

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

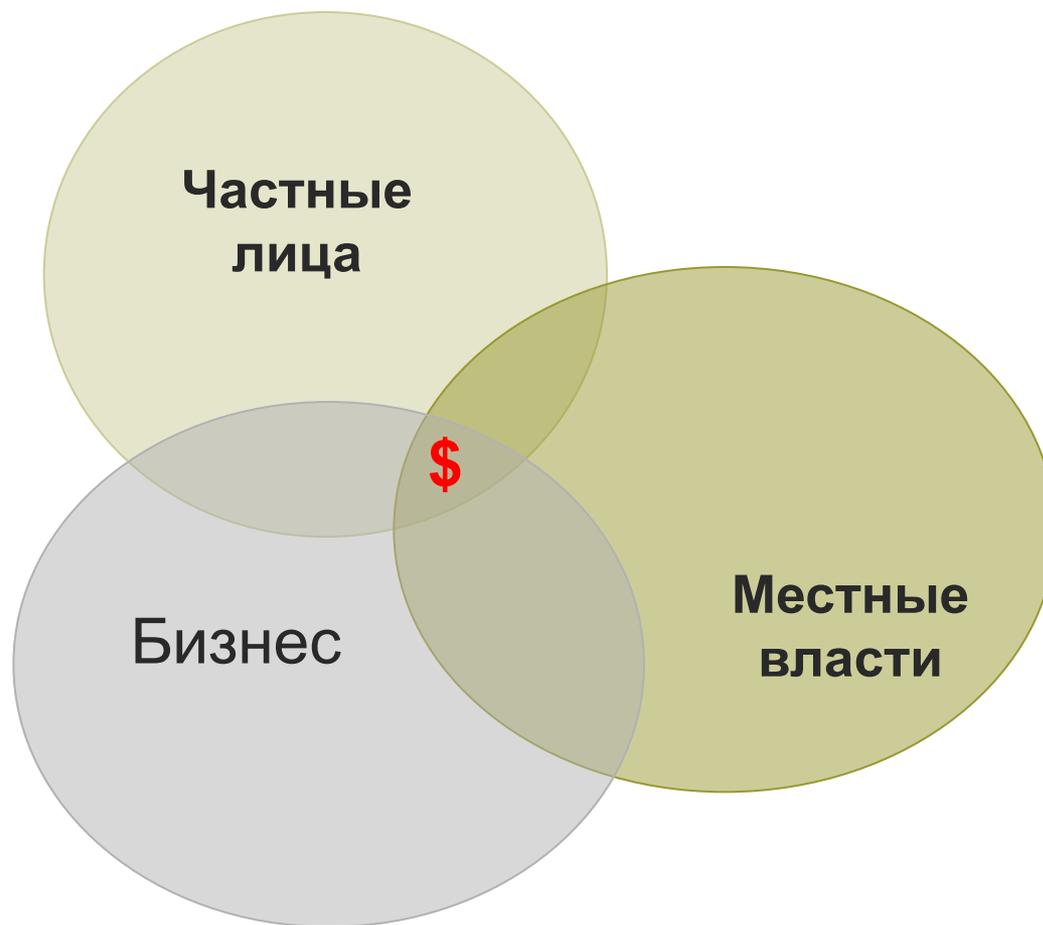
} Более предсказуемый и управляемый сектор

■ Нетрадиционный для России источник: свой бизнес, целевой Капитал



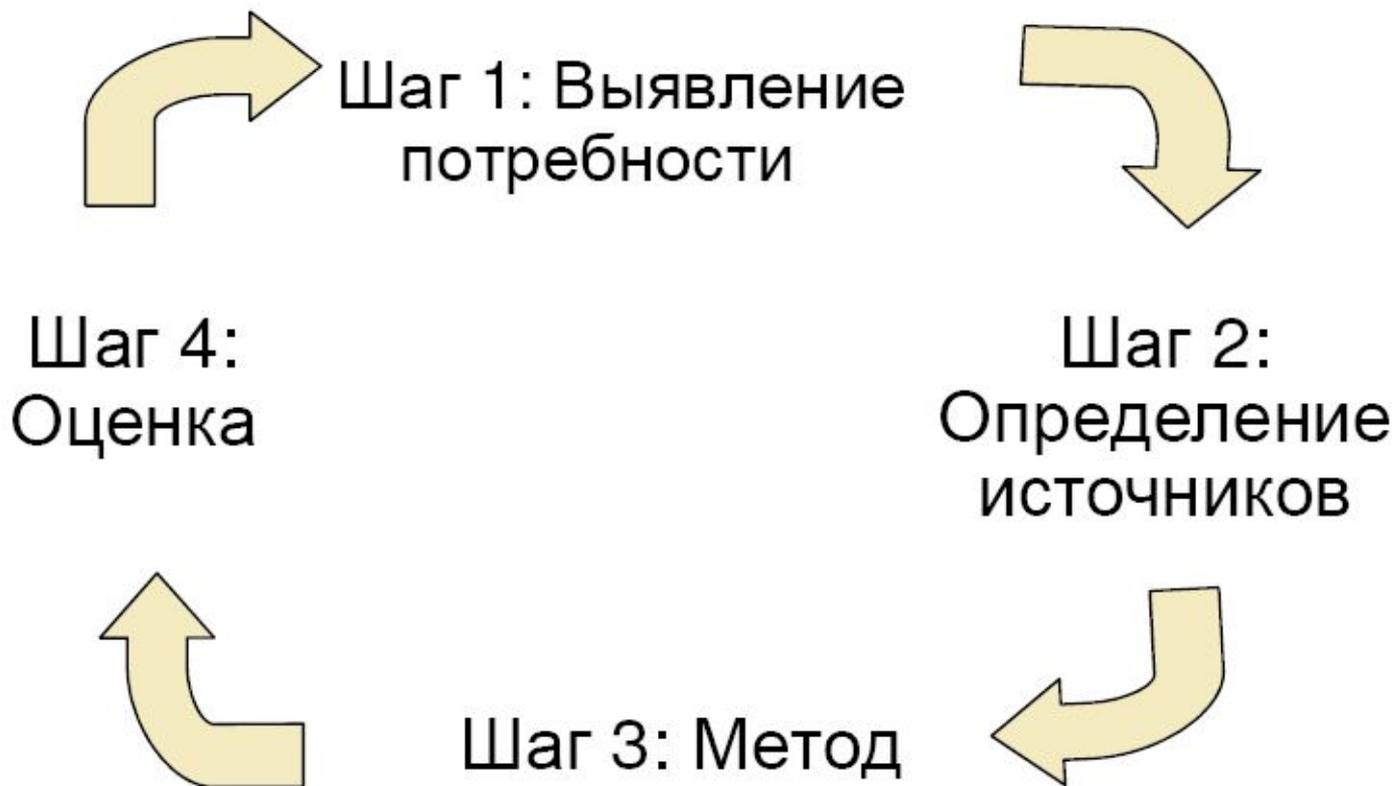
Фонд развития
некоммерческих организаций
Школа НКО

«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

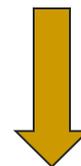
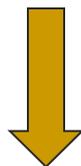
Источник: «Социальный портрет Российской компании» Ассоциация менеджеров России, 2003

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, конданные**

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

<http://ngoschool.ru>

