

ОСНОВЫ фандрайзинга

Ресурсное обеспечение мероприятий
донорского движения

Мастер-класс
18 декабря 2015 г.

Вознесенская Елена
ellnik@yandex.ru
Netlight.ru

Что такое фандрайзинг

- Термин фандрайзинг (фэндрайзинг, фандрэйзинг) происходит от английских слов fund – средства, финансирование, raise – нахождение, сбор.
- Фандрайзинг – процесс привлечения внешних, сторонних для организации ресурсов, необходимых для реализации какой-либо задачи, выполнения проекта или с целью деятельности в целом.
- Фандрайзинг – это сбор денег и пожертвований на проекты некоммерческих и благотворительных организаций

Коммуникации в фандрайзинге

Коммуникация – это процесс передачи информации от ее владельца (создателя) к ее конечному потребителю

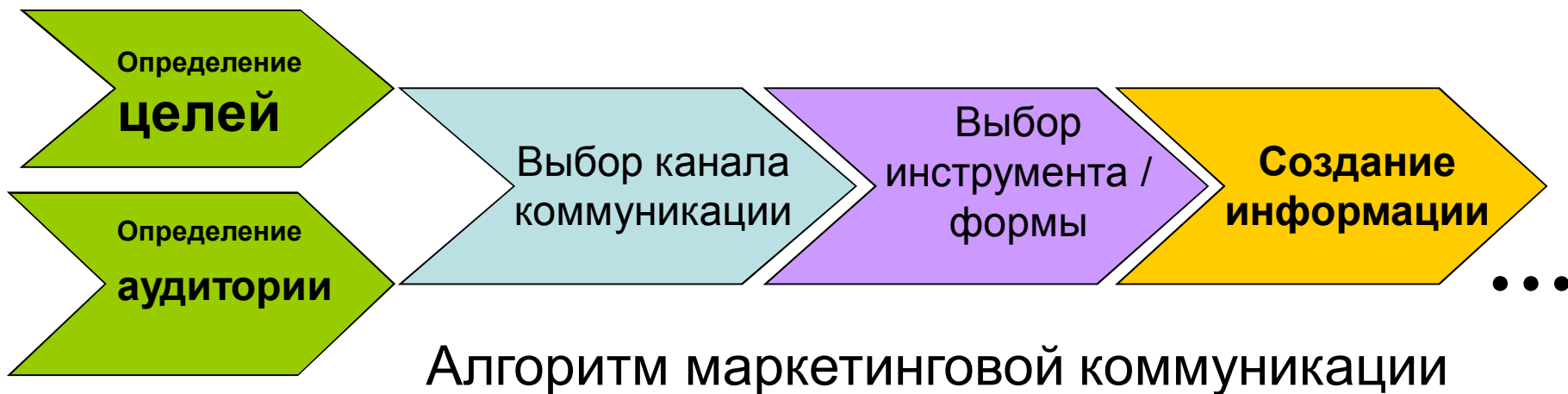


Маркетинговые коммуникации – передача (распространение) информации от ее инициатора к потенциальному потребителю с целью **получения конкретного результата:**

- в коммерческих проектах – прибыли (выгоды)
- в социальных проектах – отклика (участия)

С чего начать?

Пока вы четко не сформулируете для себя, чего вы хотите добиться, вы вряд ли чего-то добьетесь



ШАГ 1.
Правильная
постановка целей

Ресурсы в фандрайзинге

- **Материальные ресурсы – благотворительность:**
меценатство, спонсорство, гранты,
финансовое донорство
- **Нематериальные ресурсы – участие:**
человеческие ресурсы, информационные, юридические,
маркетинговые и т. п.

Инструкция 1. «ЦЕЛИ»

1. Разделите и сформулируйте цели:

- цель всего движения – это то, ради чего оно создано;
- цель вашей организации – это тот результат, ради которого она работает;
- цель вашей программы (или проекта) – это решение совершенно конкретной задачи.

2. Определите и опишите какие ресурсы требуются

- для реализации проекта (например, проведения мероприятия);
- для деятельности организации в целом

Отдельно выделите целевые «не денежные» ресурсы

ШАГ 2.

**К кому вы
обращаетесь?**

Основной вопрос:

Для кого будет работать ваша программа:

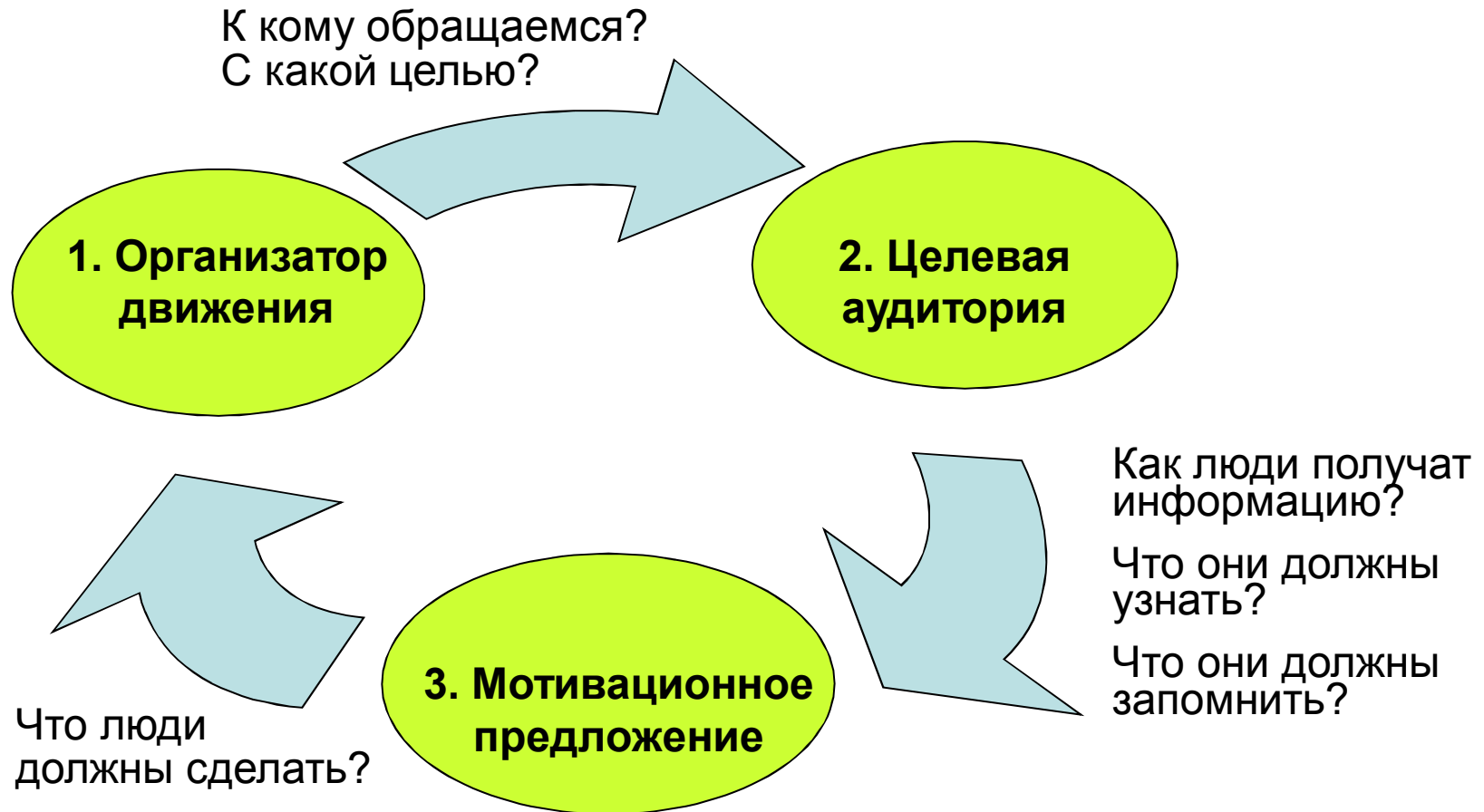
- кто ваши подопечные,
- кто приобретёт и что приобретёт в результате работы вашей программы.

Инструкция 1. «АУДИТОРИЯ»

1. Чётко поймите, что вы представляете (презентуете): проект, организацию, идею
2. Чётко определите, к кому вы обращаетесь
3. Какой реакции (действия) вы ждете от человека: посетителя сайта, читателя, слушателя

Только после того, как вам совершенно ясно: к кому и с какой целью вы обращаетесь, что предлагаете, что человек должен сделать – начинайте действовать

Когда информация «работает»?





К кому я обращаюсь? Аудитория проекта

- Не думайте об абстрактной «человеческой массе»
- Сосредоточьтесь на образе реального человека
- Представьте себе определенный тип мужчины или женщины, такой, у которого проект получит отклик
- Поймите этих людей. Что их волнует, радует, пугает?

Совет:

Разговаривайте с реальными волонтерами, участниками проекта, членами организации, спонсорами

Фандрайзинг: «Кто?», «Чем?» и «Как?»

- **Коммерческая фирма – спонсор:** финансовое участие в проекте и/или предоставление материальных ресурсов. Цель – продвижение своих товаров и услуг в целевой аудитории (спонсорское предложение, «спонсорский пакет»)
- **Организация, учреждение – благотворитель, соорганизатор мероприятия,** предоставление помещения, питание и др. материальных нефинансовых ресурсов. Цель – имидж (личное письмо-обращение)
- **СМИ – информационный партнер,** информационный спонсор
- **Частные лица – живые люди,** волонтер на разовое мероприятие, член организации с постоянными конкретными обязанностями.

ШАГ 3.

Как донести просьбу?

Способы и формы
подачи информации



Публичное выступление

Личное обращение

Объявление

Презентация

Пресс-релиз

Листовка

Письмо

Статья

Принцип «Три в одном»

- **Обращение с конкретной просьбой**
«В чём вы нуждаетесь»
- **Описание мероприятия**
«Что и для кого планируете сделать»
- **История проекта, организации или инициативной группы**
«Рассказ о деятельности, прошлых успехах»

«Вам письмо»



Обращение с конкретной просьбой
Личное обращение

Описание мероприятия
Пресс-релиз
Объявление

История проекта
Презентация
Статья

Инструкция 3

При подготовке информационных сообщений используйте приёмы копирайтеров

- Люди обычно спешат: решение «читать или не читать» они примут с первого взгляда. И это будет взгляд либо на заголовок, либо на иллюстрацию
- Цель заголовка в том, чтобы удержать и вовлечь всех, в ком вы заинтересованы
- Выбирайте только качественные фотографии: яркие, с удачной композицией, с хорошим разрешением
- Кроме выражений «Мы можем, мы делаем...» чаще используйте «Вы получите, вы станете, вы сможете»
- Избегайте «канцеляризмов». Реальная история спасения жизни действительно мотивирует на принятие решения, а сухой официальный стиль – отпугивает, вызывает недоверие

Пациенты онкологических и гематологических центров постоянно нуждаются в донорской крови.

Постоянно.



Только в Москве это -
1000 пациентов.
ЕЖЕДНЕВНО



Инструкция 4

Каждый текст, каждая информация и сообщение готовятся с определенной целью и решают конкретные задачи

- Что мы ждём от читателя?**

**Призывайте к
конкретному
действию**

Пациенты онкологических
и гематологических центров постоянно
нуждаются в донорской крови.

Постоянно

**Спаси жизнь,
стань донором крови
19 декабря**

**Приходи,
и уже завтра
ты станешь
его героем!**



Совет

Используйте электронную почту для организации регулярной рассылки информации

- Собирайте e-mail адреса заинтересованных людей. Ведите базы этих данных. Найдите возможность автоматизировать рассылку.
- При каждом знакомстве интересуйтесь, можно ли прислать в рассылке информацию.
- Не будьте навязчивы, но будьте внимательны.
- Делитесь позитивной информацией

*«Магической формулы»
успешного фандрайзинга
не существует.*

*Нет гарантированного
способа привлечь ресурсы
или получить деньги.*

Однако...

Что поможет дарителю и спонсору принять положительное решение?

- Ясность и понятность просьбы
- Открытый доступ к информации
- Известность. Название. Авторитет
- Участие в мероприятии значимых лиц
- Отзывы тех, кто вас уже поддерживает

В своём желании получить результат:

будьте упорны,

действуйте последовательно,

не останавливайтесь на достигнутом

P.S.

Будьте признательны!

Если кто-то помог вашему начинанию

- нужно быть чутким, найти слова самой глубокой и искренней благодарности, не просто рассказать на мероприятии о чьём-то бескорыстном участии, а придумать, как выразить свою признательность.