

Фундаментальные причины по которым люди отдают деньги

- Сделка - у вас есть что-то нематериальное, какая-то услуга, которую вы им оказываете (репутация, связи, развлечение, интересное общение)
- Принадлежность к сообществу – «круто быть» в сообществе
- Спонтанный эмоциональный порыв
- Память о прошлом, личное участие в каком-то событии
- Необходимость оставить след/оставить память о себе
- Чувство вины (богатые-бедные) – помощь тем, кто беднее тебя
- Осознанный вклад в общество, развитие институтов

Причины, по которым организации отдают деньги

- У них есть бюджет на программную деятельность и его нужно освоить
- Сделка - у вас есть что-то нематериальное, какая-то услуга, которую вы им оказываете (PR или репутация, молодые выпускники, влияние, вы можете решить их проблему)
- Поддержание связей на личном уровне, ваша полезность в будущем
- Деньги дает не организация, а частное лицо, пусть даже из бюджета организации

Что может сделать дебатный клуб

Организации

- **Родной институт** – самая важная для вас организация (на этом можно закончить) – ректорат, кафедры, профсоюзы или организации, которые занимаются студенческой активностью.
Помещение и площадка!
- **Организации, родственные дебатам** – юридические, консалтинговые, тренинговые, образовательные и политические организации
- **Коммерческие организации и медиа** – преимущественно за пиар или услугу, могут давать мелочи бесплатно
- **Специализированные фонды** – российские и международные. *Но надежды мало.*

Люди

- **Выпускники дебатов** – могут помочь лично или познакомить с организациями №2 + могут помочь с более серьезным фандрейзингом
- **Дебатное движение в целом** – всяческий краудфандинг для небольших целей
- **Студенты собственного ВУЗа** – широкий краудфандинг через интернет-площадки (типа planeta.ru), если вы придумаете что-то интересное.
- **Коммерческая деятельность** – книжечки, футболочки, сувениры, плюшки и чай – **не нужно бояться**

Общие принципы

- Кто-то должен регулярно заниматься. Занимаетесь этим реже, чем раз в 3 недели – забейте.
- Составить четкий план в письменном виде и понять, что вам нужно. Если есть четкий план – продвигать и продавать легко
- Зачем вам деньги, собственно? Очень часто ресурс можно получить напрямую или привлечь волонтеров, это проще
- Фандрейзинг – длинная история, а не просто, сейчас быстро подсоберем за 2 дня перед турниром
- Холодный фандрейзинг с организациями не работает! Фандрейзинг – это капитализация отношений, а их нужно построить.
- С людьми работает, если вы смогли их эмоционально зацепить. Но и с людьми – лучше, если они вовлечены
- Фандрейзинг с организациями (и собственным ректоратом) – длительный процесс, в идеале вам нужно 3 встречи по другим поводам, прежде, чем вы запросите поддержку
- Вам не обязательно (и даже не нужно) просить самому. Статус решает. Можно (и нужно) просить более уважаемого товарища сходить на встречу вместе с вами
- Главное – активность, если есть активность, то все приложится