



ШКОЛА ОРГАНИЗАТОРОВ 2017

Внешние связи и фандрайзинг

Контактная информация спикера
Дарья Николаева

<https://vk.com/ddnikolaeva>



8-911-236-24-56



volkovadariad@gmail.com



Фандрайзинг (fund-raising) — (сбор средств) целенаправленный систематический поиск спонсорских (или иных) ресурсов для осуществления социально значимых проектов (программ, акций) и поддержки социально значимых институтов.

Цель мастер-класса: привлечь участников проекта Школа организаторов к работе по направлению Внешние связи и фандрайзинг.



Задачи мастер-класса:

- обучение грамотным и эффективным коммуникациям с партнерами
- Обучение основам поиска и мотивации партнеров конкретно для мероприятий Горного университета

КОГО ИСКАТЬ?

Коммерческие организации, государство, учреждения, коммерческая деятельность

частные лица, муниципальные собственная



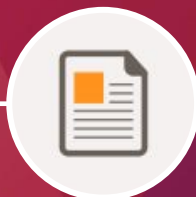
ГДЕ ИСКАТЬ?

Личные контакты, интернет, визитки, афиши мероприятий, новые организации, розыгрыши, мероприятия других университетов, паблики вроде «Бесплатный питей», собственная база партнеров



КАК ИСКАТЬ?

Электронные письма, сообщения в соц. сетях, телефонные звонки, личные встречи.



ЧЕМ ЗАМОТИВИРОВАТЬ?

Реклама, дополнительная целевая аудитория, новые идеи, польза для общества, приглашение в жюри, благодарственные письма.



Основные блоки работы с партнерами

Выявление потребностей проекта

Подготовка партнерского предложения

Выявление потенциальных партнеров

Установка взаимовыгодных отношений

Закрытие проекта

Блок 1. Выявление потребностей проекта

Возможные потребности:

призы, курсы, вода, еда, канцелярия, информационная поддержка, площадки для проведения этапов



Составляем таблицу партнеров для удобства работы и дальнейшего формирования собственной базы

Блок 2. Разработка партнерского предложения

- Реклама в социальных сетях
- Размещение афиш в учебных центрах и общежитиях
- Размещение рекламных материалов (листовки) в аудитории СО, а так же раздача на самом мероприятии
- Включение логотипа партнера в афишу мероприятия
- Включение логотипа партнера в фоновую презентацию
- Объявление о партнере со сцены на мероприятия
- Приглашение партнера в жюри

Блок 3. Выявление потенциальных партнеров

Компании, направленные на студентов; другие университеты

Компании, направленные на молодежь

Компании общего профиля

Блок 4. Выгодные взаимоотношения

Работа с возражениями

Выявляем
причину
сомнения



Опровергаем
сомнения или
частично
соглашаемся



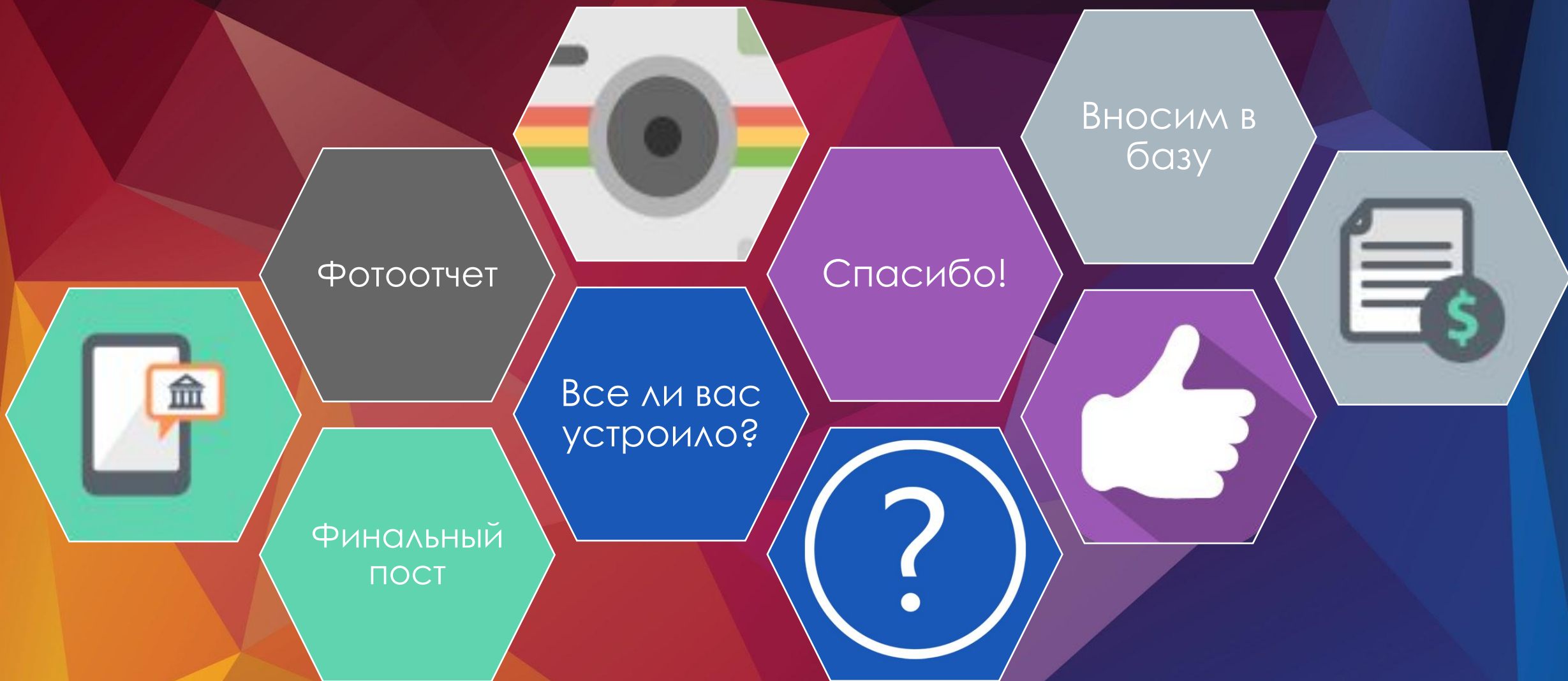
Предлагаем
больше
(«козыри в
рукаве»)



Примеры возражений

- Вы просите слишком много!
- В паблике мало людей
- Предоставляем только за деньги
- Ваша целевая аудитория нам не подходит
- Уже сотрудничали с вами, нам не понравилось
- Расписан бюджет
- Просто игнор

Блок 5. Закрытие проекта



Основные ошибки



- неясные обращения;
- неполное понимание концепции мероприятия;
- проект не вписывается в сферу интересов;
- просите в срочном порядке (оптимально – три недели до мероприятия);
- необоснованно большие требования;
- невозможность предоставить доп. информацию;
- плохо подготовленный доклад;
- опоздание на встречу;
- звонки партнеру без четко поставленной цели;
- отрицательные комментарии по поводу других проектов;
- невыполнение условий;
- запоздалые или неудачные отчеты

Полезные советы



- Хорошо установленный контакт с главным информационщиком мероприятия
- Дедлайны
- Запасные партнеры
- Презентабельный внешний вид

The background is a complex, low-poly geometric pattern. It features a color gradient that starts with dark red and maroon tones on the left, transitions through purple and magenta in the center, and ends with various shades of blue on the right. The shapes are irregular polygons of varying sizes, creating a textured, crystalline appearance.

ПРАКТИКА