

Ирина Меньшенина

СОБИРАЙ ЛЮДЕЙ – ДЕНЬГИ ПРИДУТ

Осознанный фандрайзинг,
или мастер-книга о том,
как собирать деньги
на благотворительность

CHARITY
SOLUTIONS

ОСНОВЫ ФАНДРАЙЗИНГА В КАРТИНКАХ

ИРИНА МЕНЬШЕНИНА

Автор, консультант,
исполнительный директор
Ассоциации фандрайзеров,
член Association of
Fundraising Professionals

www.i-menshenina.ru

www.charitysolutios.ru

Фандрайзинг

(от английского “fundraising”) - деятельность по привлечению ресурсов в денежных и иных формах для реализации некоммерческих проектов и программ, направленных на общеполезные цели.

Принципы: великолепная семёрка

1. Собирай людей – деньги придут
2. Главное – доверие («кредит доверия»)
3. Не попросишь – не дадут
4. Дают на возможности, а не на нужды
5. Дают не организациям, а людям
6. Завтра начинается сегодня = спираль успеха
7. Будьте щедрыми на благодарности

Благополучатель



НКО

+

ДОНОР

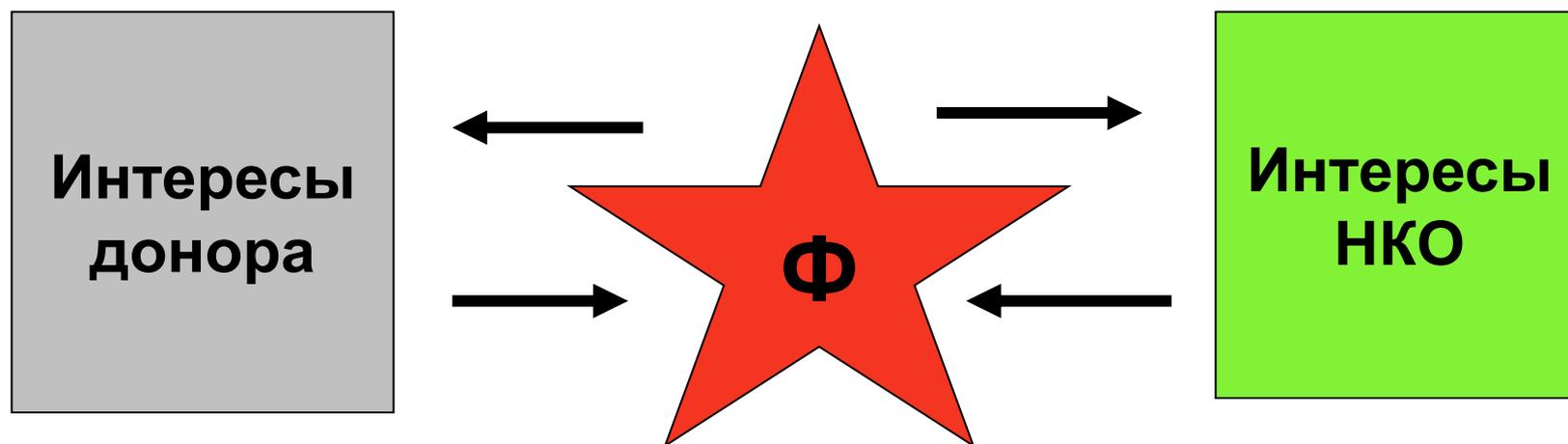
Может помочь,
потому что

- ЗНАЕТ ПРОБЛЕМУ
- ИМЕЕТ РЕШЕНИЕ
- ЕМУ ВЕРАТ БЛАГОПОЛУЧАТЕЛИ
- ЕСТЬ МЕТОДИКИ
ТЕХНОЛОГИИ
ПОМЕЩЕНИЕ
ОБОРУДОВАНИЕ
И ДРУГОЕ

ИМЕЕТ РЕСУРСЫ
и активы

- ДЕНЬГИ
- УСЛУГИ
- ТОВАРЫ
- ВОЛОНТЕРЫ
- КОНСАЛТИНГ
- ПОМЕЩЕНИЕ
- ДОСТУП К
МАССАМ
- ДРУГОЕ

Фандрайзер – «слуга двух господ»



Источники средств в НКО

- Гранты от частных и международных фондов
- Частные лица: массовые доноры
- Частные лица: крупные доноры
- Бизнес (пожертвования, спонсорство, корп.фонды)
- Государство (субсидии, госзаказ)
- Платные услуги
- * Мероприятия (форма, способ)

Выбираем источник средств в зависимости от сути программ НКО: услуги людям, организациям, работа со средой.

(Ten Nonprofit Funding Models, [HTTP://WWW.SSIREVIEW.ORG/ARTICLES/ENTRY/1230/](http://www.ssireview.org/articles/entry/1230/))

Шаг 1: кто вы по типу?

- АДРЕСНЫЕ – «спасатели»
- ПРОГРАММНЫЕ – «провайдеры»
- «АДВОКАТЫ» - «защитники»
- СМЕШАННЫЕ – «сложносочиненные»

Шаг 2: какая у вас тема?

Восприятие темы

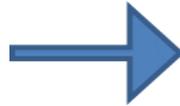
«100%»: много, страшно, жалко,
результат понятен, импульс,
спасай



Стратегия

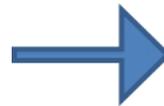
ПРОСИ И ПОЛУЧИШЬ

«0,3%»: неочевидно, непонятно,
не факт, ничего не изменишь,
обеспечивай



РАЗЪЯСНЯЙ ТЕМУ – ПРОДВИГАЙ
БРЕНД - ПРЕДЛАГАЙ ОБМЕН -
ПРОСИ И ПОЛУЧИШЬ

«-15%»: табу, противно, стигма,
сами виноваты



РАЗЪЯСНЯЙ – «УКРАШАЙ» -
ПРЕДЛАГАЙ ОБМЕН –
ПРОДВИГАЙ БРЕНД – УДИВЛЯЙ –
ВОВЛЕКАЙ – РАЗВОРАЧИВАЙ НА
180 – ПРОСИ И ПОЛУЧИШЬ

Шаг 3: кому вы «нужны»? (кроме благополучателей)

- М и Ж
- Возраст
- Интересы
- Образование
- Места обитания
- Количество

Шаг 4: как обратиться к ЦГ?

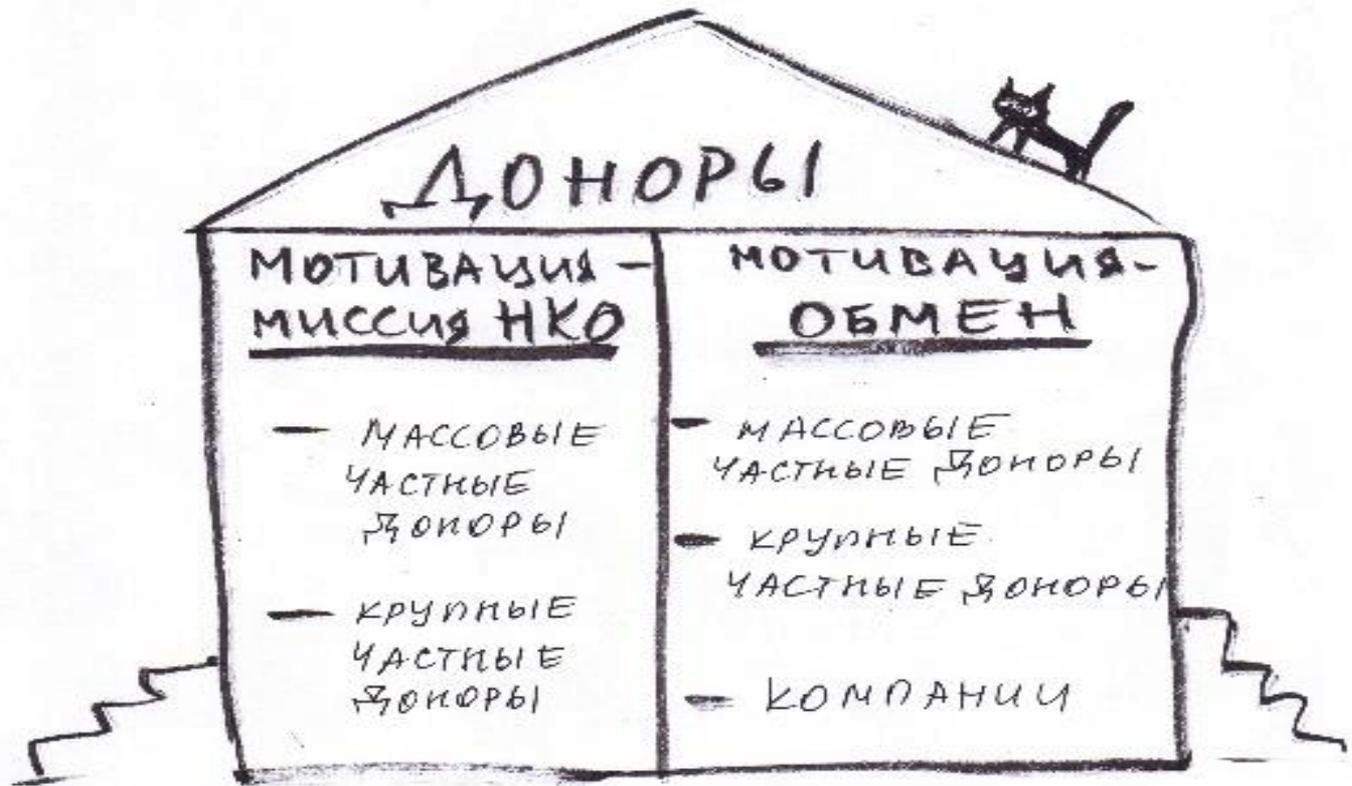
ПРИВЛЕЧЕНИЕ и ВОВЛЕЧЕНИЕ

- Наружные носители - соцреклама
- Порталы и СМИ – лонгриды
- Youtube – видео
- Соцсети – посты
- Платформы – поступки, кейсы, проекты

УДЕРЖАНИЕ

- Рассылки – просьбы
- Рассылки - дайджесты

Два вида доноров



Мотивы людей

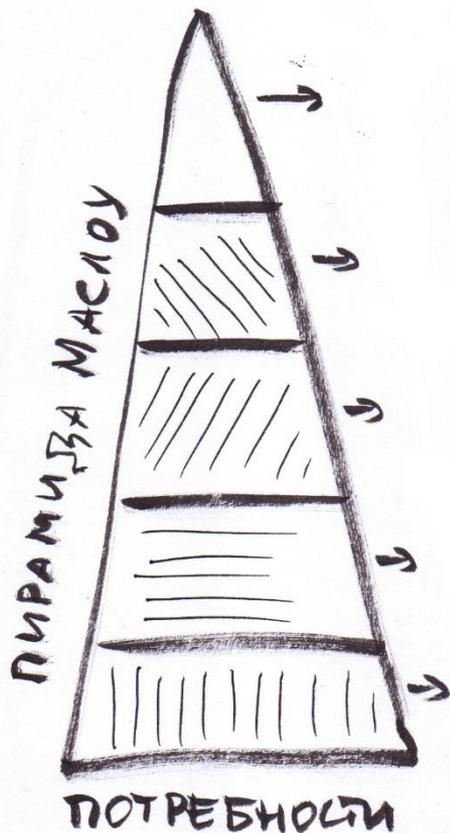
1. Проявление жалости и сострадания.
2. Близко знаком с проблемой и считает необходимым ее решать.
3. Хочет помочь кому-то конкретному.
4. Из чувства благодарности тем, кто помог раньше ему.
5. В системе личных ценностей, человеку нужно отдавать, чтобы чувствовать себя хорошо.
6. С детства воспитан в духе благотворительности, не ставит под сомнение необходимость своего участия.
7. Находится в окружении тех, для кого благотворительность – норма.
8. Подражает кумирам.
9. Получает удовлетворение от личной причастности к положительным изменениям.
10. Сочетает благотворительность с фаном или личным хобби.

Привлечение и удержание – разные этапы работы НКО с людьми



**Целевое действие?
Желаемый результат?**

Пирамида Маслоу



ДУХОВНЫЕ

САМОУВАЖЕНИЕ, САМОИДЕНТИФИКАЦИЯ,
САМОАКТУАЛИЗАЦИЯ

ПРЕСТИЖ

ПОСТИЖЕНИЕ УСПЕХА
САМОУВАЖЕНИЕ, УВАЖЕНИЕ ДРУГИХ, ПРИЗНАНИЕ,
ВЫСОКАЯ ОЦЕНКА, СЛУЖЕБНЫЙ РОСТ

СОЦИАЛЬНЫЕ

ОБЩЕНИЕ, ПРИВЯЗАННОСТЬ, СОВМЕСТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ,
ЗАБОТА О ДРУГОМ, ВНИМАНИЕ ДРУГИХ К СЕБЕ,
СОЦИАЛЬНЫЕ СВЯЗИ

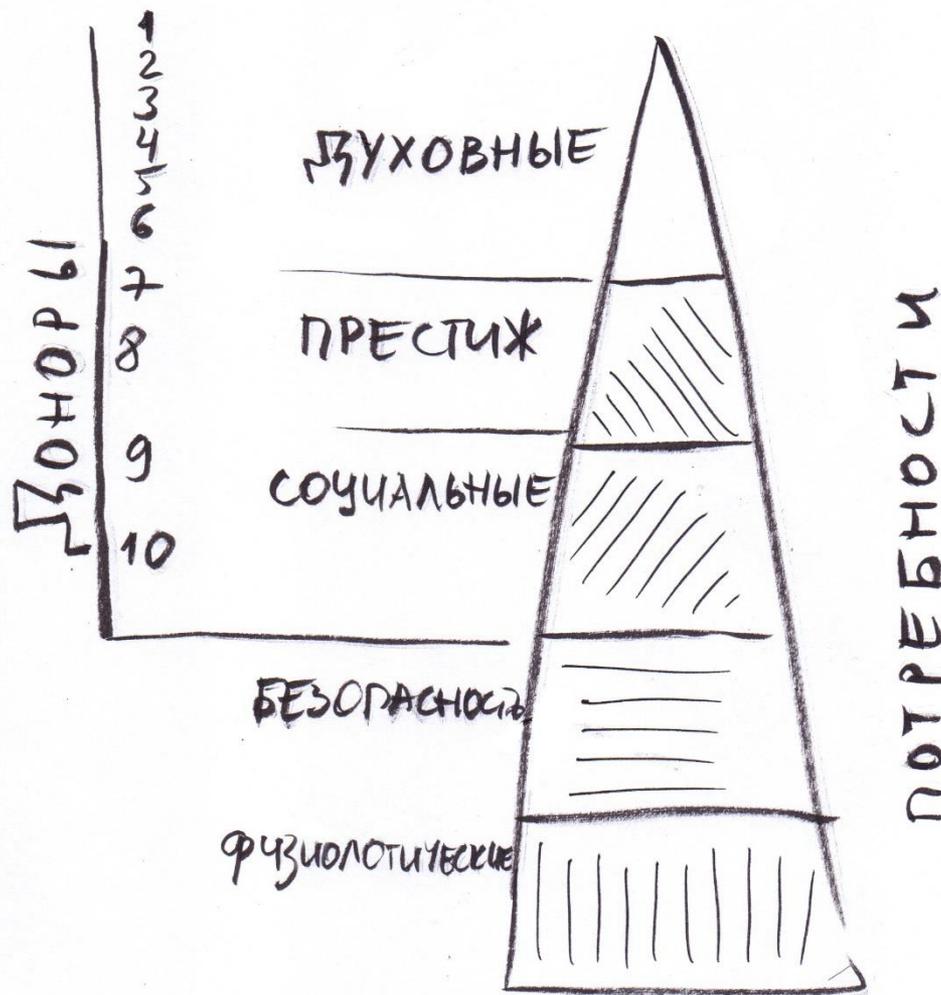
БЕЗОПАСНОСТЬ

КРОВ, КОМФОРТ

ФИЗИОЛОГИЧЕСКИЕ

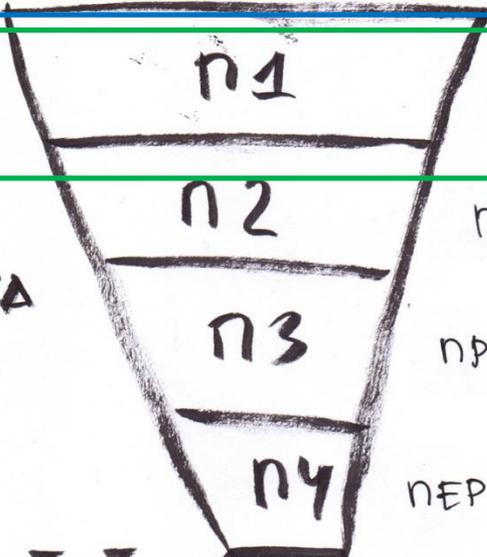
ЕДА, ТЕПЛО, ЗДОРОВЬЕ

Доноры в пирамиде Маслоу



определение целевой группы

п1 ПРОСВЕЩЕНИЕ
ИНВЕСТИЦИИ



ПРОСЬБА

ПРЕДЛОЖЕНИЕ

ПЕРВОЕ ПОЖЕРТВОВАНИЕ

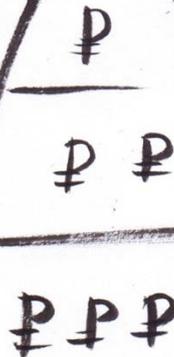
ПЕРВЫЕ ПОЖЕРТВОВАНИЯ

УВЕЛИЧЕНИЕ СУММ
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫХ ВЗНОСОВ

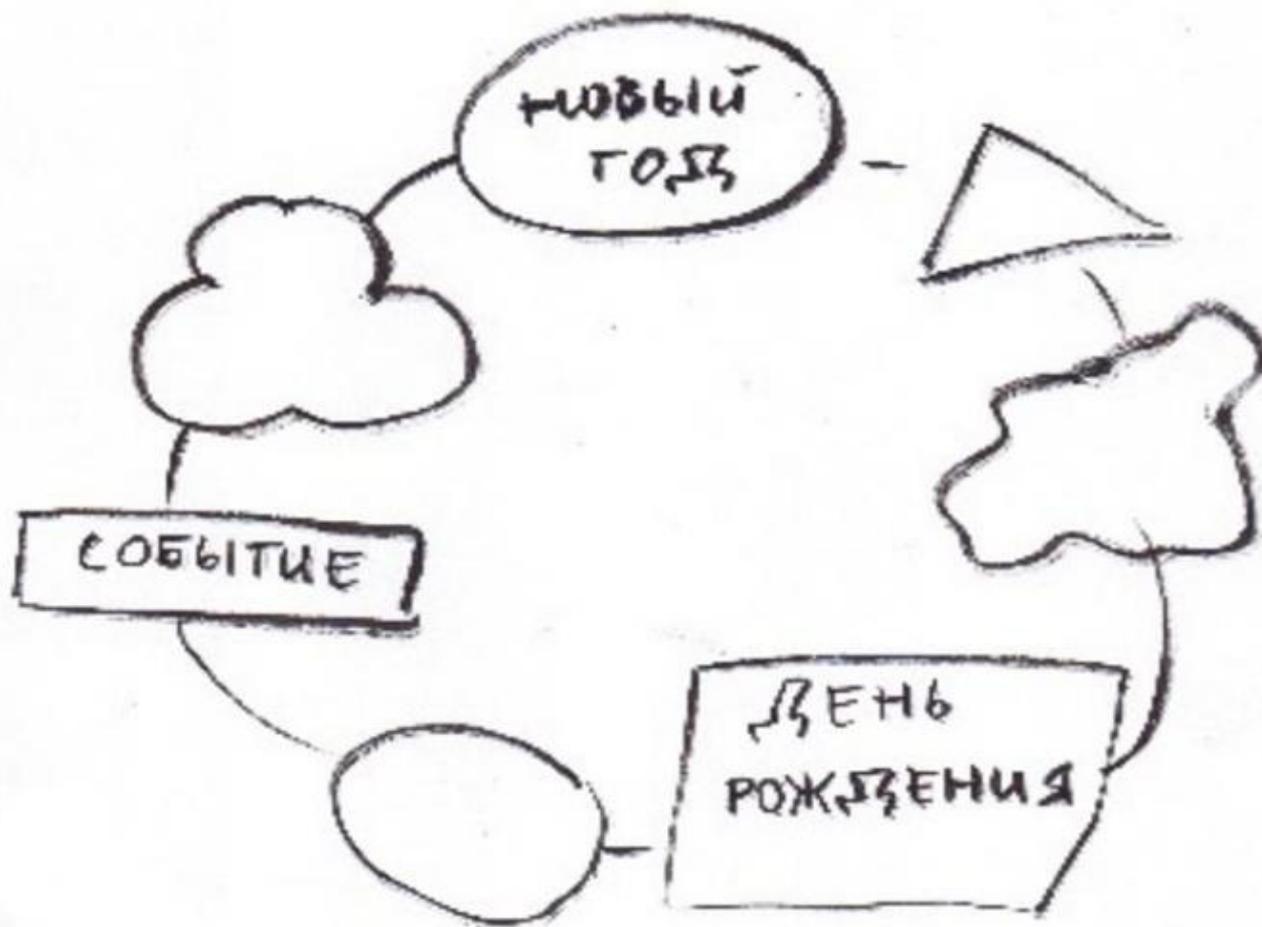
ПЕРЕВОЗ РАЗОВЫХ
ДОПОРОВ В РЕГУЛЯРНЫЕ

БОРОШКА
ЧП

ПИРАМИДА
ОТНОШЕНИЙ



Цикл коммуникаций с донором



Любимый партнер

Любимый
ПАРТНЁР

= Надёжный
ПАРТНЁР

+

- а) Делать лучше и больше, чем обещали
- б) Давать регулярную обратную связь о результатах, трудностях и победах.
- в) Быть эталоном.

- Сударыня, вы так прекрасны, у меня просто нет слов!
- А деньги есть?..

