

Фандрайзинг

Не только про деньги...

Лекторы:

Заместитель председателя

Студенческого совета –

Михаил Бронштейн

Председатель Информационного

комитета – Нина Гончаревская

- ▣ **Сегодня вы узнаете:**
 - ▣ В чем заключается работа фандрайзера;
 - ▣ Какие источники используются для сбора денежных средств;
 - ▣ Какие технологии и методы применяются фандрайзинговыми фирмами;
- 

Фандрайзинг — процесс привлечения денежных средств и иных ресурсов организацией с целью реализации, как определённого социального проекта, так и серии проектов, объединённых одной общей идеей.



Цели фандрайзинга

- Капитал для запуска интересных start up проектов;
- Финансирование разработок и технических проектов в науке;
- Содержание любительских команд и поддержка мероприятий в спортивной сфере;
- Спонсирование кандидатов или штабов на политической арене при выборах;
- Благотворительные нужды;
- Материальная поддержка культурных мероприятий , театров или музеев.

Виды:

- ▣ **Внутренний:** вопросами поиска новых ресурсов и спонсоров занимаются менеджеры самой организации;
- ▣ **Внешний:** для успешной работы привлекаются сторонние консультанты или профессиональные фандрайзеры, специальные консалтинговые компании.

ФАНДРАЙЗИНГ



ИСТОЧНИКИ СРЕДСТВ И ФОНДЫ СОДЕЙСТВИЯ

-  Государство
-  Муниципальное учреждение
-  Внебюджетные фонды
-  Коммерческие структуры
-  Частные лица
-  Собственная коммерческая деятельность



Главное условие - прозрачность и доверие!



Для перевода денежных средств донору требуется в среднем от 7 до 75 минут!

Источники финансирования:

- ▣ **Инвесторы:** вкладывают с расчетом на получение прибыли;
- ▣ **Спонсоры:** предоставляют помощь на определенных условиях, выгодных для себя;
- ▣ **Доноры:** компании или частные лица, предлагающие материальную поддержку безвозмездно и на постоянной основе;
- ▣ **Меценаты:** богатые люди, поддерживающие начинающие организации, творческие и невыгодные для коммерции мероприятия;
- ▣ **Грантодатели:** финансируют научные или образовательные программы на конкурсной основе, выделяющие определенные суммы юным талантам.

Технологии сбора ресурсов:

- ▣ *В любом случае необходимо строго соблюдать такие принципы, как:*
- ▣ **Открытость:** спонсор должен четко понимать, кому и куда пойдут его средства;
- ▣ **Полный контроль:** меценаты желают видеть результаты своей помощи, хотят убедиться, что деньги потрачены по назначению;
- ▣ **Доступность:** процесс оказания помощи или финансового вклада должен быть максимально простым.

Инструменты фандрайзинга:

- ▣ **Письмо-обращение к потенциальному благотворителю.**
- ▣ **Заявки на получение грантов.**
- ▣ (Поиск фондов и меценатов, предоставляющих гранты под поставленную задачу;
- ▣ Разработка обращения, которое должно полностью соответствовать критериям отбора;
- ▣ Сделать проект максимально привлекательным для грантодателя, создать положительный имидж.)
- ▣ **Сотрудничество в партнерских проектах.**
- ▣ **Социальные сети (краудфандинг).**

Процесс фандрайзинга:



1 этап. Выбрать задачу, которую необходимо решить с помощью полученных ресурсов. Установить временные рамки.

2 этап. Собрать полную информацию и продумать аргументы в свою пользу.

3 этап. Проанализировать возможные мотивы потенциальных спонсоров: какие из них можно поощрить.

4 этап. Проанализировать прошлый опыт сбора средств, определить своих сторонников, к которым можно обратиться в первую очередь. Определить, к кому можно еще обратиться.

5 этап. Подготовить и размножить материалы для предоставления спонсорам (заявки, пресс-релизы и др.).

6 этап. Согласовать внутри организации методы сбора средств.

7 этап. Организовать работу помощников (тех, кто непосредственно будет собирать пожертвования).

Спонсорский пакет - набор юридических, творческих, программных, финансовых и оформительских документов, обеспечивающих необходимый эффект спонсируемого мероприятия для спонсора, и включает в себя следующие компоненты:



1. Литературное описание проекта.
2. Программное описание проекта (место проведения, сценарий проекта, повременную программу, авторы, организаторы и участники акции).
3. Поддержка проекта.
4. Бюджет проекта.
5. Спонсорские градации: титульный спонсор (100% стоимости проекта), генеральный спонсор (50%), официальный спонсор (25%), спонсор-участник.
6. Прогноз спонсорского эффекта (расчет прямого воздействия рекламы, аудитории СМИ).

Спасибо за внимание!

Ваши вопросы?

Контакты:

Председатель Информационного комитета

Нина Гончаревская

▣ st013711@student.ru

▣ <https://vk.com/ninagoncharevskaya>

Заместитель председателя Студенческого совета

Михаил Валешнев

○ goodman007ok@gmail.com

○ <https://vk.com/id222453187>