

WYPRZEDAŻ GARAŻOWA



KROK 1: ODPOWIEDNIE MIEJSCE

Znajdź właściwe miejsce, w którym możliwa będzie organizacja wyprzedaży garażowej. Najlepiej, jeśli uda się to zorganizować na działce należącej do Ciebie - w przeciwnym wypadku niezbędne jest uzyskanie zgody właściciela.

Zadbaj, by miejsce było przestrzenne. Zmieścić się na nim muszą wszyscy potencjalni wystawcy a **przejścia między nimi powinny pozwalać zarówno na przyglądanie się przedmiotom, jak i swobodne przejście do innych stanowisk.** Wyprzedaż może odbywać się na płaskim terenie, wtedy jednak niezbędne będzie albo **dostarczenie jakiejś podkładki pod sprzedawane rzeczy** (maty, płachty, plandeki itp.), albo przekazanie wystawcom informacji o tym, że muszą ją zorganizować sami. Wygodniejsze będzie zatem albo miejsce z naturalnymi podwyższeniami, albo **zapewnienie w miejscu wyprzedaży odpowiedniej liczby stolików**, na których wystawcy będą mogli wyłożyć swoje rzeczy. Stoliki takie można na 1 dzień pozyskać np. z okolicznej szkoły, remizy, salek parafialnych lub domu kultury.

Postaraj się zorganizować wyprzedaż w miejscu, w którym zazwyczaj spacerują ludzie. Może to być np. w parku, w przykościelnym ogrodzie, pod szkołą, domem kultury, salą sportową czy lokalnym zabytkiem. Odniesiesz największy sukces, jeśli Wyprzedaż zainteresujesz nie tylko już zainteresowanych, ale również przechodniów.

Miej plan awaryjny - pamiętaj, że dużo zależy od pogody. Jeśli to możliwe postaraj się zapewnić jakieś schronienie przed potencjalnym krótkim deszczem (jeśli będzie padać cały dzień warto przełożyć Wyprzedaż na inny dzień) lub nawet znajdź miejsce pod dachem, jeśli takim dysponujesz (np. dobudowane w murach kościelnych czy altanach).

WŁAŚCIWE MIEJSCE

SWOBODNE PRZEJŚCIE
PODKŁADKA
STOLIKI

MIEJSCE, W KTÓRYM SĄ
LUDZIE

PLAN AWARYJNY

KROK 2: ODPOWIEDNI CZAS

WŁAŚCIWY CZAS
WEEKEND, ŚWIĘTO

Zorganizuj swoją wyprzedaż w weekend lub święto, żeby w wydarzeniu mogło wziąć udział maksymalnie wiele osób. Najlepiej, by był to dzień wiążący się w jakiś sposób tematycznie z integracją, robieniem porządków, czy po prostu wyjściem na świeże powietrze - 1. dzień wiosny i lata, Światowy Dzień Ziemi (w 2024 r. będzie to 22 kwietnia), majówka, Dzień Dziecka, weekend Bożego Ciała, 15 sierpnia, ostatni weekend wakacji, Dzień św. Franciszka (najlepiej 1. niedziela października). **Godziny wydarzenia powinny sprzyjać spontanicznym spacerom, tj. nie powinny być bardzo poranne ani wieczorne, najlepiej żeby nawiązywały do innych lokalnych aktywności, takich jak np. standardowe godziny głównych mszy św.**

ODPOWIEDNIA
GODZINA

KROK 3: CEL WYPRZEDAŻY I DROGA DO JEGO OSIĄGNIĘCIA

Jeśli celem jest przede wszystkim integracja lokalnej społeczności zadbaj o dobrą atmosferę podczas wydarzenia. Wykorzystaj lokalne możliwości kulturalne, artystyczne i kulinarne. **Zorganizuj udział osób sprzedających podczas wydarzenia ciepłe posiłki, napoje i przekąski**, najlepiej wykonywane własnoręcznie, lokalnie (np. przez członkinie Koła Gospodyń Wiejskich, członków OSP lub rodziców dzieci szkolnych). Jeśli to możliwe, **zorganizuj warsztaty i animacje dla dzieci** - dobrze, by miały one również walor edukacyjny, najlepiej związany tematycznie z samą Wyprzedażą, tj. tłumaczący jej kontekst ekonomiczny, relacyjny i ekologiczny. **Skontaktuj się z lokalnymi muzykami** i zapytaj ich o chęć występu (w jak najprostszycy warunkach - lepiej byś nie musiał(a) martwić się nagłośnieniem).

Jeśli dodatkowym celem jest promocja regionu i budowanie lokalnej tożsamości, koniecznie uwzględnij element lokalny w Wydarzeniu.

Może być to oczywiście sprzedaż lokalnych wyrobów (miody, świeczki, zioła etc.), ale mogą to być również aktywności nawiązujące do elementów charakterystycznych Waszego lokalnego środowiska, jak np. konkurs na najlepiej przyrządzone lokalne danie, najciekawiej wykonany symbol Waszego miasta/regionu czy możliwość spotkania z ważnymi dla regionu ludźmi - artystami, sportowcami, żołnierzami.

INTEGRACJA
SPOŁECZNOŚCI

CIEPŁE POSIŁKI
ANIMACJE DLA DZIECI

MUZYKA

PROMOCJA REGIONU
LOKALNE WYROBY
KONKURSY



WYPRZEDAŻ GARAŻOWA



KROK 3: CIĄG DALSZY

Pomysł o nadaniu charakteru swojemu wydarzeniu, zwłaszcza jeśli chcesz zacząć **regularnie organizować spotkania lokalnej społeczności**. Możesz zainspirować się modelem *Wspólnoty Działania Caritas Laudato Si*, w którym powstaje **model lokalnego przedsiębiorstwa społecznego**. W kontekście wyprzedaży garażowej możesz np. zaprosić do udziału w wydarzeniu lokalnych rzemieślników i ludzi potrafiących naprawiać rzeczy - krawcowe, szewców, zegarmistrzów, stolarzy, introligatorów etc., którzy będą do dyspozycji sprzedających i kupujących. **Swoje stanowisko może mieć również lokalny artysta**, który zajmuje się upcyclingiem, tj. wykorzystywaniem starych rzeczy i nadawaniem im nowego charakteru i funkcji.

Nadaj swojej Wyprzedaży motyw przewodni lub zorganizuj strefy zakupowe z wyznaczonymi kilkoma motywami przewodnimi. Przykładowymi rozwiązaniami mogą być:

- Wyprzedaż charytatywna,
- Kącik dla majsterkowiczów,
- Edukacja i materiały dydaktyczne,
- Obszar księzek,
- Upcycling i Decoupage - wykonywanie nowych przedmiotów z rzeczy dotychczas pełniących inne funkcje,
- Vintage - sprzedaż towarów klasycznych lub wysokiej jakości,
- Kącik dla konkretnego odbiorcy - np. zabawki dla dzieci, artykuły dla zwierząt etc.
- Wyprzedaż roślin i artykułów ogrodniczych,

Pomysł nad wymiarem charytatywnym swojego wydarzenia. Możesz np. porozumieć się ze sprzedawcami, że jakąś część zarobionych pieniędzy (np. 10%) na zakończenie dnia przekażą Tobie na wybrany wcześniej cel charytatywny, najlepiej taki, który będzie łączył Waszą społeczność lokalną. Może to być zarówno cel indywidualny, jeśli ktoś w Twojej okolicy potrzebuje pomocy, jak i cel kulturalno-rozwojowy - np. zbiórka na wycieczkę dla członków zastępu harcerskiego czy materiały edukacyjne do świetlicy w lokalnym domu kultury.

LOKALNA
SPOŁECZNOŚĆ

LOKALNY ARTYSTA

MOTYW PRZEWODNI
POMYSŁY

WYMIAR
CHARYTATYWNY

ZBIÓRKA



KROK 4: PROMOCJA WYDARZENIA

WSPÓŁPRACA

PLAKAT

WYSTAWCY
NABYWCY

BANER

OGŁOSZENIE
W INTERNECIE

LOKALNE MEDIA

Postaraj się nawiązać **współpracę** czy **partnerstwo** z **lokalną instytucją**. Mogą to być np. parafia, dom kultury lub władze samorządowe zarządzające słupami ogłoszeniowymi.

Wydrukuj plakat informacyjny. Wywieś go w miejscach, z których informacje o wydarzeniach czerpią mieszkańcy Twojej okolicy (tablice informacyjne, kościół, sklep czy popularny w okolicy zakład - np. fryzjerski). Plakat możesz wykonać nawet własnoręcznie np. w darmowym programie Canva. **Powinien być on podzielony na dwie części: W 1. Części poinformuj chętnych do wystawienia swoich rzeczy**, tj. do udziału w Wyprzedaży po stronie sprzedawców. Wyznacz termin zgłoszeń i podaj adres mailowy, pod którym chęć udziału mogą zgłosić ci takie osoby. Dzięki temu będziesz wiedzieć z jaką frekwencją możesz się liczyć. **W 2. Części poinformuj potencjalnych uczestników (nabywców) o czasie i miejscu wydarzenia**. Jeśli udało Ci się zorganizować dodatkowe atrakcje artystyczne czy kulturalne, koniecznie o nich wspomnij.

Jeśli **disponujesz dodatkowymi środkami finansowymi wydrukuj również baner promocyjny**. Najlepiej, by baner był tak skonstruowany, że przy następnych wyprzedażach będziesz mógł/mogła dokleić kartkę z nową datą, miejscem i konkretnymi atrakcjami. Baner wywieszony na płocie w uczęszczanym miejscu z pewnością najlepiej przykuje uwagę!

Umieść ogłoszenie w Internecie, najlepiej z wykorzystaniem grafik spójnych z plakatem. Zrób to w miejscu, w którym może dotrzeć do jak największej liczby okolicznych mieszkańców. Najczęściej będą to grupy w mediach społecznościowych. **Nie zapomnij wystać tej informacji również do lokalnych i regionalnych portali informacyjnych**, z których informacje czerpać mogą np. turyści, którzy akurat będą odwiedzać Wasze miasto (jeśli w Waszej miejscowości znajdują się obiekty noclegowe porozmawiaj z ich właścicielami i poproś o możliwość umieszczenia tej informacji również w ich obiektach).



WYPRZEDAŻ GARAŻOWA



KROK 5: KONTAKT Z POTENCJALNYMI WYSTAWCAMI

Przekaż sprzedawcom wszystkie informacje organizacyjne. Uwzględnij w nich również system, w którym będą rozstawiać swoje stoiska (kto pierwszy ten lepszy / kategorie sprzedawanych produktów / inny system), godzinę, od której mogą rozstawić się na miejscu a także wszystkie informacje o materiałach, które przygotujesz oraz symbolicznych opłatach, które będziesz zbierać (jeśli będziesz zbierać). **Przypomnij sprzedawcom o konieczności posiadania odpowiednio rozmienionej gotówki**, która ułatwi dokonywanie transakcji. Możesz im również polecić zainteresowanie się alternatywnymi metodami płatności, które będą wygodne zwłaszcza dla młodych - np. BLIK. **Poinformuj ich również o najważniejszych celach i przesłankach wydarzenia.** Zadbaj, by na stoiskach nie leżały rzeczy brudne i nienadające się do sprzedaży, gdyż to będzie świadczyć również o Tobie jako Organizatorze.

INFORMACJE
ORGANIZACYJNE

GOTÓWKA LUB BLIK

CELE WYDARZENIA

KROK 6: PRZYGOTUJ NIEZBĘDNE MATERIAŁY

PODSTAWOWE CENY

SKRZYNKA
NA POMYSŁY

KOLEJNE WYDARZENIA

Wydrukuj kartki z podstawowymi cenami. Będą je mogli wykorzystać sprzedawcy. Najczęstsze ceny powinny skupiać się wokół względnie niskich kwot, takich jak 3, 5, 7, 10, 15 czy 20 zł, jednak możesz również przygotować po prostu kartki z miejscem na wpisanie ceny - ważne, by były one spójne graficznie. Umieść przy swoim stanowisku **skrzynkę na pomysły**. Będzie ona szczególnie przydatna, jeśli planujesz powtórzenie inicjatywy lub organizację innych wydarzeń integrujących lokalną społeczność. **Wcześniej przygotuj odpowiednią liczbę długopisów i kartek** oraz zdecyduj jakich informacji potrzebujesz od uczestników wyprzedaży. Możesz wykorzystać okazję nawet do organizacji małego badania potrzeb lokalnej społeczności. **Może mieszkańcy sami wpadną i przekażą Ci jakieś ciekawe pomysły na kolejne wydarzenia!**

DODATKOWE UWAGI

Pamiętaj, że łatwiej i przyjemniej organizuje się przedsięwzięcia w grupie. Znajdź kilka osób, które zechcą Cię wesprzeć lub zwróc się do lokalnej organizacji, która zechce z Tobą współpracować - np. do **Parafialnego Zespołu Caritas lub Szkolnego Koła Caritas, lokalnego zastępu harcerskiego** czy innej grupy zrzeszającej aktywne osoby w Twojej okolicy (szkółki piłkarskie, grupy artystyczne, szkoła, dom kultury, biblioteka, OSP, Koło Gospodyń Wiejskich etc.). Ułatwi Ci to pracę, ale przede wszystkim zagwarantuje wiarygodność wśród potencjalnie zainteresowanych uczestników, którzy mogą nie znać Cię z nazwiska (np. będąc turystami).

WSPÓŁPRACA Z
LOKALNYMI
ORGANIZACJAMI

POWODZENIA!

WIĘCEJ KAZAŃ I MATERIAŁÓW
ZNAJDZIESZ NA:
www.laudatosi.caritas.pl

