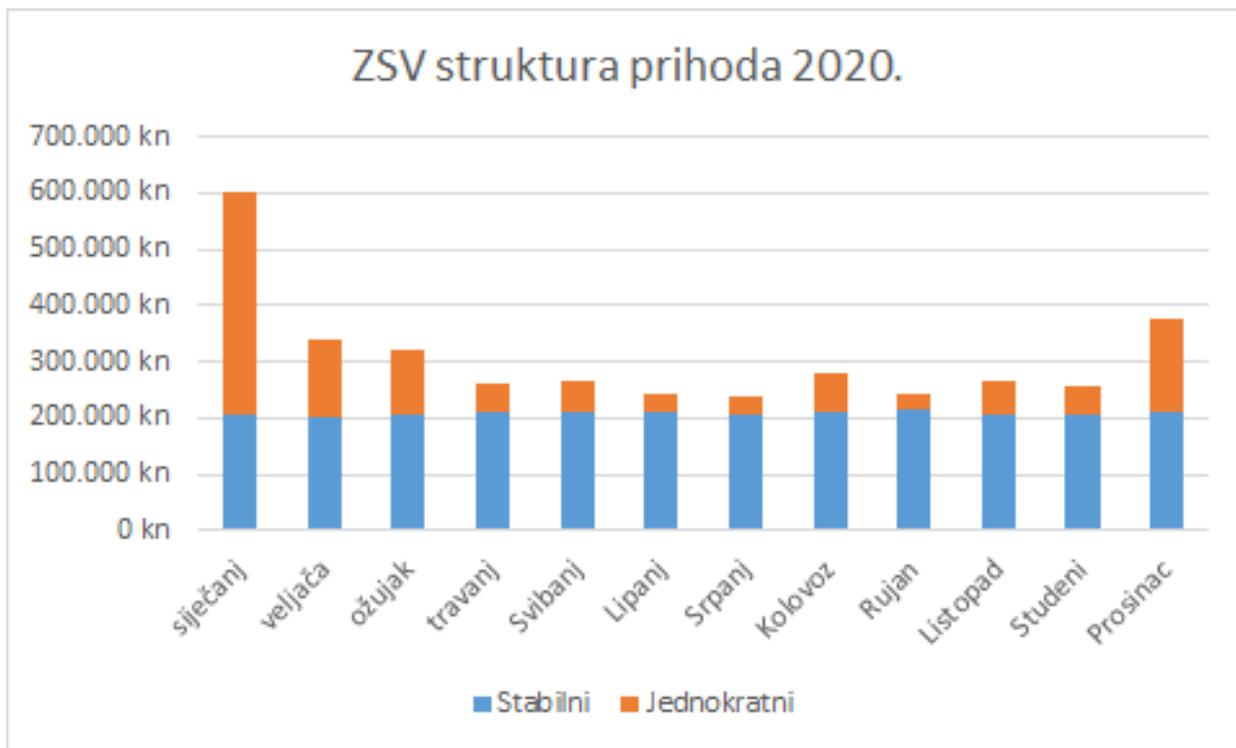


Najvažniji zaključci:

- Rast ukupnih prihoda u iznosu od 278.160 kn (7,7%) u odnosu na 2019.
- Rast stabilnih prihoda za 10,1% u odnosu na 2019.
- Slična razina jednokratnih prihoda, unatoč nemogućnosti dolaska navijača na Poljud, kao i donatora iz inozemstva koji generiraju dobar dio jednokratnih prihoda.

U sljedećoj tablici prikazana je struktura mjesečnih prihoda tijekom 2020. godine.

Početak godine obilježio je značajan rast jednokratnih prihoda kao posljedica mogućnosti ubrzanog postupka kojim su donatori kartičnim plaćanjem na rate donirali 7500 kn ili iznose koje su im preostali do tog iznosa i time osigurali ime na planiranom otvorenju parka u ožujku 2020. godine. Sličnu aktivnost imali smo na kraju godine, kada smo donatorima omogućili donacije kojim bi osigurali pločicu kao poklon za predstojeće blagdane. Primjetan je pad jednokratnih prihoda od ožujka i početka pandemije.



Ostali pokazatelji:

Aktivni donatori: 2309

Neaktivni donatori: 1063

Donatori preko 7.500 kn: 712

Ukupno s barem jednom donacijom: 4084

Broj novih mjesečnih donatora: 275 SEPA + 38 Paypal = 313

SEPA mjesečni donatori: 2479

Prosječni iznos mjesečne donacije: 98,44 kn

Paypal mjesečni donatori: 160

Donatori preko 7.500 kn: 712

Bitno je naglasiti kako se u prosjeku mjesečno ne naplati od 15 do 20 % poslanih naloga za izravno terećenje, a kao razlog prevladava nedostatak sredstava donatora na računu u trenutku pokušaja terećenja.

5. Uloga dioničara

Dugoročni cilj Našeg Hajduka od samog osnutka je stjecanje dionica Hajduka. Stjecanje većinskog vlasništva jedina je garancija nastavka provođenja socios modela koji omogućuje uključenost članova i potpunu nezavisnost od političkih procesa. Od listopada 2016. Naš Hajduk ima 24,53% dionica koje osiguravaju zaštitu "socios" 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 izvještaja.

Djelovanje Našeg Hajduka kao dioničara uvjetovano je s 3 temeljna pravna akta: Zakonom o trgovačkim društvima, Zakonom o sportu i Statutom kluba.

Udruga Naš Hajduk, kao dioničar i predstavnik članova, svoje zahtjeve, kritike i pohvale iskazuje na Glavnim skupštinama dioničara HNK Hajduk š.d.d. i to smatramo našim pravom, obvezom i odgovornošću.

Naš Hajduk iz pozicije dioničara djeluje na dvije razine, zagovaračkim aktivnostima prema Hajduku s ciljem izgradnje funkcionalnog sustava, izrade strateških dokumenata i povećanja razine transparentnosti kao i internim procesima koje za cilj imaju razvoj "socios" modela.

U 2020. je započeo proces razrade izbornog procesa za kandidate za Nadzorni odbor Hajduka. Provedena je temeljita i sveobuhvatna analiza dosadašnjih iskustava u procesu izbora članova NO Hajduka kao i većine europskih i svjetskih članskih klubova, načini na koji oni funkcioniraju te su popisane sve dobre i loše strane različitih modela kako bi se iznašao najbolji prijedlog za Hajduk. Tijekom cijelog procesa vršile su se konzultacije sa svim dionicima vezanim uz Hajduk te su se prikupljeni komentari koristili za dodatnu razradu prijedloga izmjena. Cilj unapređenja bio je osigurati pripremljen stručan kadar za Nadzorni odbor, a samim time i kontinuitet te prijenos znanja.

5.1. Glavne skupštine HNK Hajduk š.d.d.

Naš Hajduk kao dioničar kontinuirano zagovaran održavanje dvije Glavne skupštine HNK Hajduk š.d.d. U situaciji kada se održava jedna skupština godišnje, stanje kluba se saznaje s prevelikim vremenskim odmakom i onemogućuje reagiranje na potencijalno loše upravljanje društvom.

U 2020. godini održana je jedna Glavna skupština HNK Hajduk Split d.o.o. Prva Glavna skupština, najavljena za 15. ožujka 2020., otkazana je sukladno mjerama vezanim uz COVID-19 pandemiju.

Unatoč otkazivanju Glavne skupštine, dioničarima je kao rezultat zagovaranja Našeg Hajduka dostavljen materijal koji je trebao biti izložen na Glavnoj skupštini što je Naš Hajduk i pohvalio na idućoj Glavnoj

skupštini. Održan je i sastanak s NO Hajduka te je istaknuto zadovoljstvo dostavljanjem materijala dioničarima, ali i ponovljena potreba da se ojača upravljačka struktura Kluba (nastavak inzistiranja na višečlanoj upravi) te konačno implementira Compliance sustav.

Druga Glavna skupština HNK Hajduk š.d.d. održana je 19. srpnja 2020. Kao dio pripreme za Glavnu skupštinu na kojoj se kao točka dnevnog reda nalazila i prezentacija strateškog dokumenta "Strategija HNK Hajduk do 2026.", Naš Hajduk je sudjelovao na radionici u organizaciji Hajduka na kojoj se predstavio nacrt strateškog dokumenta. Nakon održane radionice navedena točka dnevnog reda je povučena zbog nedovoljne pripremljenosti.

Naš Hajduk, kao dioničar, na skupštini je komentirao rezultate rada Uprave i Nadzornog odbora kluba s naglaskom na brojne neuspješne pokušaje ostvarenja ključnih ciljeva Kluba. Od strane Našeg Hajduka komentiralo se i financije Kluba za 2019. i 2020. godinu te je još jednom naglašena važnost financijske stabilnosti i likvidnosti te potreba smanjenja ovisnosti o prodaji igrača.

Godina je obilježena i rezultatskim neuspjesima (ispadanje iz Europe od malteške Gzire i u ranoj fazi Kupa od Gorice, u tom trenutku najlošiji plasman u HNL-u od kada je Hrvatske), čime je propuštena i prilika za smanjenje ovisnosti Kluba o transferima. Kritiziran je i pokušaj pregovora s Hrvatskim nogometnim savezom koji ničim nije dokazao da drži do obećanja i rokova za ispunjenje istih.

U 2019. godini dogodile su se i brojne kadrovske promjene, a one važne, koje su trebale ojačati odjele i sustav unutar kluba nisu se dogodile, iako su predviđene strateškim okvirom koji je usvojen na Skupštini kluba 2018. godine. Radna verzija strategije koja je trebala biti usvojena na ovoj Skupštini nema puno dodirnih točaka s usvojenim dokumentom kao što nema ni ono najvažnije – sportsku strategiju.

Uz navedeno, na samoj Glavnoj skupštini Uprava nije ponudila pojašnjenja za sve neuspjehe u 2019. godini.

Iz svega navedenog očigledno je zašto je Naš Hajduk bio protiv davanja razrješenice predsjedniku Uprave za 2019. godinu. Tim činom je Naš Hajduk kao dioničar izrazio nezadovoljstvo rezultatima rada predsjednika Marina Brbića.

5.2. Sastanci s dionicima

Tijekom 2020. godinu održani su periodični sastanci s Nadzornim odborom kluba. Teme tih sastanaka bile su usmjerene na sugestije Našeg Hajduka prema nadzornicima a koje se odnose na potrebe jačanja upravljačke strukture Kluba (višečlana uprava), aktivnosti oko donošenja strategije Kluba, uvođenja sustava (Compliance) koji će se brinuti o usklađenosti poslovanja kluba sa svim zakonskim i ostalim propisima, osiguranje dinamike dvije Glavne skupštine godišnje, redovitiji financijski izvještaji. Pohvaljeno je dostavljanje materijala dioničarima pred održavanje Glavne skupštine.

U procesu izrade izmjena izbornog procesa za kandidate za NO HNK Hajduk š.d.d. provedene su i konzultacije s različitim dionicima kako bi se prikupile povratne informacije i komentari te se dodatno ukazalo na važnost uključivog procesa kao vrijednosti koju zagovara Naš Hajduk.

6. Dodatak: POLUGODIŠNJE IZVJEŠĆE za 2021.(1.1.2021. – 30.6.2021.)

6.1. Aktivnosti Udruge

Redovne skupštine udruge

Do 30.6. održane su 2 Skupštine koje su tematski bile usmjerene na razradu unaprjeđenja izbornog procesa za kandidate za NO HNK Hajduk š.d.d. te promjene Statuta HNK Hajduk š.d.d. kako bi izmjene izbornog procesa bile primjenjive te imale uporište u Statutu. Treća sjednica u 2021 godini Skupštine Našeg Hajduka održana je 02.07. , a organizirana je na temu odobrenja Ugovora o kupoprodaji i prijenosu dionica između Našeg Hajduka i Konstruktor-inženjeringa d.d. u stečaju.

Redovna (tematska) Skupština održana je 21. veljače 2021. (FESB) te je predstavljala prvi korak prema unaprjeđenju i izmjenama izbornog procesa.

Članovima je predstavljena analiza dosadašnjih aktivnosti, uočene manjkavosti te opširna analiza izbornih procesa i ustroja brojnih sportskih klubova diljem svijeta koji djeluju po članskom principu.

Cilj predstavljenih izmjena je formiranje zajednice koja će okupljati stručne i kvalitetne kadrove, a koji će u budućnosti Hajduku donijeti korist, i to na više načina. Najvažniji zadatak te zajednice je pronalaženje, filtriranje i predlaganje kvalitetnih kandidata za članske izbore za Nadzorni odbor. Također, izmjene su usmjerene prema uključenosti većeg broja članova, poslovne zajednice te Grada Splita, kao bitnih dionika.

Redovna (tematska) skupština 11.4.2021. (FESB)

Skupština je organizirana ususret Glavnoj skupštini Hajduka te je predstavljala korak dalje ka unaprjeđenju izbornog procesa za kandidate za NO HNK Hajduk š.d.d.

Na Skupštini su prihvaćene predložene izmjene izbornog procesa za kandidate za NO HNK Hajduk š.d.d. te izmjene Statuta HNK Hajduk š.d.d. (smanjenje broja članova NO na 5 ili 7, osnivanje novog Savjetodavnog tijela).

Nakon Skupština održane su Čakule članova s Upravnim odborom Našeg Hajduka.

Redovna skupština 2.7.2021. (FESB)

Na Skupštini je odobreno sklapanje Ugovora o kupoprodaji i prijenosu dionica između Našeg Hajduka i Konstruktor-inženjeringa d.d. u stečaju. Naš Hajduk je kupovinom 10.000 dionica (1,86%) stekao kontrolni paket dionica HNK Hajduk š.d.d. te je postao vlasnikom 26,39% dionica HNK Hajduk š.d.d.

6.2. Humanitarno djelovanje

Bilo srce je od samog početka 2021. vrlo aktivno. Naglasak je u prvih 6 mjeseci bio na osiguranju financijske i logističke podrške za terenske radove (izgradnju i opremanje kuća) na potresom pogođenom području Banovine.

Važnu ulogu od početka djelovanja na Banovini imalo je Društvo prijatelja Hajduka iz Siska koje je davalo izvješće s terena i koordiniralo aktivnosti. Pored DPH Sisak, aktivirali su se i ostali DPH-ovi te su, samostalno ili uz suradnju s Bilim srcem, organizirali različite oblike podrške na stradalom području, bilo da se radi o donacijama u građevinskom materijalu, hrani i higijenskim potrepštinama, ili o financijskim sredstvima potrebnim da se osigura pomoć na terenu.

Bilo srce je u razdoblju od 6 mjeseci prikupilo više od 400.000,00 kn čime se financiralo opremanje 20 montažnih kuća sagrađenih u akciji Ujedinjeni hrvatski navijači te je dodatno sagrađilo i opremilo 4 montažne kuće. Radove na kućama čiju izgradnju i/ili opremanje je osiguralo Bilo srce izveli su članovi KN Torcide.

Podrška koju su svi uključeni u aktivnosti dali stanovništvu Banovine najbolje se očituje po rezultatu u broju članova u 2021. koju ima DPH Sisak (najbolja godina), a sve aktivnosti koje su provedene osigurali su da Hajduk kao klub i navijači Hajduka (Torcida, DPH-ovi) steknu značajan ugled među stanovništvom Banovine.

Pored aktivnosti na području Banovine, Bilo srce nastavilo je s doniranjem udruga i ustanova koje brinu o ranjivim skupinama te s osiguravanjem donacija za članstvo u Hajduku za pojedince i skupine. Preko Bilog srca u 2021. u Hajduk je učlanjeno 347 članova.

U 2021. je donesena odluka o obnovi projekta Stipendist Bilog srca (ranije Stipendist Hajduka) te su osigurane donacije za stipendiranje 5 studenata u akademskoj godini 2021/22.

6.3. Projekt otkupa - Za sva vrimena

U prvoj polovici 2021. Udruga je zadržala fokus na otplati stečenih 24,53% dionica te ispunjava sve ugovorne obveze prema poduzeću Tommy d.o.o.

Iznos otplaćenih rata do 30.06.2021: 16.222.708,17 kn

Projekt "Konstruktor"

Značajan događaj zbog kojeg smo prilagodili hodogram aktivnosti, bila je kupovina novog paketa dionica (1,86%) od poduzeća Konstruktor-inženjering d.d. u stečaju. Sukladno ranije iznesenom cilju, Udruga je kroz travanj predala ponudu za kupnju 10.000 dionica u iznosu od 455.026,39 kn. Navedena ponuda bila je najveća na dvanaestom krugu javne dražbe za prodaju imovine poduzeća (06.05.2021.), čime je Udruga prvi puta nakon 2016. osigurala novi paket dionica i time povećala svoj vlasnički udio na 26,39%.

Tim povodom realizirali smo sprint projekt od mjesec dana kako bi prikupili dodatna sredstva za servisiranje preuzete obveze. Kao ciljne skupine postavili smo trenutne donatore i pravne osobe. Rezultati projekta su sljedeći:

Fizičke osobe (SEPA): 126.250,10 kn

Fizičke osobe (gotovinske uplate): 35.390,90 kn

Pravne osobe: 235.000,00 kn (jednokratne i obročne donacije)

Ukupno: **396.641,00 kn** (87,16% potrebnog iznosa)

Cijena: 455.026,39 kn

Razlika: 58.385,39 kn (pokriveno iz ranijih zaliha)

U manje od mjesec dana prikupili smo skoro 400.000 kn dodatnih donacija, čime smo osigurali nesmetano servisiranje obveza prema Tommy d.o.o., kao i preuzete obveze za kupljene dionice Konstruktor-Inženjering d.d. u stečaju.

U nastavku ćemo nabrojati, neke od najznačajnijih aktivnosti u prvom polugodištu tekuće godine:

- Pripreme za otvaranje tematskog parka - 22.07.2021. godine
- Razvoj nove web platforme koja će zamijeniti postojeće rezervacijsko sučelje i dodatno olakšati postupak uključenja donatora. Planirano puštanje u rad na dan otvorenja parka.
- Izrađena nova zahvalnica za sve aktivne donatore u ZSV projektu - tehnički nacrt parka
- Kroz prvo polugodište nastavljene call centar aktivnosti prema potencijalnim donatorima na temelju prethodno odrađene segmentacije. Naglasak na donatorima iz prvog projekta "Ili jesmo ili nismo", kao i na korisnicima nove web stranice
- Sukladno operativnom planu, pojačana aktivnost i održani video sastanci s Društvima prijatelja Hajduka. Predstavljani ciljevi za 2021. godinu, te nastavljeno dnevno praćenje ostvarenih rezultata
- Održana DPH konferencija na Poljudu/FESB-u, gdje se dogovorile daljnje aktivnosti i nagradili najbolji za 2020. godinu.
- Napravljen plan aktivnosti nakon otvorenja ZSV parka. Definirane ciljne skupine, popis aktivnosti i ciljevi po otvorenju parka.

U nastavku su prikazane ključne brojke zaključno s 30.06.2021:

ZSV prihod 01_06/2021: **2.586.493 kn**

Aktivni donatori: 2630

Neaktivni donatori: 950

Ukupno s barem jednom donacijom: 4452

Broj novih mjesečnih donatora: 249 SEPA + 38 Paypal = 287

SEPA mjesečni donatori: 2663

Prosječni iznos mjesečne donacije: 103,63 kn

Paypal mjesečni donatori: 198

Donatori s više od 7500 kn: 872

6.4. Članstvo do 30.06.2021.

Početak nove članske godine, nakon duljeg vremena, bio je usklađen s početkom nove kalendarske godine, tako da je 01. siječnja bio prvi dan 2021. članske godine. Kako bi bili odgovorni i prema situaciji u kojoj se svi skupa nalazimo (COVID-19), ali i prema financijskim ciljevima koje želimo ostvariti postavljen je cilj od 32.500 članova Hajduka u 2021. članskoj godini.

Osvrt na broj članova do 30.06.

Zaključno sa 30.06.2021. brojimo 25.931 članova od čega je u Naš Hajduk učlanjeno 12.286 članova a ostatak je u bazi nekog od 62 Društava prijatelja Hajduka (od kojih tri DPH-a nemaju potpisan ugovor s Našim Hajdukom).

U 2021. došlo je i do promjene u broju Društava prijatelja Hajduka. Zato što nisu imali dovoljan broj članova u prethodnoj članskoj godini, a na temelju ugovora, automatizmom su s djelovanjem prestali DPH Vis, DPH Kupres, DPH Umag se udružio u daljnji rad s DPH Buzet-Roč, dok su DPH Bjelovar i DPH Koln na vlastiti zahtjev odustali od daljnjeg djelovanja.

Uoči nove članske godine Udruga Naš Hajduk krenula je s organiziranim učlanjivanjima i donatorskim akcijama u splitskim kvartovima i okolici Splita.

Kao i prethodnih godina održane su brojne terenske akcije učlanjivanja u suradnji s DPH-ovima te ostalim gradovima koji su spremni organizirati akcije učlanjivanja. U prva tri mjeseca održano je više od 50 akcija učlanjivanja od čega oko 10 u Splitu i okolici. Na svim ostalim akcijama bio je prisutan volonterski tim Našeg Hajduka ili Društava prijatelja Hajduka. Gotovo svaka terenska akcija održana je uz

mogućnost printanja članske iskaznice odmah. Terenske akcije i direktno učlanjivanje važna su aktivnost za promicanje članstva i rast broja članova.

U mjestima gdje zbog epidemioloških razloga nije bilo moguće održati terensku akciju, DPH-ovi su članstvo u svojim bazama povećavali izravnim kontaktima. Veliki postotak članova učlanjuje se direktnim pristupom. Takav način učlanjivanja koji je uspješno i po potrebi zamijenio klasičnu terensku akciju donio je veliki broj članova.

Komunikacijske aktivnosti

Novu 2021. člansku godinu započeli smo s novom medijskom kampanjom, ali iznimno uspješnim sloganom iz 2020., pod nazivom TebiPripadam (TebiPripadam 2.0). Kod pripreme članske godine održali smo koordinacijske sastanke s Hajdukom.

Kampanju smo podijelili u tri vala: prvi val do rođendana Hajduka (do kada se održao najveći broj aktivnosti), drugi val je kada Odjel bilježi veći broj posjetitelja (on se događa za vrijeme turističke sezone kao i u periodu prodaje pretplata za novu sezonu za koju članovi ostvaruju pravo na članski popust, te prodaja ulaznica u novoj natjecateljskoj sezoni za koju članovi imaju pravo prvokupa ulaznice. Imamo veliki broj pretplatnika koji su i članovi a učlanjuju se upravo prilikom kupovine pretplate), te treći val koji se odvija u posljednjih pet mjeseci godine.

Za direktnu komunikaciju najviše se koristi slanje SMS, e-mail i newsletter kampanja, te objave na društvenim mrežama (Facebook, Instagram). Između ostalog promoviraju se akcije učlanjivanja i događanja u organizaciji NH i DPH-ova.

Uoči početka nove članske godine, Odjel za članstvo je u suradnji s Hajdukom poslalo novogodišnje pismo predsjednika Uprave Hajduka Lukše Jakobišića. Slanjem pisma još jednom smo pokazali kako su članovi Hajduka neodvojivi dio Kluba.

Poboljšanje usluge članovima

Prethodnom odlukom Skupštine NH, za 2021. člansku godinu uvedene su dvije važne promjene u poboljšanju usluge članovima. Uvedene promjene odnose se na izmjenu cijene članarine za članove koji će u bilo kojem trenutku u 2021. kalendarskoj godini imati manje od 18 godina, a njihova članarina iznosi ukupno 50 kuna po članu. Isto tako za članove koji će u bilo kojem trenutku u 2021. godini imati 65 i više godina, na osnovnu cijenu članarine od 100 kuna, dodatno se odobrava smanjenje iznosa članarine u iznosu od 50 kuna, što znači da njihova članarina iznosi ukupno 50 kuna po članu.

Druga značajna promjena koja je uvedena od 2021. članske godine je novi model obiteljskog članstva. Važnije značajke novog modela obiteljskog članstva su:

- nositelju se iznos članarine za svakog dodatnog člana umanjuje 10 kuna po dodatnom članu, a do maksimalno 50 kuna umanjenja
- članovi sa 65 ili više godina mogu biti nositelji, ali ne mogu ostvariti dodatno umanjenje članarine kao nositelji jer već u startu imaju smanjenje cijene članarine za 50 kuna
- obiteljsko članstvo kreira nositelj (nositelj ne može biti maloljetna osoba)
- nositelj ima mogućnost upravljati podacima za svoju obitelj u članskom sučelju
- članovi mogu biti dio samo jednog obiteljskog članstva
- članovi se u obitelj dodaju samo na zahtjev nositelja
- pošta se šalje nositelju obiteljskog članstva (članske iskaznice, promotivni materijali, pisma kroz godinu itd.). Nositelj je odgovoran dalje prosljediti sve artikle članovima svoje obitelji.

Uvođenjem novog modela obiteljskog članstva željeli smo pojednostavniti sami model članstva, ali i s nositeljem uspostaviti učestaliju komunikaciju kada je „njegova ili njena obitelj“ u pitanju.

Od prvog dana nove godine uvedena je mogućnost komunikacije s Odjelom za članstvo posredstvom mobilnih aplikacija WhatsApp i Viber. Željeli smo članovima olakšati da ne komuniciraju sa sučeljem (robotom), već izravno s djelatnicima Odjela za članstvo. Uvođenjem izravne komunikacije olakšavamo način komunikacije, a članovi se mogu informirati, poslati upit, razjasniti eventualne nejasnoće te dobiti podršku u realizaciji učlanjenja.

Nova pogodnost koja olakšava članovima korištenje Hajdukovog Family Club (HFC) programa putem barkoda na članskoj iskaznici. Hajduk Family Club naziv je loyalty programa koji je aktivan od 29. listopada 2019., a kroz kojeg članovi mogu ostvariti brojne pogodnosti na prodajnim mjestima klupskih sponzora te ostalih partnera koji se uključe u ovaj program vjernosti. Samim sudjelovanjem u loyalty programu svi članovi izravno pomažu i HNK Hajduk. Korisnik loyalty programa postaje se preuzimanjem aplikacije "Hajduk Family Club" na smartphone ili tablet. Od početka ove članske godine članovi mogu koristiti barkod na svojoj članskoj iskaznici za ostvarivanje pogodnosti kroz Hajduk Family Club program.

U ovoj članskoj godini po prvi put uspješno je provedeno SEPA članstvo. Ovakav način učlanjivanja moguće je koristiti preko članskog sučelja odabirom opcije Zauvijek član bilo da se radi o pojedinačnom ili obiteljskom članstvu. Zauvijek član je opcija kojom članovi mogu u svega nekoliko koraka osigurati doživotno članstvo u Hajduku. Svake godine s početkom nove članske godine s bankovnog računa člana bit će naplaćena članarina u Hajduku te se automatski postaje član Hajduka za tu člansku godinu. Nakon uspješno provedenog članstva, članske iskaznice bilo pojedinačne ili obiteljske bit će poslone na adresu primatelja koja se nalazi u CRM Salesforce sustavu. Naravno, ova opciju može se iskoristiti i u odjelu za članstvo ili na terenskim učlanjivanjima, ali nažalost još uvijek nije omogućena za članove u inozemstvu.

Razvoj IT segmenta Odjela za članstvo

Informatičke tehnologije (IT) ključne su za funkcioniranje Odjela za članstvo. U pripremi nove članske godine, kao što je opisano ranije u tekstu, članovima smo omogućili jednostavnije online produženje

članstva kao i jednostavnije učlanjenje po prvi puta. Potrebni koraci za učlanjenje skraćeni su na samo nekoliko koraka što ubrzava i olakšava cijeli proces online učlanjivanja.

Kod svake aktivacije članstva, bilo da se radi o obnovi ili novom članstvu, član na svoj e-mail koji se nalazi u CRM Salesforce sustavu dobije kod kojeg može iskoristiti za pravo prvokupa ulaznica. Na internetskoj stranici nashajduk.hr/ulaznice implementirana je mogućnost da članovi provjere, ili u slučaju gubitka, ponovno dobiju kod za prvokup ulaznica. Upisom članskog broja, datuma rođenja i emaila član na svoj email dobiva jedinstveni kod za kupovinu ulaznica. Dobiveni kod vrijedi za sve domaće utakmice u organizaciji Hajduka, a do kraja kalendarske odnosno članske godine. Cijeli sustav povezan je sa CRM Salesforce u kojem su pohranjeni kodovi za svakog aktivnog člana. Razvoj i funkcionalnosti nashajduk.hr/ulaznice stranice napravljen je u potpunosti od strane NH volontera.

U 2021. članskoj godini nastavljeno je ulaganje u CRM Salesforce sustav. Razvoj Salesforce sustava uvelike olakšava rad djelatnicima Odjela za članstvo. Neke od najvažnijih značajki kojima se unaprijedio CRM Salesforce su:

- promjena izgleda potvrda o članstvu za obiteljska članstva
- implementacija Maven Docs rješenja unutar CRM Salesforce sustava u svrhu dinamičkog ispisa Spomenica, te drugih sličnih dokumenata u budućnosti
- automatizacija uvoza bankovnih Izvoda u svrhu kreiranja Članstava što je donijelo veliku uštedu u vremenu obrade izvoda te oslobodilo radno vrijeme djelatnicima za rad s članovima
- izrada operativnih izvještaja (Reports), listi (Views) i kontrolnih ploča (Dashboards) za pregled/analizu trendova članstava i pregled operativnih zadataka (taskova) Odjela za članstvo
- implementacija rješenja za pripremu terenskih akcija, provođenje terenskih akcija, izvještavanje o podacima i rezultatima terenskih akcija
- implementacija logike za print potvrda o članstvu za M1 model
- unapređenja u procesu printanja kartica i potvrda o članstvu (implementacija nove logike i polja za dokumentiranje vremena ispisa, podatak o osobi koja je pokrenula ispis određene stavke, itd.)
- unaprjeđenja objekata Task (Zadaci) i Phone calls (Pozivi) u svrhu boljeg dokumentiranja internih zadataka OZČ, interakcije s Članovima, itd
- manje preinake objekta Returned Shipment u svrhu boljeg praćenja vraćenih pošiljki
- generiranje dokumenata s virtualnom uplatnicom automatski popunjenom podacima o pojedinačnom Članu, te automatski generiranim 2D barkodom
- generiranje i distribucija kodova za pravo prvokupa ulaznica za Članove (implementacija objekta Codes, jednokratna isporuka kodova e-mailom ili SMS-om, automatizacija distribucije kodova putem e-maila i SMS-a nakon uspješnog članstva, integracija s NH webom u svrhu dohvata koda za pravo prvokupa)

- preinake na objektu članstva (Opportunity) u svrhu plaćanja putem internetske stranice hajduk.hr korištenjem airCash, KEKSPay, PayCek, Revolut i kriptovalutama načina plaćanja
- izrada dodatnih email predložaka u svrhu komunikacije s Članovima
- dodavanje polja na Contact formu u svrhu dokumentiranja blokiranja određenog tipa komunikacije prema Članu (kada Član želi samo određenu vrstu komunikacije)
- promjene u generiranju tjednog/mjesečnog izvještaja CRM Salesforce o broju članova koji se šalju na tjednoj bazi prema DPH-ovima

6.5. Uloga dioničara

U 2021. nastavljen je proces unaprjeđenja izbornog procesa za kandidate za Nadzorni odbor HNK Hajduk š.d.d. Nakon što je u 2020. provedena temeljita i sveobuhvatna analiza te su provedene konzultacije s dionicima vezanim uz Hajduk, u 2021. je prijedlog unaprjeđenja izbornog procesa dodatno razrađen temeljem prikupljenih komentara. Takav prijedlog još jednom je predstavljen dionicima (članovi, DPH-ovi, veterani, Grad Split i sl.) te je predstavljen na sjednici Skupštine Našeg Hajduka u veljači koja je odobrila smjer izmjena izbornog procesa. Nakon dodatnih konzultacija, izrađen je prijedlog izmjena izbornog procesa za kandidate za NO HNK Hajduk š.d.d. Prijedlog unaprjeđenja izbornog procesa te osnivanje Savjetodavnog tijela naziva Hajdučka Zajednica javno su predstavljeni na konferenciji za medije.

Usporedno s procesom analize i procesom razrade prijedloga izmjena izbornog procesa, provedena je i analiza poslovne zajednice kako bi se izradio popis potencijalnih kandidata za sudjelovanje u Hajdučkoj zajednici. Prvenstveno se izradio profil poželjnog člana Hajdučke zajednice (iskustvo u upravljačkim strukturama i nadzornim odborima, nepripadnost političkim strankama) i analiziralo javno dostupne podatke Trgovačkog Registra o članovima Uprava i Nadzornih odbora velikih i uspješnih firmi. Pokrenut je i proces komunikacije s potencijalnim kandidatima.

U susret Glavnoj skupštini HNK Hajduk izrađen je i prijedlog izmjene Statuta HNK Hajduk š.d.d. koje će omogućiti osnivanje novog Savjetodavnog tijela Hajduka koji je odobren na sjednici Skupštine Našeg Hajduka u travnju 2021.

Svi dionici izrazili su suglasnost s predloženim izmjenama izbornog procesa (kao i pripadajućim izmjenama Statuta HNK Hajduk š.d.d.) dok su se tijekom konzultacija predstavnici Udruge veterana Hajduka zahvalili na pozivu za sudjelovanjem u Hajdučkoj zajednici te su odustali od daljnjeg sudjelovanja.

Glavne skupštine HNK Hajduk š.d.d.

U 2021. Glavna skupština Hajduka održana je 17. travnja 2021. Na navedenoj skupštini dioničari su primili na znanje Osvrt Uprave Društva na financijsko poslovanje u 2020. godini te Prezentaciju Plana rada Uprave Društva za 2021. godinu.

Donesena je odluka o izmjeni Statuta Društva. Statutu HNK Hajduk Split š.d.d. dodaje članak 15.a, koji glasi:

(1) Društvo ima Savjetodavno tijelo koje osniva Glavna skupština radi davanja mišljenja i savjeta koji doprinose interesima Društva te razmjene iskustva i stručnih znanja, a naročito radi unaprjeđenja kvalitete izbornog procesa za članove Nadzornog odbora iz članka 28. ovog Statuta.

(2) Tijelo iz st. 1. ovog članka je na raspolaganju svim organima Društva radi davanja stručnih mišljenja, analiza, komentara i savjeta.

(3) Tijelo iz st. 1. ovog članka ima isključivo savjetodavnu funkciju te njegova mišljenja, analize, komentari i savjeti nisu obvezujući za organe Društva.

(4) Pravilnike o ustrojstvu, sastavu, načinu rada i dr., Tijela iz st. 1. ovog članka, a naročito u pregledu njegovih nadležnosti u svezi izbornog procesa za članove Nadzornog odbora donosi to Tijelo uz obveznu suglasnost Udruge iz čl. 28. st. 3. ovog Statuta.

Donesena je odluka o promjeni broja članova Nadzornog odbora društva. Nadzorni odbor sastoji se od 5 članova umjesto dosadašnjih 5 ili 7.

Na koncu, donesena je i odluka o osnivanju Savjetodavnog tijela iz članka 15.a Statuta HNK Hajduk Split š.d.d.

Strategija HNK Hajduk š.d.d.

U 2021. Hajduk je ponovno započeo proces izrade strategije Kluba. Naš Hajduk je u lipnju 2021. sudjelovao na inicijalnom sastanku kojeg je inicirao Hajduk i na kojem je predstavnicima Grada i Našeg Hajduka predstavljen smjer i plan rada izrade strategije. Naš Hajduk je nakon inicijalnog sastanka dostavio svoje prijedloge vizije, misije i vrijednosti koje zajedno čine identitet Kluba.

U drugoj polovici 2021. se očekuje nastavak procesa izrade strategije.

6.6. Komunikacija

Direktna komunikacija

Kroz 2021. godinu direktna komunikacija se koristila u cilju učlanjivanja većeg broja članova, povećanja broja donatora te informiranja o radu Našeg Hajduka. Članovi i bivši članovi kontaktirani su putem newslettera kojeg može primiti do 20000 adresa. Uz taj kanal za svaku terensku akciju poslana je mail i SMS kampanja s pozivom na učlanjivanje. Također, u sklopu projekta Za sva vremena kontaktirane su razne ciljne skupine za koje se smatralo da među njima ima potencijalnih novih volontera. Među njima potrebno je izdvojiti akciju vezanu uz kupnju dodatnih 10000 dionica koja je dala izvrsne rezultate.

Društvene mreže i mediji

Kao i u prethodnoj godini društvene mreže i komunikacija putem medija su bili važan kanal za učlanjivanje i privlačenje novih donatora. Aktivnosti su bile podijeljene u dvije velike cjeline, gdje je u periodu do rođendana Hajduka fokus bio na članstvu, a nakon toga na projektu Za sva vremena. Kroz prvih 40 dana godine osmišljena je komunikacijska kampanja koja je promovirala članstvo te smo se odlučili dio resursa posvetiti aktivnom administriranju i aktivnom sudjelovanju administratora u raspravi na Facebook stranici Našeg Hajduka. Nakon rođendana Hajduka fokus se pomaknuo na projekt Za sva vremena gdje je broj sadržaj posvećen novim donatorima i posebnim pričama među njima što je brojne potaknulo na donacije. U sklopu promocije projekta Za sva vremena važan dio komunikacije se odnosio na prikupljanju donacija za dodatnih 10 000 dionica kupljenih od tvrtke Konstruktor.

Organizacija i komunikacijska priprema javnih događanja

Kroz 2021. godinu Naš Hajduk je pripremio i održao 7 velikih javna događanja uključujući i novu Skupštinu održanu 14. srpnja 2021. Na početku godine održana je konferencija za medije o radu Našeg Hajduka s naglaskom na Hajdučku zajednicu na FESB - u. Također, u tom periodu održane su i dvije skupštine Našeg Hajduka unutar kojih se definirao smjer razvoja Hajdučke zajednice.

Održana je i konferencija za medija nakon prikupljanja iznosa za dodatnih 10000 dionice i predstavljanja prvih pravnih osoba.

Kao najveći događaj u posljednjih nekoliko godina ističe se otvaranje parka Za sva vremena koje je okupilo veliki broj navijača, a u organizaciji je zahtijevalo maksimalan angažman svih timova, uključujući i komunikacijski tim. U pripremi događaja bilo je potrebno kreirati i pripremiti sadržaj koji će privući donatore te paralelno pripremiti sadržaj samog događaja. Posebno izazovan dio je bila video produkcija priloga koji su prikazani na otvaranju. Također, uz aktivnosti na samom događanju potrebno je bilo i osmisliti i sadržaj za period nakon otvaranja Parka.

Za svaki od tih događaja odrađena je priprema i osmišljavanje uređenja prostora, priprema govornika, kreiranje protokola događaja, operativna organizacija cijelog događanja, pozivi uzvanicima te kreiranje vizualnog i tekstualnog sadržaja nakon tih događaja.