

**БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ –  
это загадочная смесь  
радостного донора,  
искусного просителя и  
благодарного получателя**

*Д-р Дуглас М. Лоусон*

# ФАНДРАЙЗИНГ

специально организованный процесс  
сбора пожертвований для  
некоммерческих организаций или для  
обеспечения социально значимых  
программ.



# **ЦЕЛИ ФАНДРАЙЗИНГА**

**сбор средств**

**приобретение новых партнеров и друзей**

**возможность открыто заявить о себе и**

**информировать о своих целях**

**Главное не деньги, а**

**ЦЕЛИ, достижение которых требует**

**поддержки**

# С ЧЕГО НАЧАТЬ?

Фандрайзинг не может существовать без других жизненно важных для организации элементов деятельности, - **стратегического и текущего планирования, связей с общественностью, активного вовлечения добровольцев, PR-организации и др.**

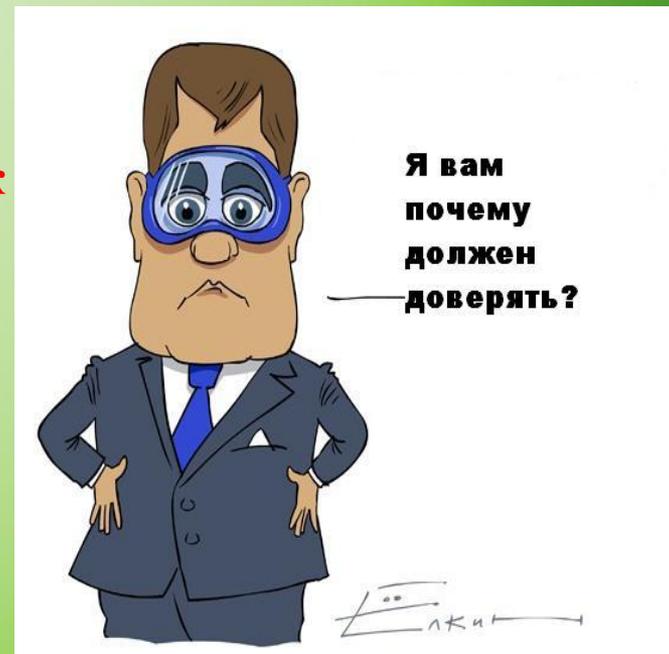
Поэтому, приступая к фандрайзингу, необходимо прежде всего четко и ясно определить, **что собой представляет ваша организация.**

**Проект который вы собираетесь реализовывать** - ведь это первое, что будет интересовать потенциальных доноров.



# Практики открытости → доверие

- Оформление и представление **годового отчета** вовне.
- Создание **сайта** организации
- Проведение **дней открытых дверей** организации
- организация **визитов, экскурсий, стажировок** на базе организации.
- Проведение **добровольного финансового и/или правового аудита** организации.
- Проведение **внешней общественной оценки** работы организации силами клиентов, СМИ, общественности.
- Проведение **регулярной внутренней оценки** собственной деятельности
- Публикация и распространение **новостного листка\ буклетов** с информацией о работе организации, ее планах, программах, донорах и т.п.



# Повторенье-мать ученья

Годовой отчет

Визиты

День открытых дверей

Экскурсии

Сайт

Стажировки

Добровольный финансовый  
и/или правовой аудит

Регулярная внутренняя оценка

Новостной листок\ буклет

Внешняя общественная оценка

# Виды ресурсов:

- **Собственный волонтерский** труд
- **Организационный ресурс** (помещения волонтеры, студенты, поддержка администрации для вхождения в структуры и др)
- **Участие в грантовых конкурсах** (международные, краевые, городские и др)
- **Пожертвования от юр. лиц**
- **Пожертвования частных лиц**
- **Кооперирование с другими организациями**

**Стройте кампанию  
используя сильные  
стороны**

**Взрыхлите почву для  
нахождения всех видов  
ресурсов**



# Кто они – благотворители?

## Постоянные партнеры

- Юридические лица
- Физические лица

Члены попечительского  
совета или учредители  
(физические лица с  
авторитетом и  
ресурсом)

## Партнеры на одну конкретную акцию\проект

- Юридические лица
- Физические лица

## Люди жертвуют, потому что...

- Их попросили об этом, а они согласились.
- Стремятся помочь.
- У них есть личная заинтересованность в решении этой проблемы
- Ожидают выгоды (например, налоговых льгот).
- Они знают об общественном интересе к проблеме, которую решает ваша организация.
- Рассчитывают на получение не прямой личной выгоды или выгоды в будущем (помогая больнице, люди осознают, что сами они или их близкие могут стать пациентами).
- Хотят получить косвенную выгоду (рекламу, например).

- У вашей организации хорошая репутация, представительный Совет Попечителей (состоящий из известных и уважаемых людей).
- Им это приятно.
- У них есть определенные амбиции ("я не хуже других").
- Хотят приобщиться к тому, что им нравится.
- Хотят быть причастными к благородному делу.
- Таковы их религиозные убеждения.
- Чувствуют себя обязанными кому-то ("чувство вины").
- Понимают важность вашей работы

## Последовательность действий при планировании кампании по сбору средств:

- **Выберите задачу которую решает организация**, установите временные рамки - ведь, как правило, деньги вам нужны к определенному сроку;
- Продумайте **аргументы**, которыми вы собираетесь воспользоваться;
- Подумайте о возможных **мотивах** ваших потенциальных доноров. Какие из этих мотивов вы можете поощрить;
- Проанализируйте ваш **прошлый опыт сбора средств**, определите **ваших сторонников**, к которым можно обратиться в первую очередь. Определите, к кому еще вы обратитесь;
- Подготовьте **раздаточные материалы**, которые будете представлять донорам;
- **Согласуйте ваши методы сбора** (кто и как собирает);
- Установите порядок **контроля за поступлением** средств
- Вышлите предварительно **пресс-релизы** мероприятия

# Повторенье-мать ученья

прошлый опыт сбора средств

Согласуйте ваши методы сбора

раздаточные материалы

Задача

Ваши сторонники

Аргументы

Мотивы

Контроль за поступлением

Пресс-релизы

**В любом случае, люди всегда платят за что-либо, они хотят получить какое-то удовлетворение от своего поступка.**

Пусть даже неосознанно, они хотят, чтобы их насущный интерес был удовлетворен. Нужно постараться определить интерес благотворителя (потребность): материальный, моральный, деловой и так далее. Распознав и постаравшись удовлетворить тот или иной интерес, вы намного повышаете вероятность того, что ваша организация получит пожертвование.

## Технологии сбора средств

- Письма
- Личные встречи
- Специальные акции (флешмобы,, благотворительные аукционы \ ярмарки, и др.)
- Ящики или другие места для сбора денег
- Попечительский совет как фандрайзер
- Веб-странички или сайт
- Отчисления из заработной платы

## Примерный текст письма :

- "Шапка" (потенциальный адресат)..
- Краткая и "одушевленная" информация об организации: (Название, миссия организации, время создания, официальный статус, кто входит в организацию, целевая группа)
- Краткая информация о программе (программах).
- Стоимость программы.
- Суть просьбы (конкретно в чем вы нуждаетесь).
- Срочность (когда нужны деньги)
- Ваши гарантии (сроки отчетности).
- Возможный мотив донора (или почему, на ваш взгляд, эта программа заслуживает финансирования).
- Сведения о механизмах передачи пожертвования или денег.
- Реквизиты - адрес, телефон, факс, номер счета.
- С кем, как и в какое время контактировать по вопросам, связанным с вашим письмом.

# СЛОВАРЬ

## БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ –

бескорыстная (безвозмездная или на льготных условиях) передача в собственность имущества, в том числе денежных средств и (или) объектов интеллектуальной собственности

## СПОНСОРСТВО

вклад в деятельность юридического или физического лица (спонсируемого) на условиях распространения спонсируемым рекламы о спонсоре, его товарах.

## МЕЦЕНАТ

ставшее нарицательным имя римского государственного деятеля Патриция Гая Цильния Мецената (8 век до н.э.), прославившегося широким покровительством поэтам и художникам

## ДОНОР

частное лицо, организация или учреждение, безвозмездно предоставляющее средства на некоммерческие нужды

# Флешмобы



# Обратная связь

Партнеры всегда должны чувствовать с вами связь и значимость своей помощи. Напоминайте им об этом в виде:

- **Благодарственных писем**
- **Грамот, сертификатов** и др
- **Ежегодных отчетов с описанием их вклада и эффективности вашей работы**
- **Благотворительных вечеров, концертов** и др.
- **В интервью в СМИ**
- **Деловые поездки, встречи, бизнес-визиты**



**Удачного фандрайзинга!**