



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE



Parlamentul Republicii Moldova



fhi360
THE SCIENCE OF IMPROVING LIVES

Atragerea fondurilor de la donatori privați



Tamás Miha, Human Dialog (Ungaria)

CONFERINȚĂ REGIONALĂ

Calea spre durabilitatea financiară a organizațiilor societății civile

15-16 mai 2018, Chișinău

Despre noi

- Program de buletine informative pentru fundații/asociații (crearea bazei de date, de la concept la producere, în ansamblu sau în module)
- Campanii 1 %
- Consultanță în atragerea fondurilor, educație, cercetare
- Atragerea fondurilor online
- Telemarketing
- Mass media



Despre noi

- 100+ clienți / 10 ani
- 1 000+ campanii / 10 ani
- 12 premii Effie (2012-17)
- 95% satisfacție generală / clienți



I. Despre atragerea fondurilor de la donatori privați în general



Când ai donat tu ultima oară?

Cine va dona?



Ce ne face pe noi
donator?

De ce donăm?

- Un "sentiment plăcut"
- Scăpăm de resentimente
- Sau e altceva la mijloc?



De ce donăm?

- Emoții aprinse
(situații de urgență)
- Hedonism
(stimulente)
- Angajament
(„problema”)



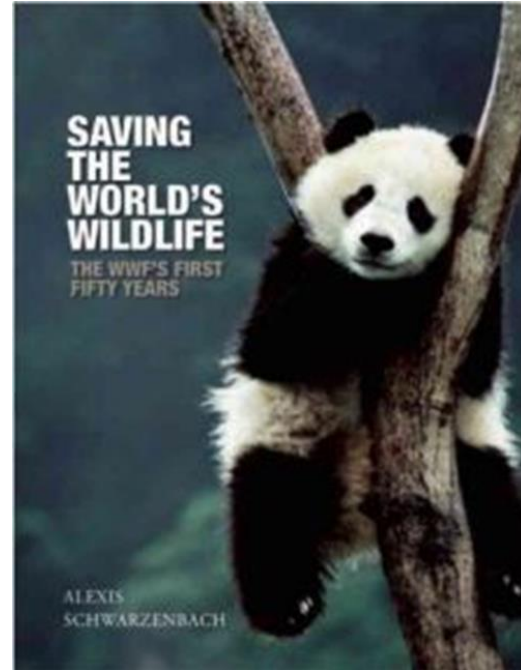
De ce donăm?

- Emoții
- Raționament
- Apartenența „unde va”
- Empatie
- Faci parte din ceva (un scop specific)
- Pentru a compensa pentru conștiința vinovată
- Gratitude
- „este un lucru moral”
- Facilități fiscale 😞

... sau o combinație a celor de mai sus, în baza nevoilor externe sau interne

Exemplul 1 – Faci parte din ceva

Salvați lumea cu
WWF!



Exemplul 2 – Apartenența undeva

Cu panglica roză împotriva cancerului mamar



Exemplul 3 – Compensarea pentru conștiința vinovată

Donațiile mari ale lui Kamilló Ribáry (personalitate bine-cunoscută din lumea mafiei din Budapesta) pentru copii din satul Fót



De ce donăm? – Generațiile sunt conduse de diferite motive



De ce donăm? – Cele mai receptive grupuri sociale

- Religioșii
- Vârștnicii
- Femeile
- Cei cu studii

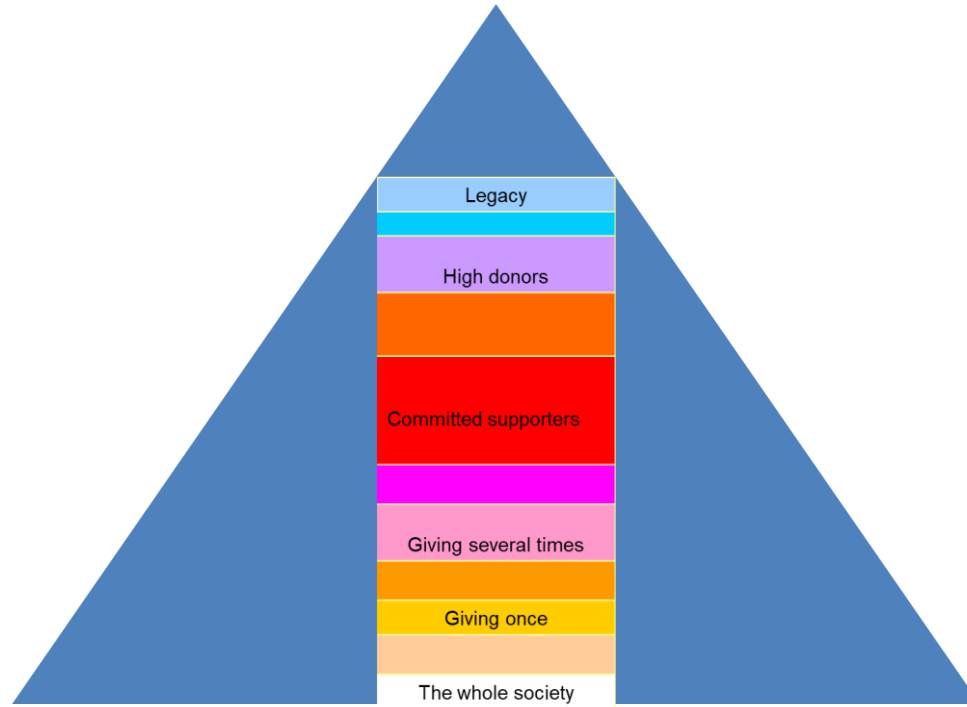


- Mediul familial (benevol, tradiție)

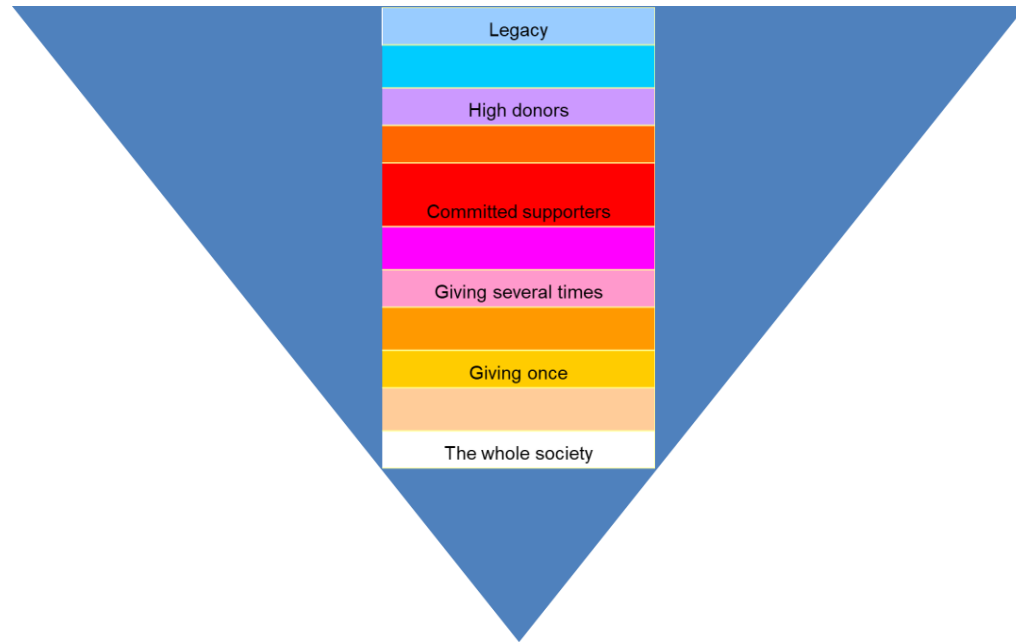
Acceptarea problemelor civile în societate

- Ocrotirea sănătății / copii
- Ocrotirea sănătății / adulți
- Instituții de învățământ
- Bunăstarea copiilor și alimentele de îngrijire
- Persoanele cu dizabilități (mental sau fizic)
- Aspecte de mediu

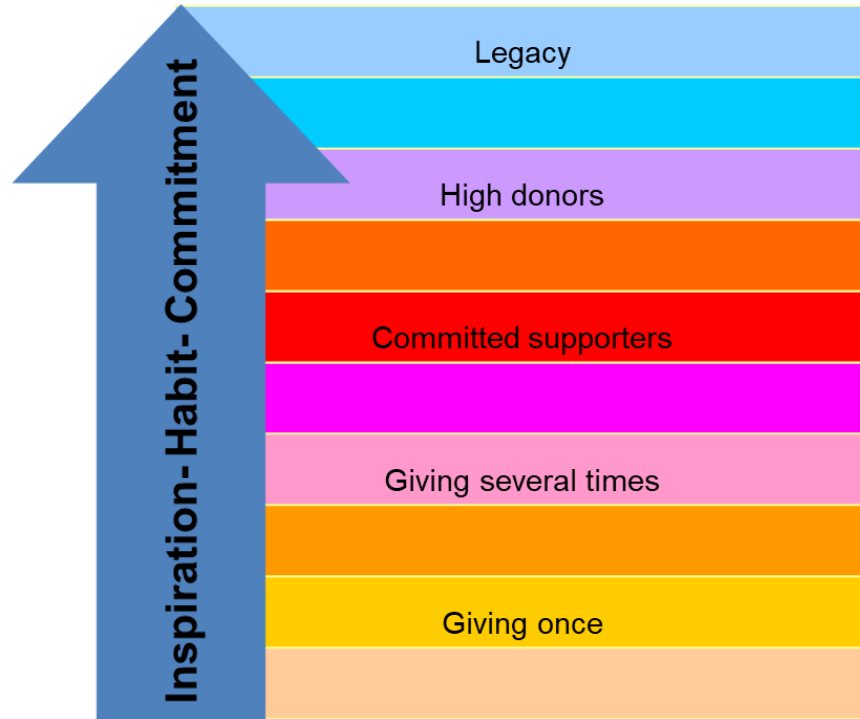
Tipurile de donatori – piramida donatorilor



Tipurile de donatori – piramida donatorilor



Durata vieții donatorilor



II. Prioritățile atragerii fondurilor

- Granturi/subvenții de stat și altele:

Fundația Soros, Norwegian Civil, etc. / 1 %
(surse de venit indirecte)

- Atragerea fondurilor pentru auto-
întreținere:

Donații din partea persoanelor fizice
și juridice (surse de venit directe)

Atragerea fondurilor sau cerșit?

” Tisztában vagyok azzal, hogy Ön heti rendszerességgel kap kolduló leveleket. Nem szívesen zörgetek hát ilyen kéréssel az ajtón, de mi más tehetnék? Mert hogyan és miből vegyünk ha Ön nem tud segíteni, ha nem számíthatunk a cégek, vállalkozások támogatására? ”



ATRAGEREA FONDURILOR

≠



CERȘIT

Cum pot ONG-urile obține (mai mult) sprijin și donații?

Profesionalism, conștiință,
consecvență



Comunicare eficientă,
crearea unei mărci

Corectitudine, transparență



Cum pot ONG-urile obține (mai mult) sprijin și donații?

Nu are rost să se mai facă analize raționale, totul se bazează pe EMOȚII, totul este adânc înrădăcinat acolo...



Cum poate un ONG să-și stabilizeze finanțarea? (prin atragerea fondurilor!)

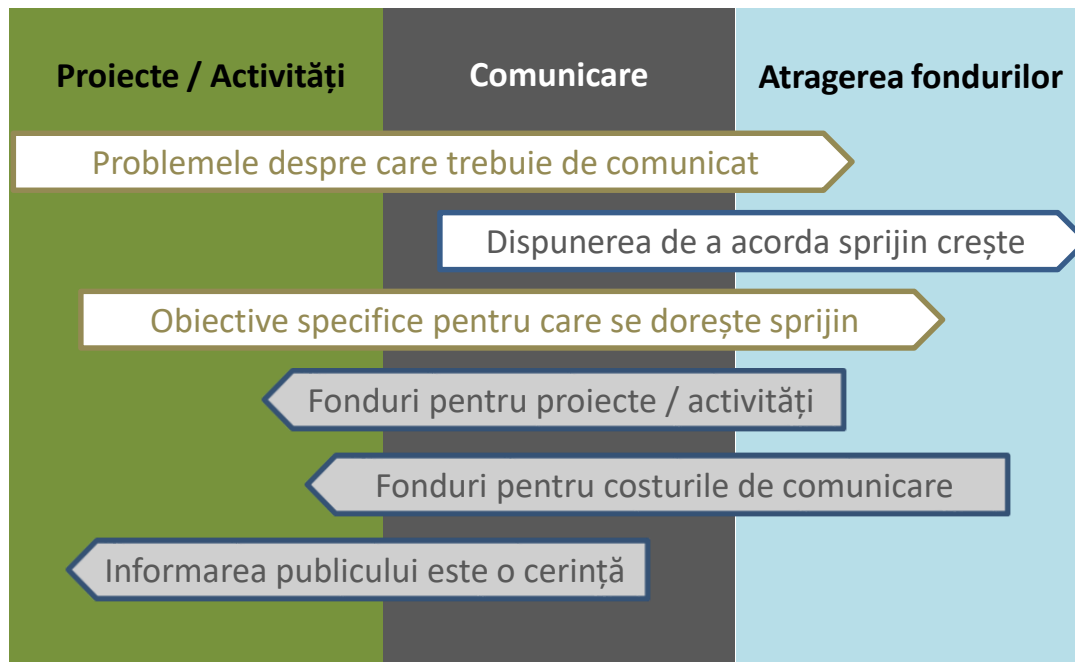
Cerințe pentru a fi "în formă" din punctul de vedere al atragerii fondurilor:

- Planificare conștientă
- Implementare consecventă a planurilor
- Calcule și control
- Comunicare și marketing
- Creativitate și determinare

Ce înseamnă un program de atragere a fondurilor?

- Activități de atragere a fondurilor pe termen lung, conștiente
- Implementate prin comunicare
- Având scopul de generare a resurselor în mod continuu, planificat
- Creând o bază de date a donatorilor

Bazele în activitatea ONG-urilor



III. Strategii de comunicare afereente atragerii fondurilor

- Bazate pe durată: ocazional, lunar, anual, etc.
- Orientată spre obiective „în general” sau proiecte dedicate
- Orientate spre grupuri-țintă: private, corporative etc.
- În funcție de canalele și instrumentele de comunicare:
 - ATL
 - BTL
 - online

Atenție!

- „Conținutul este rege”
- Unde este locul campaniilor procentuale în atragerea fondurilor?

Relațiile cu publicul și crearea mărcii

Obiectivul Dvs trebuie să fie:

Având un concept prezent și relevant, susținerea tuturor proiectelor și activităților de atragere a fondurilor

Raportul anual



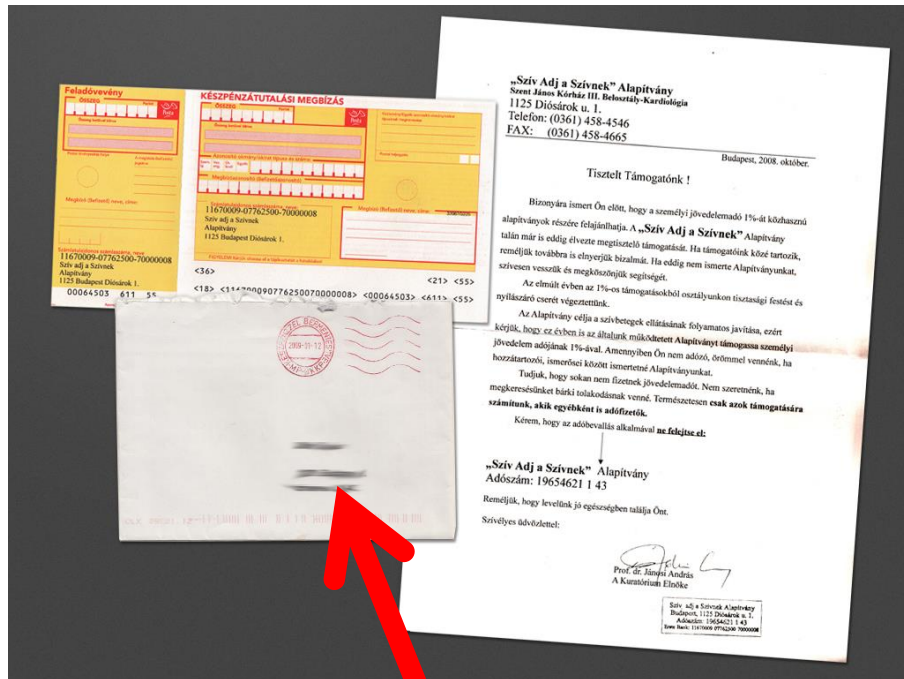
Buletin de știri trimis prin poștă

Sarcina Dvs este:

În baza unei analize bune a bazei de date
planificarea ratei de răspuns, a donăției
medii și RVC (raportul venit/costuri)

**Nu uitați, marketingul direct este
măsurabil!**

Buletin de știri trimis prin poștă (O practică de evitat!)



Față-n față (debituri directe)



Eventimente (donatori mari)



Spoturi video

Every week at least one child
in Britain will die from abuse.

Spoturi video



Moșternirea

*Leave behind
a legacy of love*



Ensure your love and care for animals extends beyond your lifetime. In NSW, your bequest helps us to care for some 40,000 abused and lost animals through our shelter and branch network. We will make your legacy count.

For more information
call **8666 0119** or email
bequest@rspcansw.org.au

RSPCA 

rspcansw.org.au For all creatures great and small

Rețelele sociale

facebook

→ Îmi place Chișinăul!

You Tube™

→ Îți arăt Chișinăul!

BLOG.HU

→ Descriu ce am făcut la Chișinău!



→ Sunt la Chișinău!

LinkedIn

→ Ne-am întâlnit la conferința din Chișinău!

Comunicare eficientă și atragerea fondurilor de la donatori privați

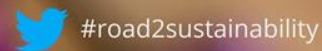
- Program de atragere a fondurilor potrivit cu un set de instrumente de comunicare orientat spre țintă
- Comunicarea ATL c. BTL – baza de date face diferența (valoarea adăugată)
- Raport de costuri acceptabil: 30-40% c. venitul din întreaga activitate de atragere a fondurilor

Vă mulțumesc pentru atenție!





Parlamentul Republicii Moldova



VĂ MULȚUMESC!

Această conferință este co-organizată cu Parlamentul Republicii Moldova. Organizarea ei este posibilă datorită sprijinului generos al poporului american prin intermediul Agenției SUA pentru Dezvoltare Internațională (USAID), în cadrul Programului "Parteneriate pentru o Societate Civilă Durabilă în Moldova" (MPSCS), implementat de FHI 360 în parteneriat cu Centrul European pentru Drept Necomercial (ECNL). Conferința va fi cofinanțată de Proiectul "Monitorizarea progresului, abilitarea acțiunii", implementat cu suportul financiar al Uniunii Europene. Conținutul este responsabilitatea organizatorilor și nu neapărat reflectă viziunile USAID, ale Guvernului SUA, ale Uniunii Europene sau ale Parlamentului Republicii Moldova.