

Как да въвлечете хората във фондонабирателни инициативи

От Джо Гареч

Споделеното фондонабиране е стратегия, която включва десетки, стотици или хиляди хора, участващи в едно събитие или кампания и събиращи средства за дадена организация. Инициативи като „споделено ходене” (т.нар. „walk-a-thon”), „събиране на ресто” (т.нар. „ Operation Rice Bowl”-кампании) или специални седмици в даден ресторант, през които процент от печалбата се дарява на благотворителна организация, са различни примери за споделено фондонабиране.

Много училища, църкви и неправителствени организации се фокусират върху опитите си да наберат малък брой големи дарения, но забравят, че набирането на голям брой малки дарения също може да им помогне да постигнат фондонабирателните си цели. Споделеното фондонабиране определено е трудна работа и винаги е предизвикателство пред организацията. Но да убедите 200 човека да дадат всеки по 50 \$ за вашата организация ще ви донесе същата сума като да намерите само един донор, който да ви даде 10 хиляди долара. Как вашата неправителствена организация да се възползва от споделеното фондонабиране?

1. Бъдете креативни!

Има много начини да започнете кампания за споделено фондонабиране за вашата организация. Някои от най-често срещаните са:

1. “А-тони,” като „споделено ходене” (т.нар. „ walk-a-thons”), „споделено четене” („read-a-thons”), „споделено танцуване” („dance-a-thons”), или „споделено каране на колело” („bike-a-thons”);
2. „Събиране на ресто”;
3. Масови събития - където десетки последователи организират малки събития в домовете си, посветени на вашата организация, в една и съща вечер или в един и същ уикенд;
4. Фондонабиране от магазини на дребно, при което една верига магазини или различен брой независими един от друг магазини събират средства за вас или даряват процент от продажбите си за вашата организация.

Това са само няколко примера.... в действителността възможностите са ограничени само от вашето въображение.

2. Структурирайте цялостна програма за фондонабиране

Не правете споделено фондонабиране „от немай къде”. Структурирайте програма, в която да включите хората или компаниите, които искате. Създайте списък с ползи, които участниците ще получат, или признание/награди, които ще предоставите, професионално направени маркетингови материали, както и малка брошура, която описва интересни възможности, в които да се включат (примерно къде ще бъде „споделеното ходене” (walk-a-thon), как да организират тяхното малко събитие и пр.) Най-добрите кампании за споделено фондонабиране се правят колкото е възможно по-професионално.

3. Маркетингайте възможностите, които предоставяте

След като сте структурирали програмата си, трябва агресивно да маркетингайте фондонабирателните възможности сред потенциални участници. През първата година може да ви е трудно да намерите хора, които да се включат. С всяка изминала година обаче ще ви става все по-лесно и по-лесно.

Аз например знам за организация, която реши да организира „споделено ходене” (walk-a-thon). През първата година те убедиха 12 човека да участват, повечето членове на управителния съвет и приятели на екипа. През втората година помолиха участниците от първото издание да създадат „Комитет за споделено ходене” и девет от тях се съгласиха. През тази година имаха над 30 участници. Само 5 години по-късно повече от 500 човека ходиха споделено. Ако маркетингайте вашето споделено фондонабиране година след година, и вие можете да имате подобен успех.

Най-добрият начин да маркетингайте вашите инициативи е като се обърнете към настоящите си поддръжници, управителен съвет и колеги, както и към участниците в събитията ви и да изготвите примерен списък на хората и фирмите, с които вашата организация има контакти. Свържете се с тях и ги помолете да подкрепят мисията ви.

Събитията за споделено фондонабиране могат да бъдат предизвикателство в началото и да отнемат доста време докато започнат да „работят”. Но в рамките на няколко години много организации са успявали да направят масовите фондонабирателни събития неразделна част от своите планове за набиране на средства.

Източник: <http://www.thefundraisingauthority.com/fundraising-basics/participatory-fundraising/>