

Fundraising



Мифы о фандрайзинге

Миф 1.

Фандрайзинг- это только деньги, деньги и деньги.

Миф 2.

Миф о том, что у нас ничего нет.

Миф 3.

Миф о том что заниматься фандрайзингом -это просить,а просить стыдно.

Миф 4.

От власти ждать нечего, помогают только своим.

Миф 5.

Заниматься фандрайзингом могут только особенные люди.

Миф6 .

У бедных нет денег, у богатых жалости.



Понятие фандрайзинга

**Фандрайзинг - это не просто
поиск денег.**

**Фандрайзинг - это обеспечение
необходимых для реализации
Вашей миссии, процессов
организации необходимыми
ресурсами в необходимом
количестве.**



Понятие фандрайзинга

Фандрайзинг-это отношения.

Фандрайзинг - это умение СЛЫШАТЬ и СЛУШАТЬ.

Фандрайзинг - это полный фокус на собеседнике.

Фандрайзинг - это забота о своем доноре/благотворителе.



Понятие фандрайзинга

- Когда приходишь к донору - выслушай его сначала.
- Позволь ему раскрыться и рассказать о себе.
- Не надо говорить о том какие мы хорошие, какая хорошая организация. Надо говорить о доноре. Найти точки соприкосновения в истории донора.
- Надо сначала выслушать и поддержать донорами. Его ценность как бизнесмена. Ценность того чем он занимался, во что он вкладывался.



Фандрайзинг это

- Это ценности которые вас объединяют. Мы строим отношения чтобы понять в чем ценность этого человека.
- Когда мы понимаем ценности человека-мы понимаем что ему важно.
- Именно ценности мотивируют человека на поступок.
- Главное выслушать человека и понять что ему важно.
- Мы знаем у кого деньги но мы не знаем у кого наши ценности.



Задачи фандрайзинга (не все☺)

- Поиск потенциальных доноров;
- Обоснование потребностей организации понятными донору аргументами
- Формирование, поддержание и развитие связей с донорами
- Формирование и продвижение востребованных моделей проявления лояльного отношения к организации, т.е. регулярных осознанных действий, направленных на укрепление ресурсной базы организации





Принципы фандрайзинга (не все☺)

- Поиск средств - это целая система глубоко продуманных действий, планомерно осуществляемых год за годом.
- Привлечение финансов - это привлечение людей. Где бы организация ни искала денег, основная цель - заинтересовать донора в деятельности организации, построить долгосрочные отношения.
- Хороший имидж организации не всегда поможет в сборе средств, но плохой имидж может ему помешать.



Принципы фандрайзинга (не все☺)

- Если организация хочет добиться денежных вкладов от коммерческой фирмы, она может помочь ей в укреплении общественных связей, в продвижении товаров и услуг и т. д.
- Потенциальным донорам нужны доказательства того, что их деньги принесут результаты, которые им обещает организация в момент просьбы.
- Выбор приемов и инструментов фандрайзинга напрямую зависит от индивидуальных особенностей потенциальных доноров/инвесторов/благотворителей/партнеров
-



Принципы фандрайзинга

- Чем больше источников финансирования, тем стабильнее финансирование.
- От средств, собранных в ходе фандрайзинга, необходимо откладывать часть, которую можно инвестировать в дальнейший фандрайзинг.
- Необходимо регулярно исследовать поле доноров, опробовать новые методы на некоторых из них, анализировать результаты и разрабатывать новые стратегии на основе полученных результатов.



Источники материальных ресурсов

- Органы государственной власти и местного самоуправления
- Благотворительные и целевые фонды, грантодающие организации
- Коммерческие компании
- Население и его отдельные группы
- Деятельность, приносящая доход



Источники нематериальных ресурсов

- Открытые и специализированные источники информации
- Люди, представляющие различные профессиональные сферы
- Организации и предприятия – владельцы «гудвил» (опыт деловых связей, имидж, престиж товарных знаков, постоянная клиентура, доброжелательность и признательность потребителей).



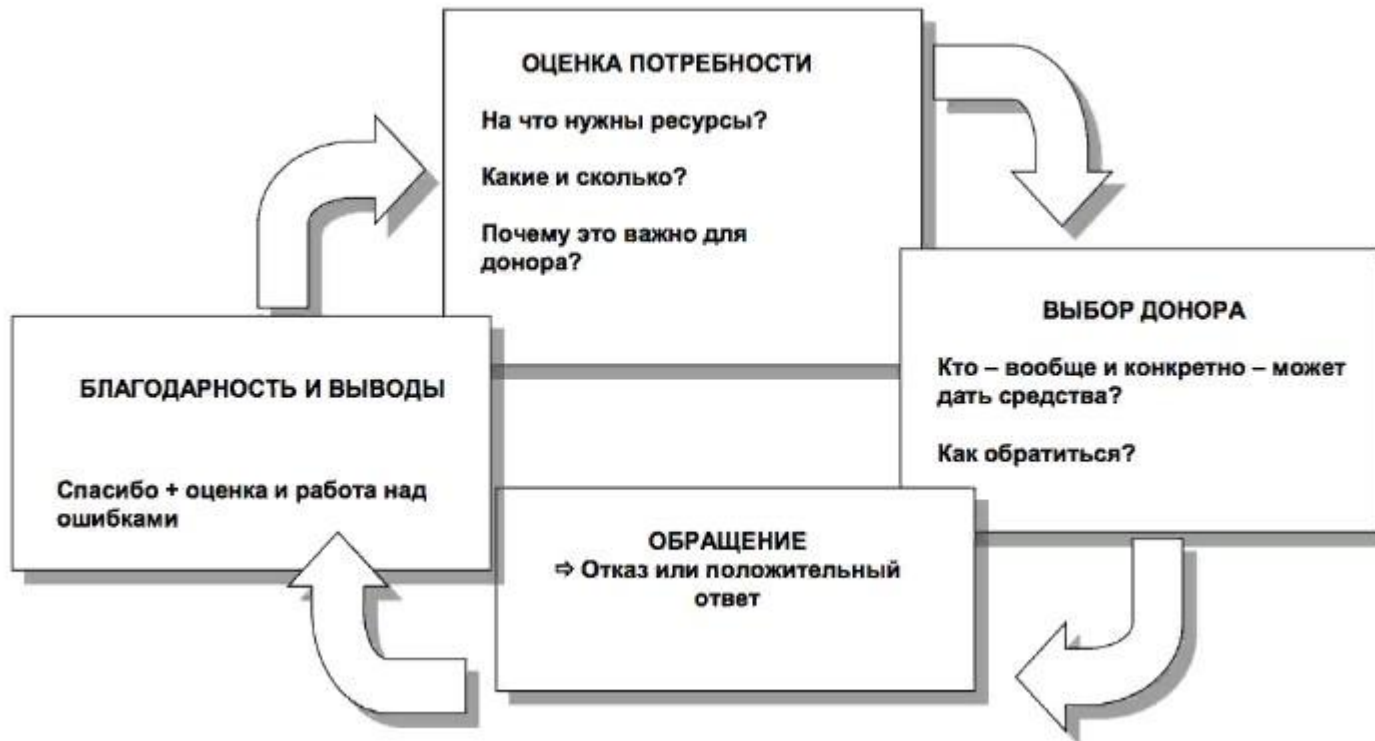
Источник **Источник**
абсолютно всех ресурсов

**Дружба
крепкая!!!**





Цикл фандрайзинга



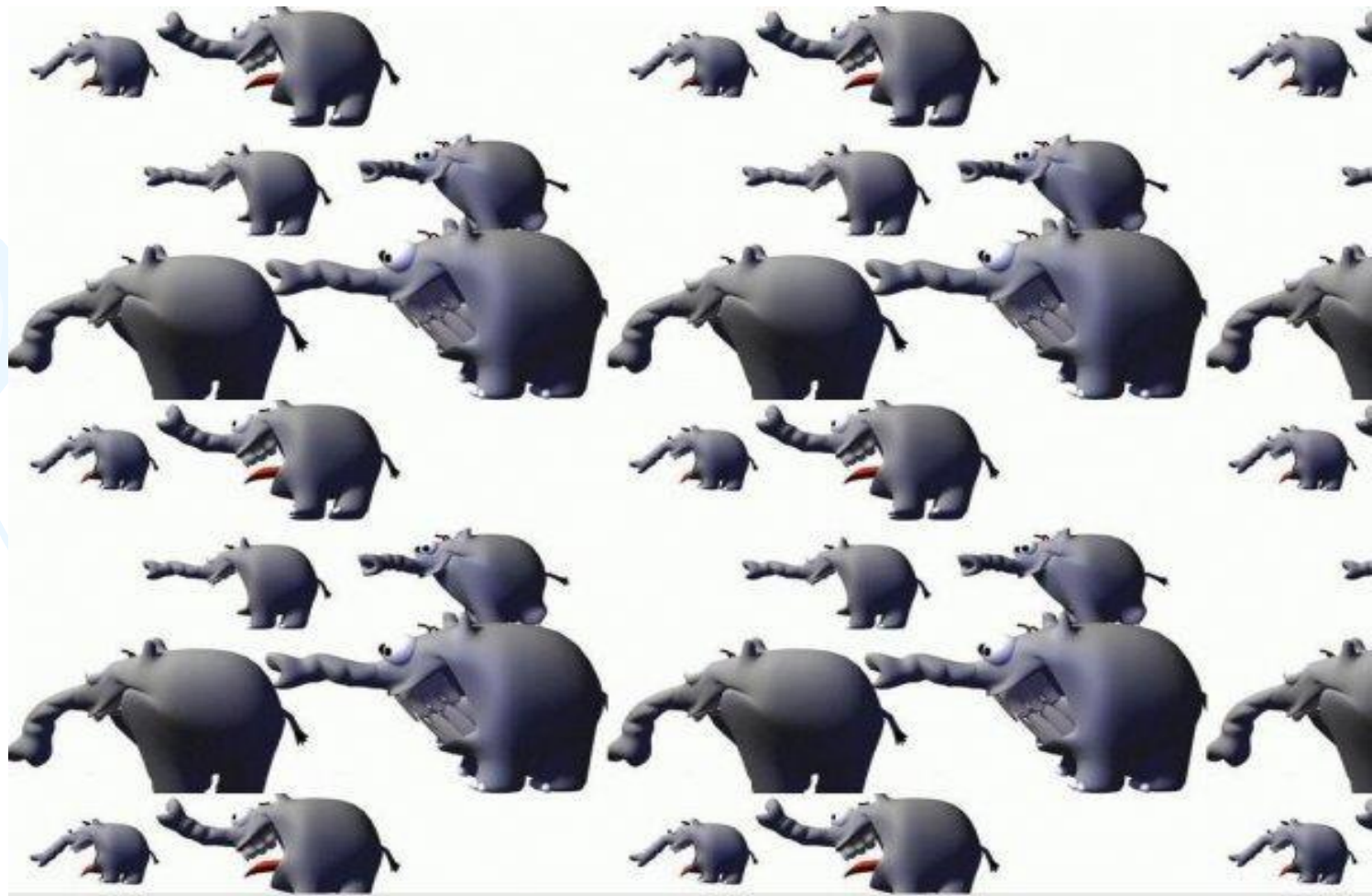
Семь

Слонов

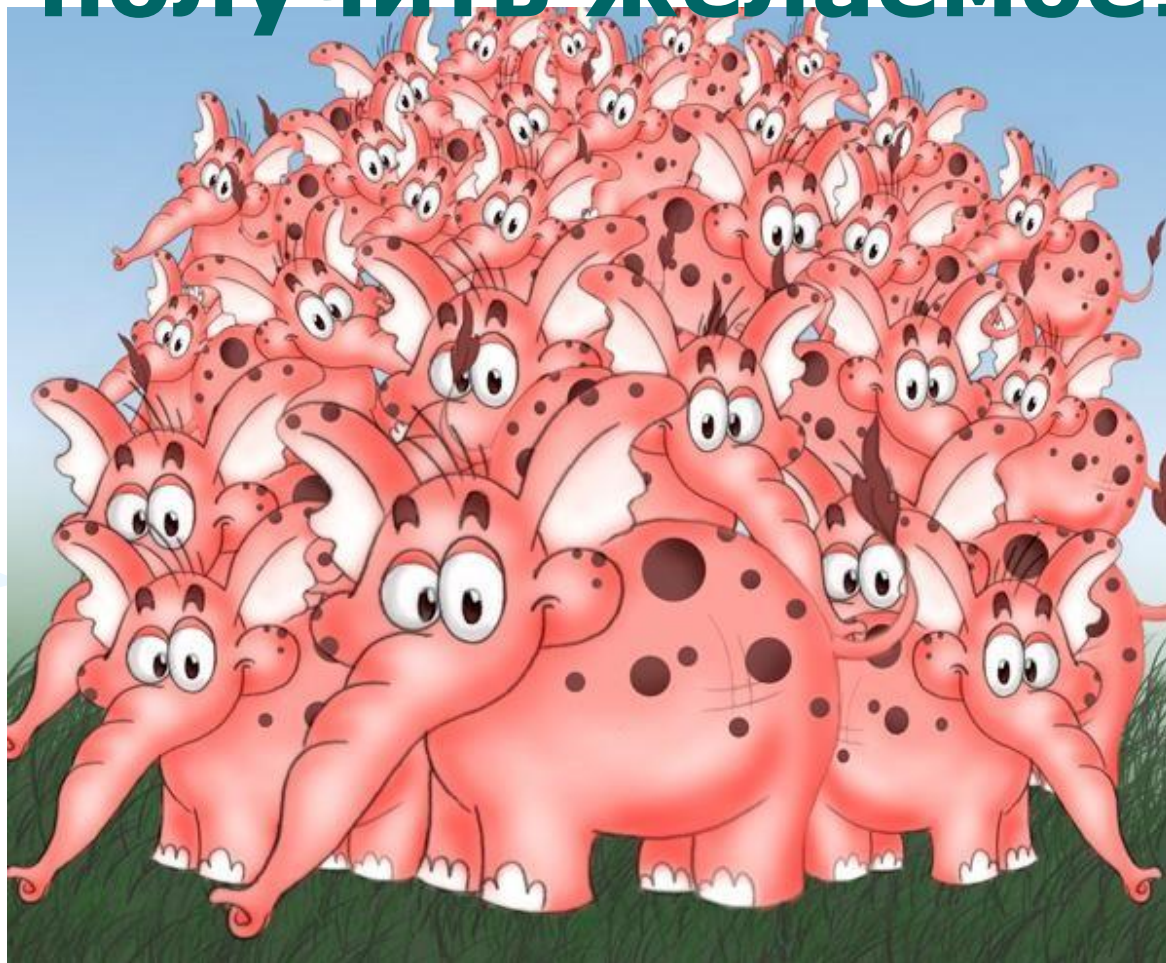
фандрайзинга



1. Источников ресурсов должно быть несколько



**Чем больше источников
находится «в разработке»,
тем больше шансов
получить желаемое!**



2. Источники ресурсов должны быть разными



Откуда дровишки?



- **Бюджеты разных уровней**
- **Средства благотворительных фондов**
- **Благотворительные пожертвования коммерческих компаний и предприятий**
- **Частные пожертвования**

Чем будем брать?



- **Товары**
- **Услуги**
- **Рабочие руки**
- **Технологии**
- **Каналы
передачи
информации**
- **Полезные связи**
- **Скидки**
- **Деньги☺**

3. Механизм отдачи ресурсов должен быть комфортным и приятным для источника



4. Механизм освоения ресурсов должен быть понятен, а результат их использования – значим и очевиден!

– значим и очевиден!



5. В процессе взаимодействия с источником должны быть созданы все условия для дальнейшего развития сотрудничества



**6. Договорные обязательства
должны быть выполнены
в установленные сроки
и в полном объеме**



7. Процесс фандрайзинга должен быть непрерывным!





Вопрос

ы

- **Чего мы хотим?**
 - **Собрать денег?**
 - **Потратить деньги?**
 - **Порадовать людей?**
 - **Удивить, обескуражить?**
 - **Создать уникальное событие?**
 - **Прийти «на готовенькое»
(площадка, мероприятие, звезда)?**
- **Определяем первоочередные требования и ограничения**



Вопрос

ы

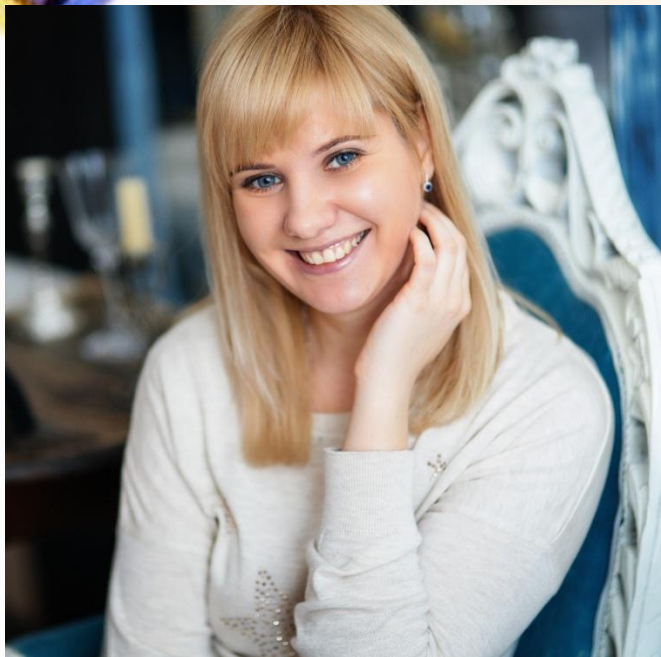
- Какова наша цель?
- Ради кого/чего?
- Сколько нужно?
- У кого будем брать?
- Почему они нам дадут?
- Что они получают взамен?
- Кто будет делать?
- Кого возьмем в помощники?
- Сколько это стоит?
- Сколько у нас времени?
- Чем мы рискуем?
- Как можем уменьшить риски?



Что не сказано, то
написано...



<http://ngogarant.ru/library/view/view/35>



Наталья Толмачева

**10 лет в
благотворительности
!**

директор БФ
«НАШИ ДЕТИ 56»,

Эксперт СО НКО;

Координатор проекта
«Добрый Оренбург»;

Выпускник Школы
Региональных Экспертов
НКО.

Контакты:

Тел: 89226246173