

Tehnike prikupljanja sredstava

VRNJAČKA BANJA – 13.10.2017.

Uspostavljanje lokalne grupe za prikupljanje sredstava

- Zahteva vreme i ulaganje energije ali veoma korisno
- Sposobnosti lidera grupe
- Jasan sistem funkcionisanja grupe (forma, aktivnosti, ciljevi, iznos koji se prikuplja, nadgledanje)
- Upravni odbor grupe (odgovornosti, naziv, lokacija, svrha, etika, struktura, pravila, sastajanja i troškovi)
- Biti uz ljude na terenu ponekad (razgovarati, podučavati, odvojiti deo budžeta za rad grupe visoko ceniti rad ljudi, nadgledati napredak i savetovati)
- Aktivnosti grupe (sportska takmičenja, kulturne večeri za turiste, sajmovi rukotvorina i prodaja radova, modne revije, premijere filmova, koncertni i kulturni događaji, lutrije, javna i kućna prikupljanja ...)

Organizovanje događaja

- Planiranje kako potencijala događaja tako i moguće troškovi te i rizik od gubitka
- Ljudima koji izdvajaju sredstva se mora obezbediti dobra zabava
- Učesnici događaja: izvodjači, sponzori, mediji, organizacija ,publika
- Odluka oko toga šta organizovati - prema tipu ljudi koji se očekuju da budu učesnici
- Tri faze: pre, tokom i nakon događaja
- ZAHVALITI SE

Od kuće do kuće, kroz ulične akcije ili kutije

- Dobro planiranje datuma/izbegavati vreme praznika ili paralelna prikupljanja
- Dobijanje dozvole od nadležnih organa i vlasnika
- Identifikovati lokacije za prikupljanje
- Odrediti najbolje doba dana
- Okupiti tim volontera i prijatelja volontera
- Pripemiti materijale i obučiti volontere
- Transparentnost - organizovati kako će novac biti priman te transferisan odmah na bankovni račun organizacije
- Zahvaliti se volonterima i donatorima
- Naučene lekcije - rekapitulacija događaja kroz komunikaciju sa volonterima

Direktno pismo

- Jedna osoba piše drugoj a u vezi stvari do koje je oboma stalo
- Povod da i pošiljalac i primalac tj. potencijalni donator učine nešto lično kako bi pomogli
- Direktnan kontakt pisanim sadržajem odabranoj publici u vreme kada to odgovara pošiljaocu
- Tri tipa pisma: hladno, toplo, recipročno
- Jasno izražavanje, prilagodjavanje sadržaja primaoca
- Pismo treba da sadrzi: naznaceno ime primaoca, povratni koverat sa formularom/iznos uplate, kratka brošura organizacije
- Testiranje odabirom od desetak adresa da bi se utvrdio nivo potencijalne uspešnosti

Članstvo

- Ne mora nužno uvek da bude novčano orijentisano
- Mogući modaliteti: rad kroz skupštinu organizacije te mogućnost glasanja, šeme kojima se obezbeđuju besplatan ili niža cena ulaza i muzeje, donator u formi prijatelja koji je spreman da pomogne u prikupljanju novca, itd.
- Tri glavne vrste benefita članstva: posvećenost, uključenost i novac

Lično zagovaranje

- Komunikacija usmena licem u lice - poseta, sastanak, prezentacija, ulično prikupljanje sredstava ili telefonski poziv
- Dobro govorništvo i prezentacione veštine - izgradjena veština sugestivnog delovanja
- Uključiti one donatore koji su već davali
- Vizuelni materijali poput kratkog video klipa
- Traženje novca u završnici komunikacije kada se predlaže koja bi podrška bila dobrodošla uz jasno specificiranje iznosa

Legati i zadužbine

- U piramidi donatorskog davanja ova davanja se nalaze u njenom samom vrhu jer su najbližnja i najvrednija
- Samo ljudi koji su vrlo bliski jednoj organizaciji pomažu putem legata ili zadužbine
- Motivi mogu biti različiti: dobro delo na smrti, materijalno obezbedjenje već postoji, vera u stvaranje boljeg sveta, ime ostaje zapisano generacijama unapred
- Tri grupe zadužbinara: postojeći podržavaoci (članovi organizacije, volonteri), opšta javnost, posrednici ili savetnici koji imaju informacije o potencijalnim legatima
- Kontakt putem pisma, sastanka, reklame u novinama

Kampanja za veliku donaciju

- Primenjivati povremeno, za rešavanje pitanja od kapitalnog značaja
- Angažovati konsultanta koji bi trebalo da uradi studiju održivosti
- Dobro planirati strukturu akcije - broj i veličina donatora, način prikupljanja, dokumentovanje i istraživanje, priprema ključnih izjava, vođenje akcije
- Neka za podršku pita neko ko je iz istog društvenog miljea - daleko je bolje kada pita neko ko je već davao
- Dve faze: privatna (1/2 sredstava) i javna (1/2 sredstava, donatorski doručak, pres konferencija)

Mladi ljudi i škole

- Generisanje sredstava i podsticanje mladih ljudi na aktivizam
- Jako osetljiva društvena grupa - poštovanje potreba bez pritiska
- Pismeno odobrenje škole
- Pogodne aktivnosti: takmičenja, diskoteke, kvizovi, čišćenje okruženja, aukcije za roditelje uz nagrade obezbedjene kroz lokalne kompanije, učenje i recitovanje poezije, prikupljanje i recikliranje materijala, sponzorisane sportske aktivnosti ...
- Zabava je ključni motivator, edukativni kontekst i prikupljanje sredstava dolaze naknadno

Igre na sreću

- Izaziva kontraverzne reakcije u društvu pogotovo verskih zajednica
- Lutrije, takmičenja u veštinama, izvlačenje slobodnih ulaznica
- Nagrade nikada ne kupovati već donatorski ili sponzorski obezbediti kako bi se umanjio rizik da ostanu neiskorišćene
- Promocija je jako bitna

Plaćanje reklame za prikupljanje sredstava

- Moćno ali skupo
- Reklama u nacionalnim ili lokalnim novinama, magazinima i žurnalima, ubacivanjem lifleta u neki časopis ili pak putem postera
- Problemi koji su alarmantni, poput prirodne katastrofe, daleko se brže i lakše objavljuju
- Cause-related marketing – moćan marketinški alat

Digitalno prikupljanje sredstava

- Internet, elektronska pošta, društveni mediji, kratke poruke korišćenjem mobilnih platformi, interaktivne televizije
- Jeftine metode niskog rizika i rastuće važnosti
- Delovanje transparentnije a komunikacija prema donatoru otvorenija i intenzivnija
- 2000. godine 700 miliona ljudi koristilo internet a 2008. godine 1.5 milijarda ljudi
- U 2008. godini prodato 1,2 milijarde mobilnih telefona a više od 60 država sveta ima više mobilnih telefona nego registrovanog stanovništva
- Od juna 2007. do juna 2008. godine zabeležen porast posetioca od 25% na društvenim mrežama
- Softverski sistemi za upravljanje bazama donatora i prikupljanjem sredstava (Salesforce, SugarCRM, CiviCRM, Drupal ili Joomla, Basecamp, Goplan, LiquidPlanner, ProjectPier, Teamspace, Google Analytics, Urchin ili WebTrends)
- Barak Obama kampanja (3 m poklona, 1 mil mejlova, 2 mil stranica, radno mesto šefa digitalnih medija)

Pružanje usluga od strane organizacije

- Usluga uz nadoknadu - momenat za neprofitno –javno-privatno partnerstvo
- Znanja i veštine vezana za određene društvene grupe poput mladih, starih, žena, osoba sa invaliditetom i slično
- Primer nemačke organizacije School Pupils in Aid of Life – o 2002. godini u toku jednog dana učestovalo 150 hiljada kompanija i 210 hiljada učenika, prikupilo 3.5 miliona evra.
- Primer Crvenog krsta Svazilenda - obukama namenjenim kompanijama u pružanju prve pomoći i prodavanjem kompleta za prvu pomoć prikupilo 80 hiljada evra za 10 meseci

Trgovina kroz kataložku ili stacionarnu prodaju robe

- Čestitke, promotivni materijal, komadi garderobe, publikacije ili donirana roba
- Dugoročni rad a relativno diskutabilan priliv sredstava
- Priličan odliv upravljačkog vremena i energije
- Dobra lokacija i niska cena zakupa
- Prodaju rade volonteri uz trening, dobar odabir i nadzor
- Tri vrste robe:
 - a. Donirana od strane dobronamernih davalaca poput korišćene garderobe, pokućstva ili nakita
 - b. Napravljena od strane korisnika prodavnice kroz radionice u kojima učestvuje ruralno stanovništvo ili osobe sa invaliditetom
 - c. Sama prodavnica proizvodi poput čestitki, novčanika, olovki, adresara, postera, majci, kalendara i slično.