

# Фандрайзинг за 15 минут, или....

**Ольга Каверина, МРА**

Менеджер по развитию  
Фонд развития некоммерческих  
организаций «Школа НКО»

28 ноября 2009  
Учебный Центр Нахабино



# Источники средств НКО в РФ: статистика

- 46 % - корпоративные пожертвования
- 10 % - частные пожертвования
- 8% - доход от предпринимательской деятельности
- 7 % - иностранные гранты
- 1 % - государственная поддержка
- 27 % - иные источники

# Источники средств/ресурсов

## ■ Традиционные источники:



гранты



бизнес



частные лица



мероприятие



государство

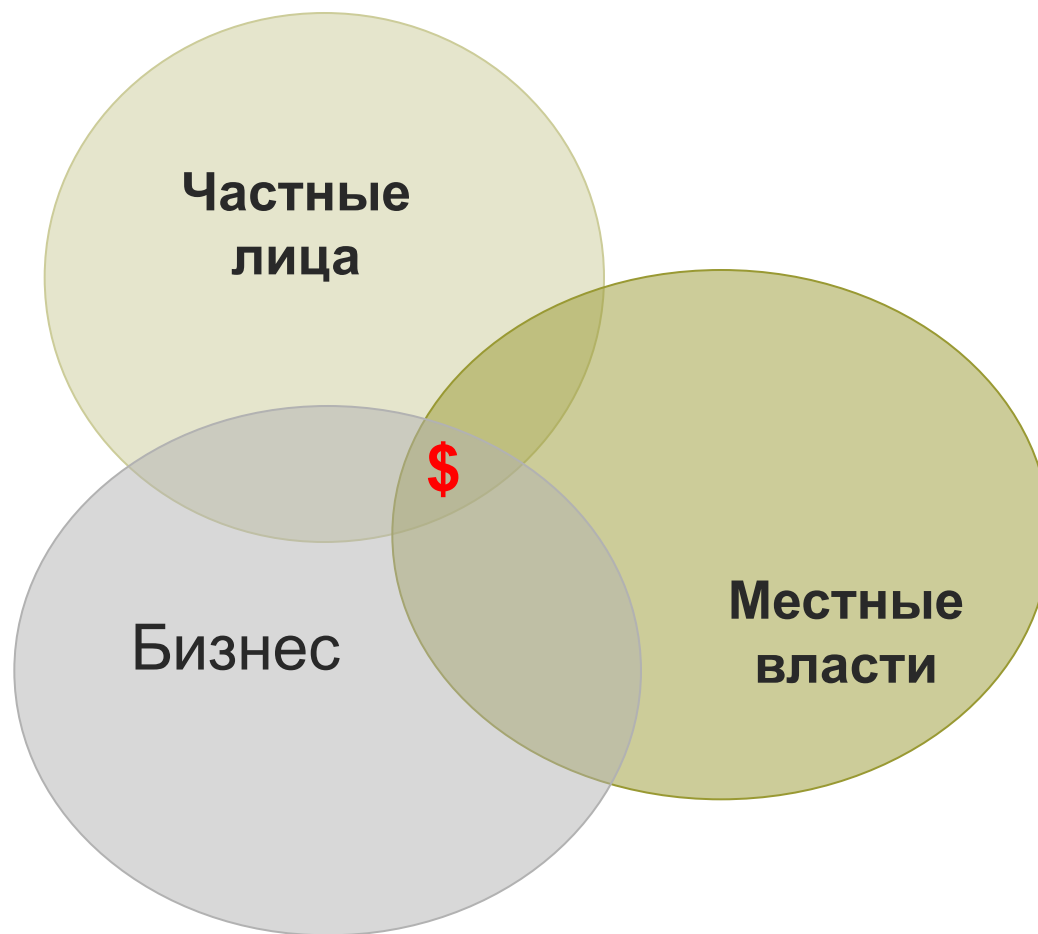
} Более предсказуемый и управляемый сектор

## ■ Нетрадиционный для России источник: свой бизнес, целевой Капитал



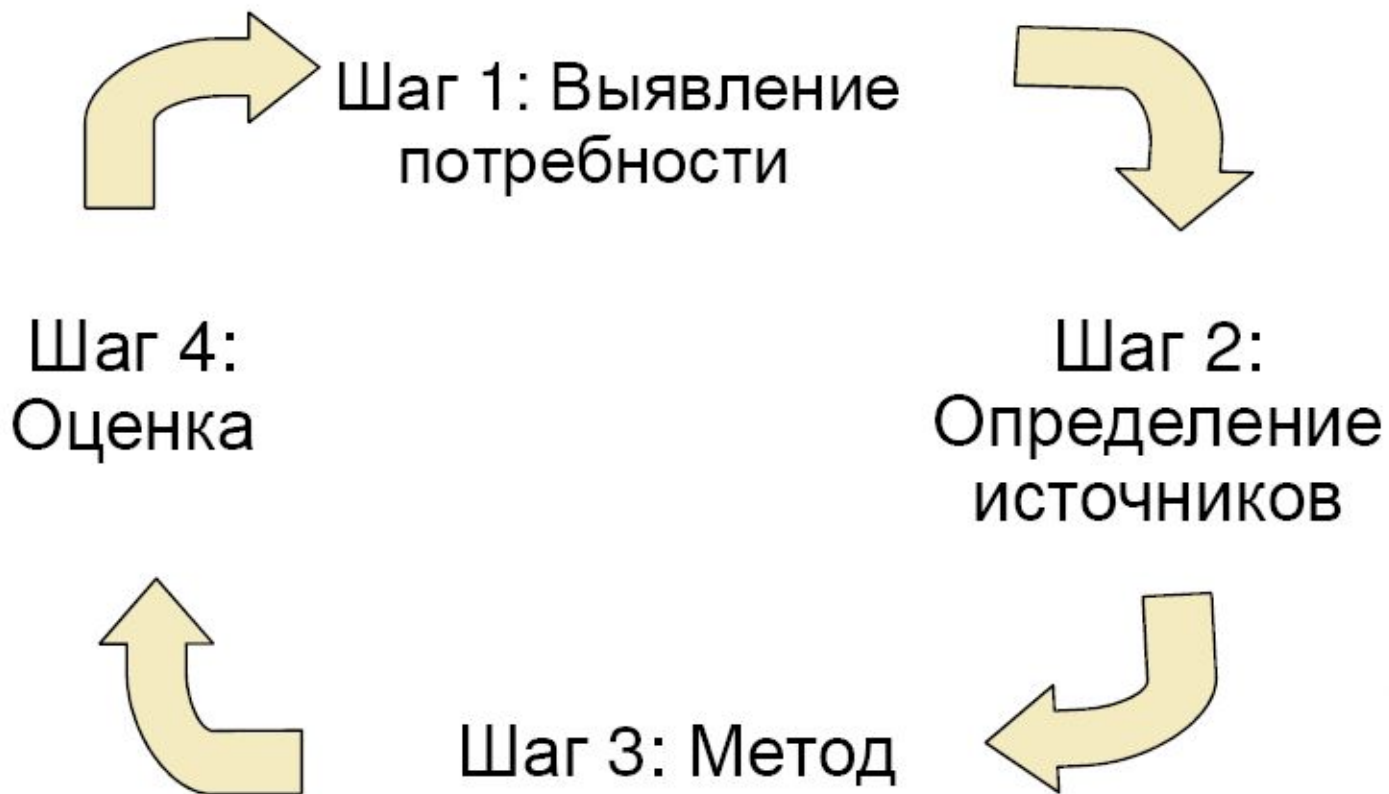
Фонд развития  
некоммерческих организаций  
Школа НКО

# «Откуда деньги, Зин?»



Фонд развития  
некоммерческих организаций  
Школа НКО

# Цикл фандрайзинга



# Методы фандрайзинга

- Государство и Грантодающие организации - заявки
- Бизнес – личная встреча, мероприятия
- Частные жертвователи – акции, письма прямой рассылки, мероприятия, СМИ, ящики, Интернет, смс, социальные сети
- Доход от деятельности – эндаумент, предоставление товаров и услуг

# Кто такие фандрайзеры

Фандрайзер — это человек, привлекающий средства на благотворительные или коммерческие проекты

## Характеристики успешного фандрайзера:

- Уверенность в необходимости решения конкретной проблемы
- Знание путей решения проблемы
- Коммуникабельность
- Презентационные навыки
- Ресурсность
- Умение считать деньги и здоровый аппетит к деньгам
- Творческий подход к решению проблем
- Знания и опыт в области маркетинга, продаж, связей с общественностью
- Личная мотивация

# Мотивация Донора

- Желание помочь
- Не мог отказать в просьбе
- Это доставляет радость («...как деньги, еда, секс»)
- Подражание кому-то
- Чувство вины
- Налоговые льготы
- Признание
- ПРИВЫЧКА, которую сформировали ВЫ



# Зачем бизнесу сотрудничество с НКО

- Аргументы в рамках КСО
- Требования общества
- Имиджевые интересы
- Интересы в области связи с общественностью
- Социально-ориентированный маркетинг

# КСО

Что такое социальная ответственность бизнеса?

Ответственность бизнеса перед обществом, т.е. действия компании за рамками ее коммерческой деятельности, например, защита окружающей среды, забота об интересах сотрудников, соблюдение правил этики в торговле и участие в жизни местного сообщества на территории, где действует компания.

Социальная ответственность бизнеса – один из главных мотивов спонсорства или благотворительности

# Особенности КСО в России

Самые важные признаки социального поведения в ответах руководителей\*:

- социальная защита сотрудников и их семей (24%)
- помощь в решении социальных проблем (24%)
- соблюдение законов (15%)
- обеспечение рабочих мест (11%)
- обеспечение достойной заработной платы (11%)

\* По данным исследования Ассоциации менеджеров

# Приоритеты социальных программ российских компаний

- 1) Охрана здоровья и безопасные условия труда персонала
- 2) Развитие персонала
- 3) Природоохранная деятельность и ресурсосбережение
- 4) Добросовестная деловая практика
- 5) Развитие местного сообщества

Источник: «Социальный портрет Российской компании» Ассоциация менеджеров России, 2003

# Мероприятие! Внимание!

Участники приходят на мероприятие потому что получают **удовольствие** от содержания самого мероприятия, его сути.



За это **удовольствие** они готовы расставаться со своими **деньгами**



Благотворительный характер мероприятия не является главной причиной для его участников лишь **повышает мотивацию** к участию и даёт возмож **повысить «цену»**.

# «Продажа» = привлечение средств

- Наша цель – собрать средства
- Об этом надо говорить прямо и понятно участникам, бизнесу, СМИ, властям, т.е. всем стейкхолдерам.
- Донору должно быть понятно **ЗАЧЕМ** нужны эти средства
- Необходимо представить проблему с использованием реалий и статистики местного уровня, т.к. людям это ближе понятнее.

# Ваши материалы содержат

- **Факты и статистику** о проблеме
- Эмоциональный рассказ о **конкретных людях**, которым нужна помощь или помогли
- **Фотографии**
- **История успеха** подобных мероприятий в прошлом
- **Поддержка** местных властей, знаменитых людей, крупных сми.

**Постарайтесь ответить на скрытые вопросы донора:  
зачем мне это? почему я должен внести пожертвование?**

- **Название, время и место мероприятия**
- **Цели: не бойтесь написать – «Сбор средств на...»!!!**
- **Условия участия или просьбы о поддержке**
- **Чёткая инструкция «Как сделать пожертвование»**
- **Кто организатор, контакты**

# Стимуляция пожертвований на мероприятия и после

- «Продажа» сувениров
- Призывы ведущих, звёзд, властей
- Счётчик пожертвований в реальном времени
- Собирайте эл. адреса (Барак Обама!)
- Рассылайте участникам фото отчёты о мероприятии и собранных средствах
- Рассылайте участникам отчёты о том, какую пользу принесли собранные средства
- Рассылайте просьбы о новых пожертвованиях

**Подготовьте власти к идее сбора частных пожертвований**



# Кто жертвует и не жертвует? Почему?

- В России 80% благотворительных средств приходит от компаний
- В США 85% благотворительных средств жертвуют частные лица
- В 2009 г. В России обозначилась тенденция к увеличению доли пожертвований от частных лиц
- Около 40% опрошенных в России и Украине указали, что они не жертвовали на благотворительность, потому что и никто не просил

# Инструменты привлечения средств от частных лиц

- Онлайн
- Ящики или кружки для пожертвований
- Открытки и сувениры
- Банковские переводы: разовые и регулярные списания со счёта

# Выстраивание отношений с донором

- Взаимоотношения
- Fundraising = “Friend raising”, или «не имей сто рублей...»
- С донором как с невестой:
  - выбор
  - ухаживание
  - предложение
  - брачный контракт
  - свадьба
  - жили они долго и счастливо ИЛИ не сошлись характерами

# 9 принципов фандрайзинга

- Люди жертвуют людям, не организациям
- ЗАРАНЕЕ найдите Вашего донора, как лучшего друга
- Просите на возможности, а не на нужды
- Принцип Паретто 80:20
- Планирование (3-х летний план)
- Постоянный анализ сделанного
- Творчески подходите к процессу – «успех» заражает
- Говорите правду – репутация дороже денег
- Спрашивайте
- Благодарите

# СПАСИБО

**Ольга Каверина, МРА**

Менеджер по развитию

Фонд развития некоммерческих  
организаций «Школа НКО»

+7 (495) 792 5988

[kaverina@ngoschool.ru](mailto:kaverina@ngoschool.ru)

<http://ngoschool.ru>

