



BIULETYN PRAKTYK



FUNDRAISINGOWYCH



“Życie składa się z mniejszych i większych gestów dobrej woli innych ludzi.”

Mo Farah - Siła ambicji. Autobiografia



**Funded by the
European Union**

**Poniższy biuletyn został opracowany przez
Organizacje Partnerskie projektu
"Fundraising Internationally",
który w całości był finansowany
przez Unię Europejską.**



SPIS TREŚCI

1. Czym jest fundraising i dlaczego jest ważny dla organizacji non-profit?	4
2. Jakie są cele i korzyści?	7
3. Rodzaje fundraisingu.	11
4. Jak zaplanować i przygotować skuteczną kampanię fundraisingową?	15
5. Jakie są najlepsze praktyki i strategie dla sukcesu w fundraisingu?	20
6. Jak dokonywać ewaluacji i pomiaru skuteczności kampanii fundraisingowej?	24

CZYM JEST FUNDRAISING I DLACZEGO JEST WAŻNY DLA ORGANIZACJI NON-PROFIT?

Fundraising to proces zdobywania funduszy poprzez nawiązywanie współpracy z firmami, fundacjami dobroczynnymi lub instytucjami rządowymi oraz z osobami indywidualnymi. Organizacje non-profit, takie jak fundacje, organizacje charytatywne i organizacje społeczne, działają na rzecz społeczności i celów społecznych, a fundraising jest jednym ze sposobów na zdobycie funduszy na realizację ich misji.



CZYM JEST FUNDRAISING I DLACZEGO JEST WAŻNY DLA ORGANIZACJI NON-PROFIT?

FUNDRAISING JEST WAŻNY DLA ORGANIZACJI NON-PROFIT Z KILKU POWODÓW:

1. Finansowanie działań - Fundraising umożliwia organizacjom non-profit pozyskanie funduszy, które są niezbędne do finansowania działań, takich jak realizacja programów społecznych, prowadzenie badań, organizowanie eventów, czy udzielanie pomocy potrzebującym.

2. Rozwój organizacji - Dzięki fundraisingowi organizacje non-profit mogą rozwijać swoje działania i zwiększać swoje wpływy, co pozwala im na osiągnięcie większej skali i zasięgu swojej misji.

5.



CZYM JEST FUNDRAISING I DLACZEGO JEST WAŻNY DLA ORGANIZACJI NON-PROFIT?

3. Promocja organizacji - Fundraising może pomóc w promocji organizacji i jej misji, co pozwala na pozyskanie większej liczby ludzi do wsparcia ich działań i zwiększenia świadomości społecznej na temat ich celów.

4. Budowanie relacji - Fundraising umożliwia organizacjom non-profit budowanie trwałych relacji z darczyńcami, partnerami i społecznością, co pozwala na zwiększenie zaangażowania i wsparcia w ich działaniach.

W sumie, fundraising jest niezbędny dla organizacji non-profit, ponieważ pomaga w pozyskiwaniu funduszy na realizację ich pomysłów, projektów, misji i celów, a także w budowaniu relacji i promowaniu ich działań w społeczności.



JAKIE SĄ CELE I KORZYŚCI?

Cele i korzyści z prowadzenia fundraisingu są zróżnicowane i zależą od organizacji oraz konkretnych działań, jakie podejmuje. Jednak, ogólnie rzecz biorąc, możemy wyróżnić kilka kluczowych celów i korzyści związanych z fundraisingiem.

CELE FUNDRAISINGU:

- 1. Pozyskiwanie funduszy na działalność organizacji** - Fundraising pozwala na pozyskiwanie środków finansowych na realizację programów i projektów społecznych, które są priorytetowe dla organizacji.
- 2. Budowanie bazy darczyńców** - Dzięki fundraisingowi organizacje non-profit mają szansę na pozyskanie nowych darczyńców,

7.



JAKIE SĄ CELE I KORZYŚCI?

którzy mogą wspierać organizację nie tylko finansowo, ale również poprzez aktywne uczestnictwo w jej działaniach.

3. Zwiększenie świadomości społecznej -

Fundraising może pomóc w budowaniu wizerunku organizacji oraz zwiększeniu świadomości społecznej na temat jej celów i misji.

4. Rozwój organizacji - Fundraising umożliwia organizacjom pozarządowym rozwijanie ich działalności poprzez pozyskiwanie funduszy na nowe projekty, programy i inicjatywy.



JAKIE SĄ CELE I KORZYŚCI?

KORZYŚCI FUNDRAISINGU:

1. Zwiększenie wpływów organizacji -

Pozyskiwanie funduszy poprzez fundraising pozwala na zwiększenie wpływów organizacji na społeczność oraz na realizację celów i misji.

2. Budowanie relacji - Fundraising umożliwia organizacjom non-profit budowanie trwałych relacji z darczyńcami, partnerami i społecznością, co pozwala na zwiększenie zaangażowania i wsparcia w ich działaniach.

3. Poprawa wizerunku organizacji - Efektywna kampania fundraisingowa może pomóc w poprawie wizerunku organizacji w oczach społeczności i przyczynić się do zwiększenia jej wiarygodności.



JAKIE SĄ CELE I KORZYŚCI?

4. Rozwój społeczny - Poprzez pozyskiwanie funduszy na działalność organizacji fundraising może przyczynić się do rozwoju społecznego poprzez finansowanie programów społecznych, badań i innych działań, które poprawiają jakość życia ludzi.

W sumie, cele i korzyści fundraisingu są bardzo różnorodne i zależą od specyfiki organizacji oraz konkretnych działań, jakie podejmuje. Jednak ogólnie rzecz biorąc, fundraising umożliwia organizacjom pozarządowym pozyskiwanie środków finansowych na realizację ich misji i celów, a także budowanie relacji z darczyńcami i społecznością.



RODZAJE FUNDRAISINGU

Fundraising to szerokie pojęcie, obejmujące różne rodzaje działań mające na celu pozyskiwanie środków finansowych na realizację celów organizacji pozarządowych. Poniżej kilka najpopularniejszych rodzajów fundraisingu:

1. Zbiórki publiczne - Polegają na zbieraniu pieniędzy od osób, które chcą wesprzeć określoną inicjatywę społeczną lub organizację non-profit. Zbiórki publiczne mogą mieć formę zbierania datków w skarbonkach lub organizowania wydarzeń charytatywnych, takich jak koncerty, aukcje lub loterie.

2. Kampanie crowdfundingowe - Są to kampanie, w których organizacje non-profit lub osoby prywatne proszą o wsparcie finansowe na konkretny projekt -



RODZAJE FUNDRAISINGU

cel poprzez internetową platformę crowdfundingową. Fundusze zbierane są zazwyczaj poprzez donacje online od wielu osób.

3. Granty - Są to dotacje finansowe przyznawane organizacjom non-profit przez fundacje, korporacje lub rządy. Granty są przeznaczone na realizację konkretnych projektów lub programów społecznych i mogą pokrywać koszty zarówno operacyjne, jak i programowe organizacji.

4. Sponsorowane wydarzenia - Polegają na organizowaniu wydarzeń, takich jak biegi, koncerty lub wystawy, które są sponsorowane przez firmy lub osoby prywatne.



RODZAJE FUNDRAISINGU

W zamian za sponsoring, sponsorzy otrzymują możliwość uczestnictwa w wydarzeniu lub korzyści w postaci reklamy, eksponowania swojego logo lub zwiększenia zasięgu marki.

5. Darczyńcy indywidualni - Są to osoby, które decydują się na regularne lub jednorazowe wpłaty na rzecz organizacji non-profit.

Darczyńcy indywidualni są jednym z najważniejszych źródeł finansowania dla organizacji pozarządowych. Mogą wpłacać datki przez internet, pocztą lub bezpośrednio w biurze organizacji.

6. Partnerstwa biznesowe - Są to umowy pomiędzy organizacjami non-profit a firmami, które zobowiązują się do wsparcia finansowego



RODZAJE FUNDRAISINGU

lub merytorycznego dla organizacji non-profit. Partnerstwa biznesowe mogą obejmować różne formy, takie jak sponsoring, wolontariat pracowniczy, oferowanie produktów lub usług z rabatem lub udostępnianie specjalistycznej wiedzy.

Fundraising jest niezwykle ważnym elementem dla rozwoju organizacji non-profit i może pozwolić na pozyskanie funduszy na realizację ich misji i celów. Wybór konkretnego rodzaju fundraisingu zależy od specyfiki organizacji, jej celów oraz rynku, na którym działa.



JAK ZAPLANOWAĆ I PRZYGOTOWAĆ SKUTECZNĄ KAMPANIĘ FUNDRAISINGOWĄ?

Planowanie i przygotowanie skutecznej kampanii fundraisingowej wymaga uwzględnienia kilku ważnych kroków. Poniżej przedstawiam kilka podstawowych wskazówek:

Jako organizacja pozarządowa zadaj sobie pytanie:

“Jakie są cele długoterminowe mojej organizacji, a jakie na najbliższe 12 miesięcy...?”

Odpowiedź pomoże Ci w skutecznym zaplanowaniu fundraisingu.



JAK ZAPLANOWAĆ I PRZYGOTOWAĆ SKUTECZNĄ KAMPANIĘ FUNDRAISINGOWĄ?

1. Określ cel i plan działań - Pierwszym krokiem jest określenie celu kampanii fundraisingowej oraz planu działań, który pozwoli osiągnąć ten cel. W planie warto uwzględnić m.in. daty i rodzaje działań, koszty, kanały komunikacji z darczyńcami, a także odpowiedzialności poszczególnych osób za realizację poszczególnych działań.

2. Zidentyfikuj grupę docelową - Ważne jest, aby zidentyfikować grupę docelową kampanii fundraisingowej oraz poznać jej potrzeby i oczekiwania. Może to pomóc w dostosowaniu działań i komunikacji do konkretnych potrzeb i zainteresowań.



JAK ZAPLANOWAĆ I PRZYGOTOWAĆ SKUTECZNĄ KAMPANIĘ FUNDRAISINGOWĄ?

3. Przygotuj materiały promocyjne -

Skuteczna kampania fundraisingowa wymaga dobrych materiałów promocyjnych, takich jak ulotki, plakaty, broszury lub wizualizacje graficzne. Materiały powinny być estetycznie wykonane i zawierać klarowne informacje o celu kampanii oraz sposobach wsparcia.

4. Wykorzystaj różne kanały komunikacji -

Ważne jest, aby wykorzystać różne kanały komunikacji, takie jak media społecznościowe, strona internetowa, mailing czy wydarzenia, aby dotrzeć do jak największej liczby darczyńców.



JAK ZAPLANOWAĆ I PRZYGOTOWAĆ SKUTECZNĄ KAMPANIĘ FUNDRAISINGOWĄ?

5. Zachęć do udziału - W kampanii fundraisingowej ważne jest, aby skutecznie zachęcać do udziału i wsparcia. Można to zrobić poprzez organizację konkursów, aukcji, czy proponowanie nagród za wsparcie.

6. Dostosuj strategię do wyników - Kampania fundraisingowa powinna być regularnie monitorowana i analizowana pod kątem wyników. W przypadku braku oczekiwanych wyników warto dokonać korekt i dostosować strategię do uzyskanych wyników.



JAK ZAPLANOWAĆ I PRZYGOTOWAĆ SKUTECZNĄ KAMPANIĘ FUNDRAISINGOWĄ?

7. Dziękuj za wsparcie - Warto pamiętać o podziękowaniach darczyńcom za wsparcie dla organizacji non-profit. Można to zrobić między innymi poprzez wystanie podziękowań w formie listu, e-maila czy zaproszenia na specjalne wydarzenie.

Podsumowując, skuteczna kampania fundraisingowa wymaga planowania, przygotowania odpowiednich materiałów promocyjnych oraz wykorzystania różnych kanałów komunikacji. Ważne jest również zachęcanie do udziału, monitorowanie wyników i podziękowanie za wsparcie.



JAKIE SĄ NAJLEPSZE PRAKTYKI I STRATEGIE DLA SUKCESU W FUNDRAISINGU?

Sukces w fundraisingu zależy od wielu czynników, takich jak poziom zaangażowania zespołu, jasne określenie celów i strategii, umiejętność budowania relacji z darczyńcami oraz skuteczność w komunikacji. Poniżej kilka najlepszych praktyk i strategii, które mogą pomóc w osiągnięciu sukcesu w fundraisingu:

1. Jasno określ cele - Najważniejszym krokiem w sukcesie w fundraisingu jest jasne określenie celów, jakie chce się osiągnąć. Cele powinny być konkretnie określone, mierzalne, osiągalne, realistyczne i czasowe (S.M.A.R.T).



JAKIE SĄ NAJLEPSZE PRAKTYKI I STRATEGIE DLA SUKCESU W FUNDRAISINGU?

2. Twórz relacje - Budowanie relacji z darczyńcami jest kluczowe w fundraisingu. Trzeba wziąć pod uwagę, że to nie tylko jednorazowa transakcja, ale długofalowa współpraca. Przyjmowanie darowizn to nie tylko przyjmowanie pieniędzy, ale to także barter, nawiązywanie relacji z darczyńcą i korzystanie z potencjału twórczego innych.

3. Personalizuj komunikację - Skuteczna komunikacja z darczyńcami musi być spersonalizowana i dopasowana do potrzeb i preferencji darczyńców. Trzeba mieć na uwadze, że każdy darczyńca jest inny i może mieć odmienne oczekiwania.



JAKIE SĄ NAJLEPSZE PRAKTYKI I STRATEGIE DLA SUKCESU W FUNDRAISINGU?

4. Użyj różnych kanałów - Ważne jest, aby wykorzystać różne kanały komunikacji, takie jak media społecznościowe, strona internetowa, mailing czy wydarzenia, aby dotrzeć do jak największej liczby darczyńców.

5. Bądź transparentny - Darczyńcy chcą mieć pewność, że ich pieniądze są wykorzystywane w sposób przejrzysty i zgodny z celami organizacji non-profit. Ważne jest, aby zapewnić przejrzystość i jawność w działaniach organizacji.

6. Wdrażaj różne formy fundraisingu - Ważne jest, aby wykorzystać różne formy fundraisingu, takie jak zbiórki publiczne, kampanie crowdfundingowe, granty, sponsorowane wydarzenia itp.



JAKIE SĄ NAJLEPSZE PRAKTYKI I STRATEGIE DLA SUKCESU W FUNDRAISINGU?

Dzięki temu organizacja może dotrzeć do różnych grup darczyńców.

7. Wyraż wdzięczność za wsparcie - Ważne jest, aby pamiętać o podziękowaniach darczyńcom za wsparcie dla organizacji. Można to zrobić osobiście lub poprzez wysłanie podziękowań w formie listu, e-maila czy zaproszenia na specjalne wydarzenie.

Podsumowując, najlepsze praktyki i strategie dla sukcesu w fundraisingu to jasne określenie celów i strategii, budowanie relacji z darczyńcami, personalizacja komunikacji, wykorzystanie różnych kanałów, transparentność w działaniach.



JAK DOKONYWAĆ EWALUACJI I POMIARU SKUTECZNOŚCI KAMPANII FUNDRAISINGOWEJ?

Ewaluacja i pomiar skuteczności kampanii fundraisingowej są niezbędne, aby sprawdzić, czy cele kampanii zostały osiągnięte i aby dostosować strategię i działania organizacji non-profit w przyszłości. Poniżej kilka sposobów na dokonywanie ewaluacji i pomiaru skuteczności kampanii fundraisingowej:

1. Analiza wskaźników - Najprostszym sposobem na mierzenie skuteczności kampanii fundraisingowej jest analiza wskaźników takich jak ilość zebranych funduszy, ilość darczyńców, średnia wartość darowizny, itp. Te wskaźniki pozwalają na ocenę ogólnego wyniku kampanii fundraisingowej i porównanie jej do wcześniejszych kampanii.



JAK DOKONYWAĆ EWALUACJI I POMIARU SKUTECZNOŚCI KAMPANII FUNDRAISINGOWEJ?

2. Porównanie z celami - Ważne jest, aby porównać wyniki kampanii fundraisingowej z celami, jakie zostały określone na początku. W ten sposób można określić, czy kampania osiągnęła swoje cele, a jeśli nie, to jakie czynniki wpłynęły na taki wynik.

3. Feedback od darczyńców - Ważne jest, aby uzyskać feedback od darczyńców, którzy wsparli kampanię fundraisingową. Dzięki temu można poznać opinie darczyńców na temat kampanii, ich oczekiwania i preferencje. Można to zrobić poprzez ankiety, rozmowy czy spotkania.



JAK DOKONYWAĆ EWALUACJI I POMIARU SKUTECZNOŚCI KAMPANII FUNDRAISINGOWEJ?

4. Analiza działań - Ważne jest, aby dokładnie przeanalizować działania podjęte w ramach kampanii fundraisingowej. Należy sprawdzić, które działania przyniosły najlepsze wyniki i które należy w przyszłości zmienić lub dostosować.

5. Analiza zewnętrznych czynników - Skuteczność kampanii fundraisingowej może być zakłócona przez czynniki zewnętrzne, takie jak sytuacja gospodarcza czy trendy w danym czasie. Ważne jest, aby uwzględnić te czynniki podczas analizy skuteczności kampanii.



Podsumowując, ewaluacja i pomiar skuteczności kampanii fundraisingowej są niezbędne, aby poznać wyniki kampanii, dostosować strategię i planować działania w przyszłości. Analiza wskaźników, porównanie z celami, feedback od darczyńców, analiza działań i zewnętrznych czynników są przydatne w dokonywaniu pomiaru skuteczności kampanii fundraisingowej i wyciągania wniosków na przyszłość, mówiąc jednym zdaniem:

Fundraising to planowane działania, musisz znać swój cel, wiedzieć jak go osiągnąć docierając do ludzi, którzy go zrozumieją i wesprą!

