

## „Manuál k inzerci zvířat z útulků a domácích depozit“

Inzerce je velmi důležitá při hledání domovů opuštěným a nalezeným zvířatům. Tyto rady jsou výsledkem mnohaletých zkušeností i sběru informací od kolegů a dobrovolníků z ochrany zvířat. Jsou cíleně zaměřeny na psy, přesto jsou univerzální pro inzerci všech druhů opuštěných a nalezených zvířat, která **čekají na nový domov v útulku či domácím depozitu**.

Vždy je místo pro zlepšení, proto rádi přivítáme další nápady a zkušenosti s inzercí zvířat.

---

**1) NADPIS** To je to hlavní – buď Vás zaujme a čtete anebo hledáte dál.

Do názvu inzerátu **nezadávejte věk**, hlavně u starých psů (výjimku tvoří štěňata). Člověk uvidí číslo a už inzerát ani nerozklikne. I když by ho text třeba přesvědčil, že je tento pes pro něj ten pravý. Věk ho dopředu odradí a Váš text si již nikdy nepřečte.

**Vždy v nadpisu uvádějte jméno psa.** Dobře to působí na lidskou psychiku, protože si nečtete o nějakém biglovi (případně evidenčním čísle 826 C), ale přece o Bédovi a to už pomáhá vytvářet vztah k inzerovanému psovi. Jeví se to triviálně, ale funguje to.

V nadpisu neuvádějte: „**Hledá domov, k adopci, čeká právě na Vás** atd.“ Je to zbytečné a v nadpisu to zabírá místo lichotivým slovům. Ani informaci, že je pes v útulku, na ni je místo v textu. Místo toho raději přidejte nějaká pozitiva jako veselý, hravý či přátelský.

Vždy uvádějte **plemeno v 1. pádu** jednotného čísla. Když zájemce hledá konkrétní rasu, tak ji v tomto tvaru zadává do vyhledávače. Pokud uvedete „kříženec německého ovčáka“, vyhledávač inzerát nenajde při zadání hesla „německý ovčák“. Některé vyhledávače skloňování zvládají, ale bohužel ne všechny. U kříženců proto před rasu zadejte písmeno x,

př. x anglický kokršpaněl, x německý ovčák, x americký staffordšírský teriér, x Jack Russel teriér

Pokud je pes kříženec dvou plemen, opět vložte mezi ně křížek,

př. americký pitbull teriér x labradorský retrívr

Nepoužívejte ani zkratky, s nimiž jsou při vyhledávání rovněž problémy.

př. Neuvádějte amstaff, ale americký staffordšírský teriér, labrador je labradorský retrívr. V takovém případě si Váš inzerát navíc zobrazí více lidí, kteří hledají i jiné teriéry či retrívry, ale třeba jim padne do oka ten, kterého inzerujete.

Pokuste se vždy uvést plemeno, skupinu či příbuznost. Občas je to sice obtížné psa k určitému plemeni přirovnat, ale tato informace je opravdu důležitá. **Inzeráty bez zadaného plemene mají vždy nižší sledovanost.**



Na fotografii můžete vidět fešáka jménem Hiro. Je to jednoznačný kříženec, ale musíte se zaměřit na otázku, komu se bude líbit, koho zaujme? Když popustíte uzdu fantazii, má v sobě trochu rysů od špice či nějakého severského plemene. Takže se snažte zaujmout lidi, kteří mají taková plemena v oblibě. Musíte zdůraznit ta plemena, která jsou momentálně populární a oblíbená. Takže můžete zkusit třeba:

Hiro, veselý mini husky x vychovaný špic

Hiro ♥ veselý parťák ♥ bonsaj husky x originální špic

Veselý a poslušný Hiro, miniaturní špic či husky?

## 2) VLASTNÍ TEXT

**Začínajte tím pozitivním a důležitým.** To, že je Bédovi minimálně 15 let, nevidí, neslyší a z tlamičky mu rozhodně nevoní fialky, můžete kulantně uvést později. Musíte začít tím, že je hodný a přátelský a má rád jiné psy. Je na svůj věk velmi vitální a zdravý.

**Zdůrazněte, co pes umí, ke komu je vhodný.** Není nad to, když inzerujete vycvičeného psa, ale často je to právě naopak. I tak hledejte, co psovi jde, pro co má potenciál. Cokoliv i jen mírně pozitivního musí v inzerátu zaznít, **nic neberte jako samozřejmost.** To, že je čistotný, netahá na vodítku, umí běhat u kola, je vhodný k jiným psům/dětem/kočkám/drůbeži, je zvyklý na košík, úpravu srsti či cestování a ruch města, umí jakýkoliv povel, aport, plavat, panáčkovat – prostě cokoliv (dobře, to, že umí chodit po čtyřech, asi nemusíte psát, ale zbytek už určitě ano ☺). Hlavně to musíte také jako pozitivum prodat.



př. Lumpík bohužel umí jen povel *sedni*.

NEBO jinak a lépe

Lumpík je malé éro a za piškotek se krásně učí. Za povel *sedni*, zaslouží jedničku s hvězdičkou.

Do textu znovu **zopakujte plemeno** a informaci rozved'te (je-li to možné).

př.: Hravý a věrný BOBÍK – originální středně velký briard x anglický kokršpaněl



Bobík vypadá na křížence briarda, podle jeho dlouhé a rozkošně neposlušné srsti. Odpovídá tomu i jeho povaha, protože je to rozhodně vznešený „PAN PES“ s urozenými předky a jistá tvrdohlavost či láska k oblíbené rutině jsou pro něj typické. Nižší vzrůst a zbarvení by pak mohlo být po anglickém kokršpanělovi.



**Věk je delikátní** záležitost a je třeba jej řešit individuálně. Někdo věk zadává na závěr inzerátu, jiný ho vkládá do textu. Pokud máte 5 měsíční štěně, můžete si dovolit napsat věk na začátek nebo i do nadpisu. V tomto případě je věk pozitivní a dobrou informací, ale u dospělého či starého psa je to již horší. Někoho zaujme fotka, ale hledá mladšího psa, takže inzerát ani nedočte. Proto doporučujeme věk (hlavně starých psů) uvádět v textu, a to nejlépe slovem. Případně se nabízí varianta, zejména u inzerátů dodržujících určitý must, uvést věk na závěr v samostatné větě. Závěr inzerátu pak může vypadat například takto:

Věk odhadovaný veterinárním lékařem 2 roky.

Plemeno: kříženec středního vzrůstu, odhadujeme briard x anglický kokršpaněl

Kastrovaný, čipovaný, očkovaný, ošetřený proti vnějším a vnitřním parazitům.

Bližší informace v útulku (doplňte název, případně město) na telefonu (doplňte konkrétní číslo).

Nalezen dne 20. 4. 2015 v Horní Dolní.



**Povaha** se popisuje snadno, když máte fajn psa, ale větší problém je to u psů s méně přátelskou náturou (stejný problém nastává u nemocných či hendikepovaných psů). Je to těžké, ale pokud to jen trochu jde, udělejte z nešvaru a hendikepu přednost!

Například můžete napsat:

„Rek je nedůvěřivý vůči cizím lidem, pomalu získává důvěru a těžko se učí.“

NEBO jinak a lépe

„Rek je perfektní hlídač, který se rád drží své rutiny. Na pozemek Vám již nikdo cizí nevstoupí. Je velmi loajální a za kus salámu si ho nikdo cizí nekoupí, proto se hodí k jednomu majiteli, pro kterého bude spolehlivou pravou rukou.“

Je jasné, že z Reka mazla neuděláte (samozřejmě je možné formovat povahu psa, ale pokud máte staršího a nedůvěřivého psa, většinou nezměníte jeho povahu úplně). Ale chcete, aby někoho zaujal. A koho zaujme nedůvěřivý pes? Někoho, kdo chce hlídače.

U hyperaktivních psů pište, že jsou skvělí na psí sporty, výcvik na záchranáře a podobně. Snažte se, aby našli domov u aktivních lidí, kteří chtějí se psem provozovat například psí sporty. Takovým způsobem se pak musíte postavit ke každému problému, který nejde změnit (nebo se Vám to zatím nepovedlo).

**Inzerát nemá sloužit k tomu, aby si psa vzal někdo, kdo takového psa nechce,** ale právě naopak, a také aby se pes dostal k někomu, kdo ho zvládne a ke komu se bude hodit. Proto nikdy nezatajujte informace. Když pes ničí byt, je to problém (který se dá výchovou řešit, ale v útulku se ho zbavuje těžko). Málokdo si chce vzít psa s problémem, ale musíte to uvést. Můžete to napsat buď negativně anebo trochu s nadsázkou.

př. „Skipy je velký designer a má moc rád rekonstrukce. Z toho důvodu se hodí spíše na zahradu k rodinnému domu, kde se lépe zabaví v průběhu dne a nebude ho tolik trápit, že Vám záclony neladí k pohovce. V útulku má málo pohybu, hledá cestu jak uvolnit energii a zaměstnat mysl. Věříme, že v nové rodině s dostatkem lásky a pohybu může tento problém zcela zmizet, ale z počátku soužití je potřeba počítat s tím, že může vyhodnotit Vaše tapety jako nevkusné a jednat dle toho.“

Pes může mít štěstí a natrefí na někoho se zahradou anebo se najdou lidé, kteří budou ochotni problém s demolováním obydlí řešit. Když se to však majitelé nedozvědí ještě před adopcí, máte psa za pár dní zpět v útulku.

Samozřejmě jsou i skutečně problematické až tragické případy. Když inzerujete psa, na kterém není co pozitivního zdůraznit a který je prakticky neumístitelný, jeho adopce je náročný boj. Často pak musíte spoléhat hlavně na dobré srdce zkušeného člověka, který si vezme takového psa převážně ze soucitu. I když to není ta nejlepší motivace, pokud je majitel rozhodnutý a je na psa dobře připravený, je to mnohdy jediná možnost. Staré či nemocné psy si lidé neberou kvůli sobě, ale často kvůli tomu, aby jim umožnili důstojné stáří. Existují cílené skupiny shromažďující inzeráty

na hendikepované, problémové, staré či nemocné psy, díky nimž mají taková zvířata šanci někoho zaujmout a najít nový domov, lásku a péči. Pokud máte takového psa v útulku, **musíte ho aktivně nabízet formou inzerce na internetu a v sociálních sítích**, mít webové stránky útulku dnes už opravu nestačí. Je to časově náročné, ale můžete využít dobrovolníky, kteří Vám s inzercí pomohou. Náročně se hledají dobrovolníci, kteří Vám půjdou se psem třikrát týdně ven, vyčesou ho a naučí základní povely, ale pomáhat s inzeráty z pohodlí domova? To už opravdu není takový problém.

Nedaří se Vám nikoho sehnat? Nemáte Facebook, kvalitní inzerci nebo ani webové stránky? Napište nám a pokusíme se Vám pomoci a dobrovolníka pro Vás sehnat.

**Psí dvojice vždy inzerujte společně.** Pokud máte v útulku psy, kteří přišli spolu a jsou na sebe fixováni, udělejte jim společné fotografie, popis a album. Musí být zřejmé, že zvířata patří k sobě a nebudete je rozdělovat. Zdůrazněte, proč jsou skvělý tým. Jak je oddělíte ve světě inzerce, společný domov jim pravděpodobně nenajdete.



**Inzerát nekončete tím špatným.** Negativní informace nepatří na konec inzerátu, je to ten výsledný dojem, který si čtenář odnese. Na závěr inzerátu můžete uvést nějakou veselou informaci.

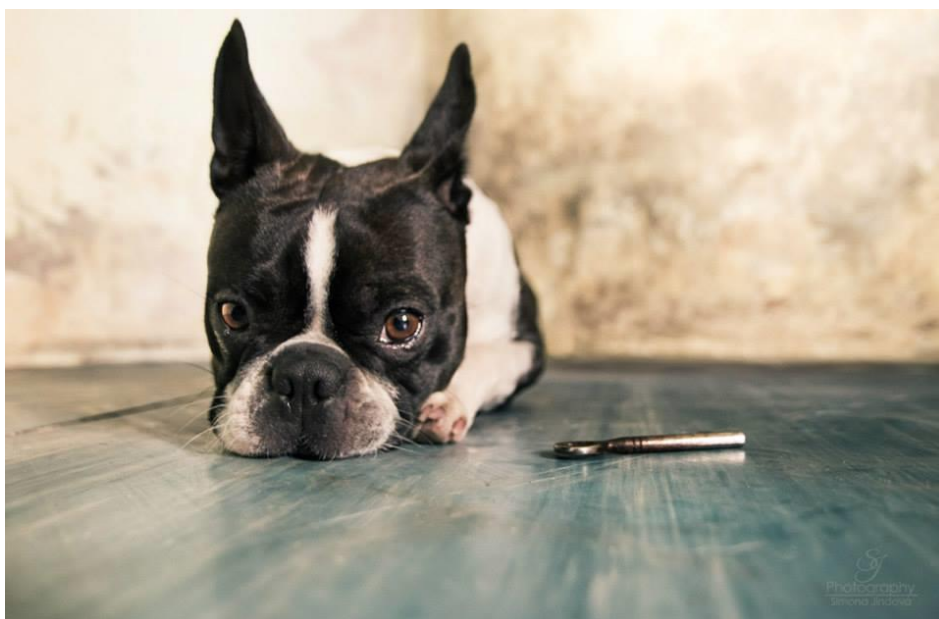
př. Bédřa miluje piškoty, klidné procházky a válení na gauči.

Na závěr inzerátu nesmí také chybět **základní informace a kontakt** (kde a kdy byl pes nalezen, kde je umístěn a kontakt na útulek). Uvádějte tyto informace vždy v každém inzerátu, ale pamatujte, že jsou pro čtenáře zajímavé až v případě zájmu o psa, proto je nepište na začátek inzerátu, ale až na konec.

### 3) FOTKY, fotky a ještě jednou fotky

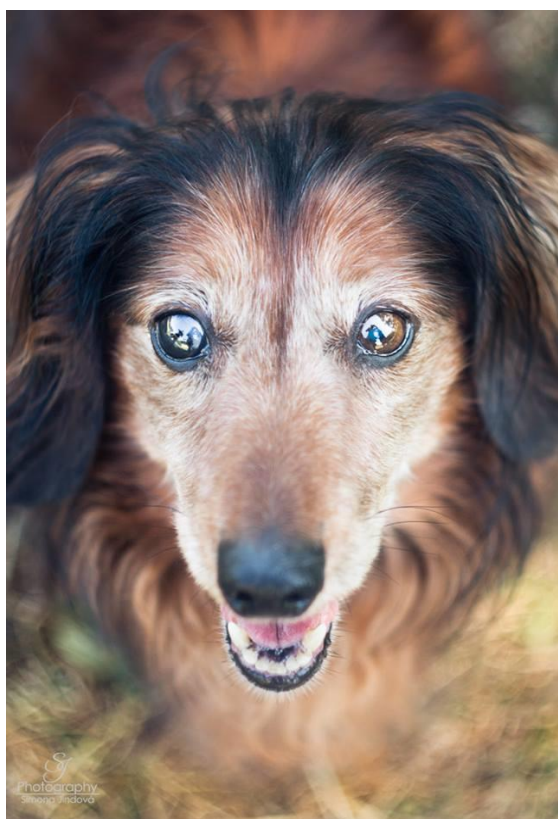
U inzerátu enormně záleží na vizuální stránce. Fotografie tvoří základní prvek inzerátu, který člověka zaujme a motivuje ke čtení inzerátu. Pokud jde o výběr fotografie, existují dvě základní strategie:

**Soucitná fotografie** – což neznamená depresivní fotografie, ale pes na ní má vypadat smutně nebo osaměle (třeba foto z útulku). Člověk pak touží danému zvířeti pomoci, protože to očividně potřebuje.





**Veselá fotografie** – nabízející pohled na roztomilého, legračního a dobře naladěného hafana, z co nejlepšího úhlu a v nejlepším světle, aby si potencionální zájemce řekl: „Tohohle rozkošného fešáka chci mít doma.“ Veselé fotky snadno zaujmou. Ideální jsou fotografie z prostředí mimo útulek – v přírodě s hezkým světlem a pozadím (ale občas se povede i vtipná momentka v kotci).



Samozřejmě pořídte více fotografií, abyste psa ukázali ze všech úhlů a potencionální zájemce měl lepší představu, jak pes vypadá. Ale zase to nepřehánějte! Ono 100 fotek jednoho psa, z nichž jsou si některé podobné jako vejce vejci, je dost kontraproduktivní. Nikdo si celé album neprohlédne a v množství fotek se ty nejlepší ztratí. Takže několik kvalitních fotek úplně postačí na to, abyste psa co nejlépe představili a zaujali rozmanitostí. Dobrá strategie je pěkný detail obličeje, pohled psích očí, profil celého těla, veselá a smutná fotografie. Může jich být o něco více, přidejte třeba fotografii s hračkou nebo jinou rekvizitou, fotografii vedle člověka, na níž je vidět velikost psa. Pokud je pes trochu ostražitý k cizím lidem, je dobré ho ukázat i v mazlivé pozici, aby bylo vidět, že i když na cizí lidi pouští hrůzu, umí si k člověku vytvořit vztah, a že mu ošetřovatel z útulku důvěřuje a pustí si ho k tělu.



Případně se můžete pustit i do nějaké koláže (některé inzertní portály dovolují jen jednu fotografii, pak je koláž ideální řešení).

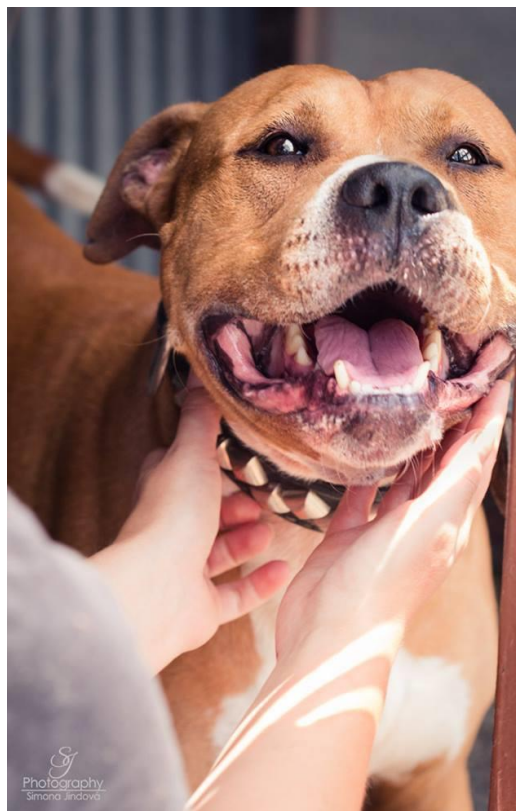
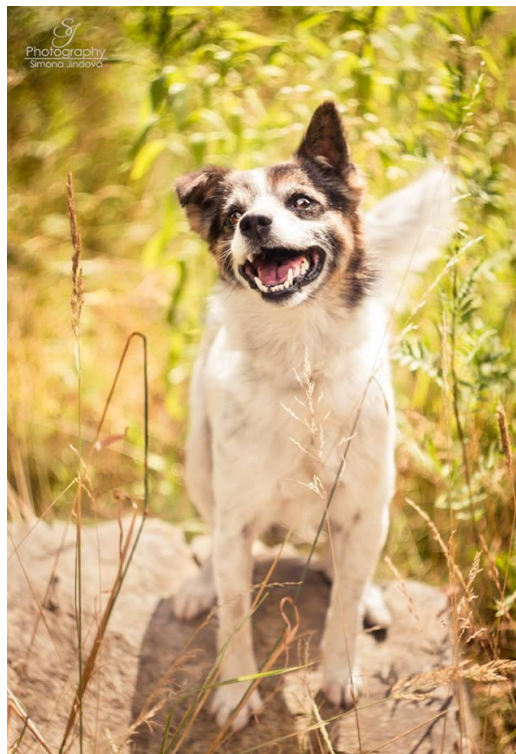


Pokud máte možnost, je skvělé i dobře udělané video. Potencionální zájemce se může podívat na vzhled psa, co daný pes umí, jak spolupracuje a komunikuje s ošetřovateli a se psy atd. Avšak u videa je profesionální přístup velmi důležitý, aby plnilo svůj účel.

Dobré fotografie nejsou jen záležitostí kvalitního fotoaparátu, ale hlavně zkušeného fotografa, který umí se psy pracovat. V útulku často chybí kvalitní technika, čas a fotograf. Přesto se v rámci svých možností snažte o co nejlepší výsledek. Ideálně zkuste sehnat profíka (nebo i dobrého amatéra), který to zvládne lépe než Vy. Zkuste oslovit fotografy z okolí, jestli by Vašemu útulku nepomohli, požádejte o dobrovolnou pomoc přes sociální sítě (FB profil útulku je v dnešní době nezbytný, pokud chce udávat psy) nebo inzertní portály. Věříme, že někoho najdete, a pokud ne, obraťte se na nadaci, pokusíme se Vám s hledáním pomoci.



**STEJNÝ PES, JINÁ FOTOGRAFIE**









Co se týká inzerce, můžete také využít variantu letáků, které se sdílí v sociálních sítích (pak je dobré u letáku uvést odkaz na album s více fotkami a informacemi) nebo tisknou a vylepují na určených místech. Tam platí téměř stejná pravidla, ale nejste tak vázáni. Na leták není možné uvést veškeré informace, takže se zaměřte hlavně na to, co zaujme a díky čemu Vám potenciální zájemce zavolá pro bližší informace. Dále můžete vytvářet samolepky, kalendáře, placky, magnety, odznaky, trička či cokoliv dalšího, co Vám pomůže zviditelnit inzerovaného psa a tím i Váš útulek.



**Jasík**

.....

Jasík je kastrováný 2 letý jezevčík, kterého si za piškot nekoupíte. Svoji zahrádku krásně ohlídá, stejně jako členy svojí smečky. Má rád vyrovnané vůdčí lidi, kteří se ho nebojí. Když si vytvoří důvěru, je to mazlivý a neuvěřitelně veselý a hravý pes.

**telefon: 381 264 880**  
**ÚTULEK PRO NALEZENÉ PSY V TÁBOŘE**



Na závěr malá rada ohledně Facebooku. Řada útulků nechává na profilu alba všech psů (i adoptovaných). Pro uživatele je to nepřehledné, proto je lepší mít alba jednotlivých psů k adopci a pak jedno souhrnné album, v němž máte jednu fotku každého psa určeného k adopci s odkazem na jeho album. Psy v nových domovech oddělte od těch k adopci (například v album „Našli domov“), stejně tak fotky z nových domovů, kterými se chcete pochlubit (album „Zdravíme z nových domovů“).



**Pujmanové 1219/8**  
**140 00 Praha 4**  
**Tel. +420 222 135 460**  
**Tel./Fax +420 222 135 461**  
**Email: [nadace@ochranazvirat.cz](mailto:nadace@ochranazvirat.cz)**  
**http: [www.ochranazvirat.cz](http://www.ochranazvirat.cz)**

Předložili jsme Vám základní informace, obecná doporučení a rady, pokud jde o inzerci zvířat k adopci. Samozřejmě můžete mít specifické problémy při inzerci Vašich zvířat. Neváhejte se na nás obrátit, rádi Vám v rámci našich možností pomůžeme a poradíme.

Na druhou stranu také přivítáme Vaše rady a zkušenosti, které máte s inzercí. Pokud v článku nezaznělo něco, co je podle Vás důležité, napište nám, ať můžeme s Vaší pomocí tento „Manuál k inzerci zvířat z útulků a domácích depozit“ zdokonalit.

Děkujeme Simoně Jindové za krásné fotografie, které dobročinně nafotila v Útulku pro nalezené psy v Táboře a zvýšila tak šance psů na nalezení nového domova.

Pro více informací o fotografece [www.foto-simonajindova.cz](http://www.foto-simonajindova.cz)

Autor článku: Zdenka Průšová, Nadace na ochranu zvířat

Publikováno: únor, 2016



#### **NADACE NA OCHRANU ZVÍŘAT**

Pujmanové 1219/8

140 00 Praha 4, CZ

Tel: +420 222 135 460 - 461

Email: [nadace@ochranazvirat.cz](mailto:nadace@ochranazvirat.cz)

[www.ochranazvirat.cz](http://www.ochranazvirat.cz)

