



МИЛОСЕРДИЕ

ФАНДРАЙЗИНГ – привлечение средств на социальные проекты



Закладываем фундамент

❑ Сайт

- Большая красная кнопка «Помочь»
- Все современные способы пожертвований
- Жизнь

❑ Социальные сети

- Жизнь проектов
- Контент «для интереса»
- Просьбы, благодарности, анонсы

❑ База данных жертвователей

- Делайте e-mail рассылки
- Благодарите
- Поздравляйте
- Приглашайте

Цикл привлечения средств

Оценка потребностей:

- *На что?*
- *Сколько и каких ресурсов?*
- *Как просить или Почему это важно благотворителю?*

Благодарность и отчет (!), выводы

Выбор благотворителей
Кто?
Как обратиться?

Обращение



Отказ или пожертвование

Правила привлечения средств

1. НЕ ПОПРОСИШЬ – НЕ ДАДУТ

Правила привлечения средств

2. Эффективность привлечения средств измеряется только привлеченными ресурсами

НО необходима не только тактика, но и стратегия:

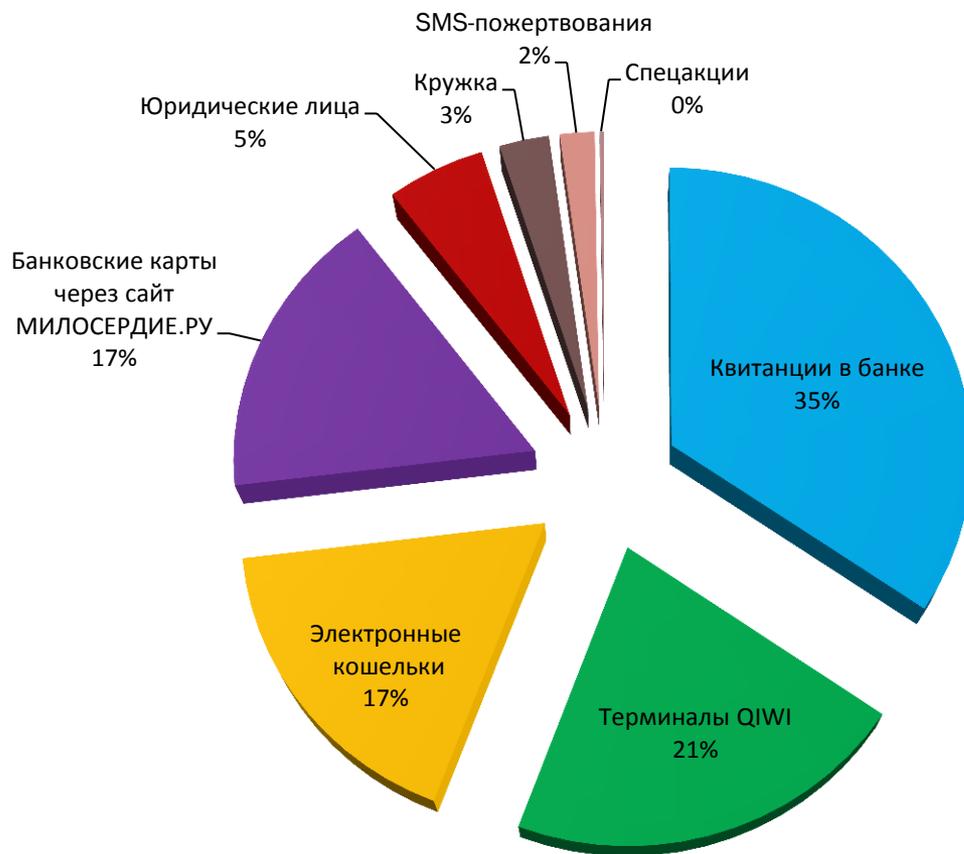
- Увеличение узнаваемости – новые жертвователи
- Поддержание лояльности – имеющиеся жертвователи

Правила привлечения средств



3. УВЕЛИЧИВАЙТЕ УЗНАВАЕМОСТЬ

Правила привлечения средств



**4. ДЕЛАЙТЕ
ПЕРЕХОД НА ЭТАП
ДЕЙСТВИЯ
МАКСИМАЛЬНО
УДОБНЫМ**

Правила привлечения средств

5. ПОДДЕРЖИВАЙТЕ ЛОЯЛЬНОСТЬ

Общайтесь и дарите «подарки»:

- Рассылки с новостями проекта
- Письма с благодарностью,
- Поздравления с Днем рождения, Днем Ангела, Пасхой, Рождеством и др. праздниками,
- Приглашения на мероприятия,
- Маленькие сувениры с «якорьками» – магниты, блокноты, календарики и пр.

Правила привлечения средств

6. ИЗМЕРЯЙТЕ РЕЗУЛЬТАТ И ВЛОЖЕНИЯ



Эффективность каждого действия должна быть измерена.
Если не работает, делайте что-то другое.

Основные виды привлечения пожертвований

- Привлечение частных пожертвований
- Привлечение денег бизнеса
- Гранты, субсидии

Привлечение частных пожертвований

- Ящики для пожертвований
- Благотворительные мероприятия и акции
 - Адресные (почтовые) рассылки
- Совместные акции с бизнес-компаниями, вовлекающие сотрудников: процент с зарплаты и т.п.
- Индивидуальный фандрайзинг – пожертвование вместо подарка на День рождения, фонды памяти
 - Завещательные дарения

Ящики для пожертвований

Плюсы:

- Работают сами по себе
- Многофункциональны (можно использовать на акциях, для сбора анкет, проведения лотерей и т.п.)

Минусы:

- Процедура установки на «чужой» территории
- Необходимость соблюдения порядка выемки и учета
- Суммы пожертвований в одном ящике невелики
- Очень сложно собрать базу данных жертвователей

Ящики для пожертвований

Важно:

- Устанавливать ящики не только у себя, но и в дружественных офисах, магазинах и пр. Чем больше ящиков, тем выше сумма сборов
- Использовать ящики для сбора базы данных жертвователей – например, положить анкету и попросить ее заполнить в обмен на календарик, магнит, рассылку и т.п.
- Размещать отчеты об использовании. На сайте, на страницах в соцсетях и т.д.

Благотворительные мероприятия и акции

Плюсы:

- Простор для творчества
- Большие возможности заявить о себе, сформировать узнаваемость
- Возможность покрыть расходы на организацию за счет благотворительных средств

Минусы:

- Высокая ресурсоемкость (время, люди, деньги, техническая база, вкл. разработку сайтов и пр.)
- Зависимость от внешних условий (погода, пробки и пр.)
- Риск собрать мало пожертвований при больших вложенных усилиях

Благотворительные мероприятия и акции

Рождественская ярмарка

Место и время: Димитриевская школа, 25 декабря

В программе: выпечка, поделки, мастер-классы, аукцион

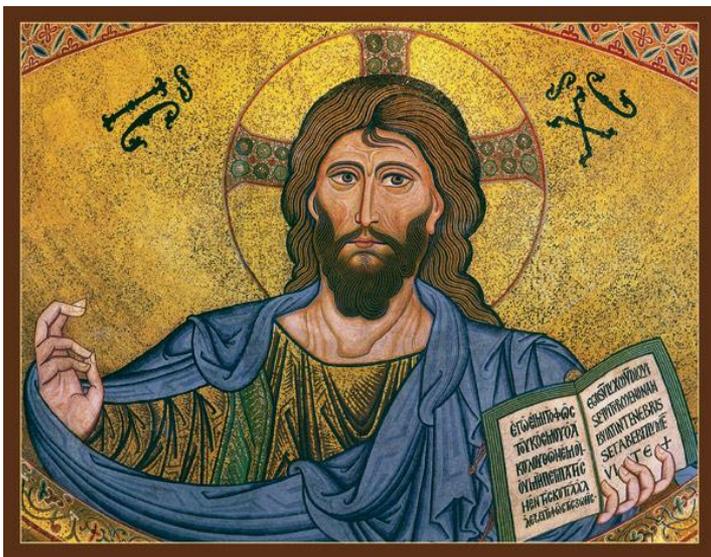
Собрано средств: **243 000 рублей**



Благотворительные мероприятия и акции

- Именной кирпич
- Сусальное золото
- Пожертвование на образ
- Крупные пожертвования: на иконостас, на украшение придела и т.п.

Возможно проведение как «вживую», так и онлайн.
Наиболее эффективно сочетание двух подходов



Пример: <http://www.hrampokrov.ru>

Благотворительные акции в ТЦ

- Акция в поддержку многодетных семей

«Соберем детей в школу»

Место и время: ТЦ Семеновский, 31 августа и 1 сентября.

Собрано средств: 160 тыс руб. и 15 тележек с канцтоварами.



- Акция в поддержку выездной паллиативной службы

Место и время: ТЦ Семеновский, 23 июля

Собрано средств: 79 тыс. руб. и около 400 товаров.

Благотворительные акции в ТЦ



Благотворительная акция в ТЦ 'Семеновский'.mp4

Ежегодный праздник благотворительности Белый цветок 2015

- Собрано более 2,5 млн. рублей.
- Вложено в организацию – около 500 тыс рублей.
- Добровольцы: около 300 человек.
- Посетили праздник: около 3 тыс. человек.



Благотворительные акции - онлайн



- Вместо сайта можно создать страницы в социальных сетях
- Собирайте базу данных!



Продолжительность: 1 месяц

2011

- 5 регионов России
- более 24 500 подарков

2012

- 14 городов России, а также Белоруссия и Цхинвал (Южная Осетия)
- более 35 000 подарков

2013

- 21 город России
- более 41 000 подарков

2014

- 26 городов России
- более 44 000 подарков

2015

- 28 городов России
- более 43 000 подарков



Благотворительные акции - онлайн

 МИЛОСЕРДИЕ

акция  *На Пасху!*

ГЛАВНАЯ

КТО ПРОВОДИТ АКЦИЮ

КАК ПРОХОДИЛИ ПОЗДРАВЛЕНИЯ

КОНТАКТЫ



ПАСХА 2014 года:

- 23 070 пасхальных подарков
- 1 761 719 рублей

стоимость подарка – около 60 руб.



Вместо сайта можно создать страницы в социальных сетях. Собирайте базу данных.

1 подарок = маленький кулич, пасхальное яйцо и открытка

2012

стоимость подарка – 50 рублей

- 11 567 пасхальных подарков
- 1 092 919 рублей

2013

стоимость подарка – 60 рублей

- 19 224 пасхальных подарка
- 1 342 710 рублей (сумма превышена на 189 270 рублей)

2014

стоимость подарка – 60 рублей

- 23 070 пасхальных подарка
- 1 761 719 рублей

2015

стоимость подарка – 86 рублей

- 23 102 пасхальных подарков
- 1 961 660 рублей



Вместо сайта можно создать страницы в социальных сетях. Собирайте базу данных.

Благотворительные мероприятия и акции

Важно:

- Собирайте не только деньги, но и вещи. Устраивайте акции по сбору одежды, продуктов, средств гигиены, даже мебели и медицинской техники
- Собирайте на мероприятиях базу данных жертвователей. Используйте анкеты
- Используйте приглашения на мероприятия как подарок благотворителям
- Приглашайте СМИ (например, местные газеты, кабельные каналы, представителей сайта района или города)

Адресные (почтовые) рассылки

Плюсы:

- Источник самых лояльных жертвователей
- Хорошо рассчитываемая эффективность

Минусы:

- Дороговизна
- Требуется много времени
- Часто работает со 2го или 3го раза

Адресные (почтовые) рассылки

Важно:

- Создавайте свою базу данных жертвователей. Собирайте контакты везде, где можете (легально 😊).
- В письмо нужно обязательно вкладывать готовую квитанцию или инфо о других удобных способах – смс, онлайн пожертвования, киви и пр.
- Письмо должно быть в конверте. Иначе будет тут же выброшено
- Помните, что холодные рассылки очень малоэффективны. Нередки случаи негативной реакции.

Общие принципы сбора частных пожертвований

- Просите о пожертвовании в тот момент, когда люди получают или отдают деньги. Пример – свечной ящик в церковной лавке.
- Визуализируйте цель – разместите фотографию или рисунок храма. Важно пробуждать в людях эмоции.
- Четко и коротко обрисуйте цель сбора средств. Например, нужен ремонт крыши, стоимость 3 млн. рублей, отремонтировать нужно до наступления зимы.
- Сделайте так, чтобы человеку было удобно жертвовать (!)
- Обязательно отчитывайтесь перед благотворителями. Не только в виде таблиц, но и с помощью фото и видеоотчетов, сообщений в соцсетях, объявлений на досках и т.п.
- Работайте над лояльностью жертвователей. Объясняйте, насколько важны регулярные пожертвования. Создавайте и поддерживайте сообщества «друзей милосердия»

Привлечение денег бизнеса

- «Чистая» благотворительность
- Партнерство
- Спонсорство

Привлечение денег бизнеса

Этапы работы с бизнес-компаниями:

- Поиск
- Переговоры
- Заключение договора/получение разового пожертвования
- Благодарность и отчет
- Поддержание отношений

Привлечение денег бизнеса

□ Поиск

Шаги:

1. Хорошо разберитесь в своем бюджете, поймите, что именно и в каком объеме нужно. Разделите чисто денежные потребности (например, з/п) и «неденежные» материальные потребности – товары, услуги и т.п.
2. Разбейте бюджет на понятные блоки расходов, ограниченных по времени и сумме
3. Составьте список потенциальных благотворителей. Включите производителей, поставщиков из соответствующих сфер: магазины детских товаров, аптеки, логистические компании и т.п.
4. Поймите, что вы можете предложить в ответ: размещение логотипа/баннера, благодарственное письмо, материалы о сотрудничестве в СМИ и т.п.

Привлечение денег бизнеса

□ Переговоры

Шаги:

- Письмо (почтой либо e-mail) + звонок
- Личная встреча + презентация
- Представление на благотворительном или бизнес-мероприятии
- Привлечение известных людей либо людей с широким кругом знакомств

Важно:

- Понять интересы организации, в которую вы обратились
- Не говорить все время, не «давить на жалость»
- Дать возможность высказаться другой стороне, услышать возможные сомнения и возражения, спокойно и грамотно ответить на них
- Вне зависимости от результата – поблагодарить за время и внимание

Привлечение денег бизнеса

Заключение договора/получение разового пожертвования

С помощью юриста **заранее** составьте базовые документы:

- Договор денежного пожертвования
- Договор на установку ящика для пожертвования
- Договор об оказании безвозмездных услуг
- Форму письма с просьбой сделать пожертвование на фирменном бланке
- Бланк с вашими реквизитами в электронном и печатном виде

Привлечение денег бизнеса

Этапы работы с бизнес-компаниями:

Благодарность и отчет

Обязательно включают в себя:

- Благодарственное письмо на фирменном бланке с подписью руководителя организации
- Финансовый отчет, включающий копии оплаченных счетов, чеков и других первичных документов
- Живой, эмоциональный отчет - фото и видео
- Выполнение взятых на себя обязательств – размещение баннера, логотипа, приглашение на мероприятие, годовой отчет и т.п.

Привлечение денег бизнеса

Этапы работы с бизнес-компаниями:

Поддержание отношений

Включает в себя:

- Благодарность
- Своевременную, качественную отчетность
- Поздравления с праздниками и важными личными событиями
- Рассылки с новостями
- Приглашения на мероприятия
- Обращение с просьбами в рамках оговоренных/негласных временных и денежных ограничений
- Искренний, человеческий интерес 😊

Привлечение денег бизнеса

Важно:

- Наличие внутри бизнес-структуры **энтузиаста** – человека, готового продвигать идеи благотворительности, предпринимать усилия по преодолению возможных препятствий и способного оказать влияние на принятие решений
- Понимание специфики крупного и малого бизнеса. Ограничений международных компаний (как правило, не работают с религиозными организациями)
- Начинайте взаимодействие заранее! Внутри солидных компании всегда требуется соблюдение ряда процедур

Гранты и субсидии

Важно:

- Соответствие проекта одному из приоритетных направлений деятельности фонда
- Креативность, инновационность проекта, возможность его дальнейшего расширения и тиражирования
- Наличие возможностей для со-финансирования проекта
- Наличие рекомендаций – писем поддержки, публикаций в прессе и т.п.
- Своевременная отчетность в соответствии с требованиями грантодателя

Заключение

Привлечение пожертвований – это работа

- ✓ ежедневная
- ✓ планомерная
- ✓ технологичная

- Креатив или рутина? 20/80
- «Ближний круг»
- Отказ – это результат (правило 30-60 контактов)
- Дарим радость добрых дел
- Считаем: расходы $\leq 20\%$ от Σ пожертвований



МИЛОСЕРДИЕ

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



В этом мире есть любовь

Приложение. Терминология.

Фандрайзинг (англ. fundraising), дословно – увеличение ресурсов, сбор денежных средств. Деятельность, направленная на привлечение ресурсов на некоммерческие проекты.

Ресурсы – денежные средства, товары, услуги, помещение, контакты, информация и т.п.

Приложение. Терминология.

Фандрайзер – человек, отвечающий за привлечение ресурсов

Жертвователь – благотворитель, физическое или юридическое лицо, передающее средства безвозмездно и бескорыстно

Партнер - организация, взаимодействие с которой направлено на совместное решение какой-либо социальной проблемы при взаимной активности обеих сторон. Как правило, предполагает долгосрочное сотрудничество

Спонсор - физическое или юридическое лицо, которое обеспечивает поддержку, подобную благотворителю, но не бескорыстную. Как правило, в обмен на рекламу.

НКО – некоммерческая организация

ННО – некоммерческая неправительственная организация

Приложение. Терминология.

Краудфандинг (англ. Crowd – толпа, funding – финансирование) – народное финансирование, «с миру по нитке». М.б. коммерческим и некоммерческим

Краудсорсинг (англ. Sourcing – предоставление ресурсов) – передача производственных функций кругу лиц. Например, решение социальной задачи силами добровольцев