

Pozyskiwanie Funduszy zewnętrznych dla organizacji fundraising i sponsoring

Ewa Visan, Fundacja MY Pacjenci



Definicja fundraisingu wg Wikipedii

- **Fundraising** – proces zdobywania funduszy poprzez proszenie o wsparcie osób indywidualnych, firm, fundacji dobroczynnych lub instytucji rządowych i samorządowych.
- Fundusze bywają zbierane na różne cele społeczne, przez organizacje prowadzące działalność społecznie użyteczną.



Źródła finansowania organizacji pozarządowych

1. **Darczyńcy indywidualni** – wpłaty przez strony internetowe, imprezy publiczne połączone ze zbiórkami pieniędzy, kwesty, sprzedaż *cegiełek*, skarby w miejscach publicznych, charytatywne SMS-y
2. **Współpraca z firmami i instytucjami** – sponsoring, darowizny finansowe, rzeczowe oraz usług, umowy barterowe
3. **Granty i dotacje** – w tym granty i dotacje od ośrodków rządowych i samorządowych, fundacji wsparciowych i grantodawczych, zagranicznych organizacji grantodawczych oraz środków Unii Europejskiej
4. **Działalność gospodarcza** i odpłatna działalność pożytku publicznego
5. 1% podatku dochodowego
6. **Składki członkowskie**



Dlaczego fundraising?



Cele działań fundraisingowych

- I. Zapewnienie przychodów na działania społecznie użyteczne i rozwój organizacyjny
- II. Pozyskanie darczyńców indywidualnych, partnerów z II sektora oraz dotacji lub grantów
- III. Budowa kapitału społecznego pomocnego w dalszym rozwoju organizacji i zwiększenie świadomości działań organizacji



Czym jest fundraising ?

Typologia działań fundraisingowych

I. Fundraising



II. Sponsoring



III. Tworzenie wniosków o granty



Czym jest Fundrasing ?

Typologia działań fundrasingowych

- I. **Fundrasing** - komunikacja z otoczeniem organizacji w celu pozyskania darczyńców indywidualnych oraz korporacyjnych. W tym obszarze zawiera się współpraca przy projektach CSR
- II. **Sponsoring** – nawiązywanie relacji z firmami z II sektora, które mają na celu wzajemne świadczenia. NGO otrzymuje środki na działalność a partner biznesowy ma możliwość obecności w komunikacji i eventach organizowanych przez organizację.
- III. **Tworzenie wniosków o granty** – znajdowanie programów grantowych finansowanych z budżetów: państwa, samorządu, firm, przygotowywaniu wniosków i projektów oraz ich realizacji



Filary prowadzenia skutecznego fundraisingu

1. Określona misja organizacji.
2. Strategia rozwoju i plan działania.
3. Dojrzałość instytucjonalna (struktura, funkcje, kompetencje, procedury, kultura organizacyjna).
4. Kapitał ludzki (osoby, ich potencjał i relacje).
5. Kapitał społeczny (rozpoznawalność, wizerunek, partnerstwa, kontakty)



Ewolucja fundraisingu

- **15 lat temu** – zbieranie i tworzenie bazy darczyńców, wysyłanie listów pocztą, zbieranie funduszy, analizowanie i optymalizacja kampanii
- **5 lat temu:** zbieranie i tworzenie bazy darczyńców, wysyłanie listów i email, zbieranie funduszy, analizowanie i optymalizacja
- **Dzisiaj** – zbieranie bazy darczyńców, email, likeów, followersów, nr telefonu do SMS, zbieranie funduszy, analizowanie i optymalizacja kampanii

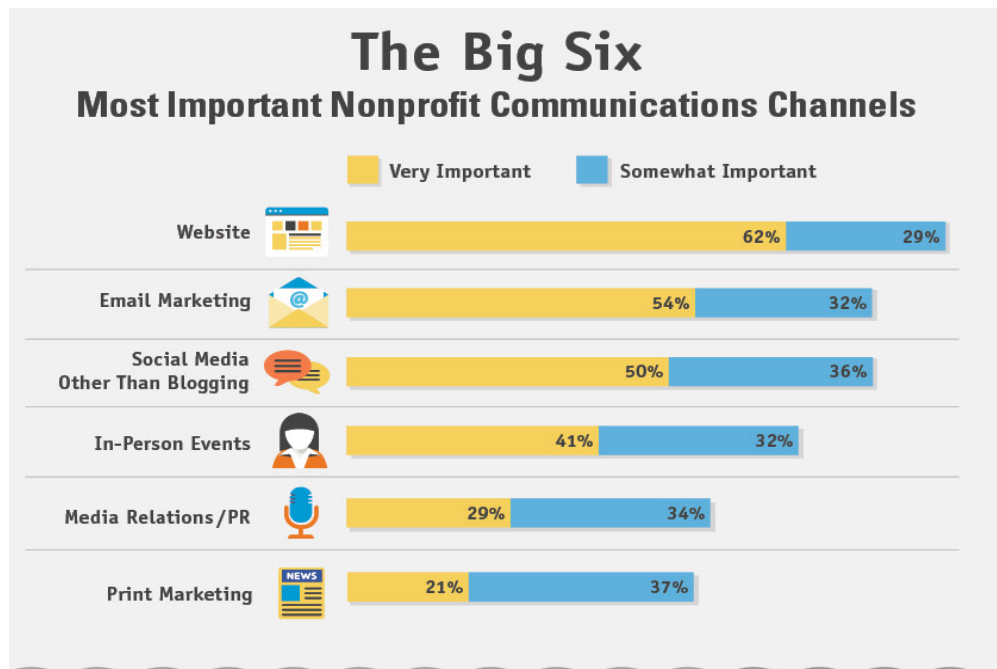


Jak dopasować formy komunikacji do darczyńcy ?

	Rok urodzenia	Komunikacja , media
Pradziadkowie	1901 - 1924	List, spotkanie osobiste
Seniorzy – cicha generacja	1925 - 1945	List , spotkanie osobiste
Baby Boomers	1946 - 1964	Spotkanie , List, telefon, email
Pokolenie X	1965 - 1980	Email, Internet, telefon
Pokolenie Y	1981 - 1995	Mobile, Internet, email



Doświadczenia amerykańskie – rosnąca rola Internetu i mediów społecznościowych w komunikacji non - profit



Amerykańskie dane z 2014 r. na podstawie badania online 2,100 pracowników sektora non profit, dotyczącego analizy trendów w komunikacji marketingowej, źródło: Non profit marketing guide.com

Najbardziej efektywny kanał komunikacji non-profit: spotkania osobiste, e-mailing oraz listy o darowiznę



Amerykańskie dane z 2014 r. na podstawie badania online 2,100 pracowników sektora non profit, dotyczącego analizy trendów w komunikacji marketingowej, źródło: Non profit marketing guide.com

Dlaczego darczyńcy wspierają organizacje?

- Chcą wywierać wpływ na rzeczywistość za naszym pośrednictwem.

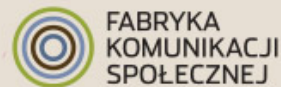


Dlatego musimy mówić nie co robimy,
ale jak zmieniamy świat.

Fundraising to budowa relacji

- Motywacja do działania
- Pełna wiara w misję
- Ludzie dają ludziom a nie programom
- Szczególna wartość osobistych relacji i zaufania
- Ludzie ofiarują ponieważ wierzą w ideę i możliwość zmiany
- Mają z tego osobistą satysfakcję





Jak pozyskać darczyńców indywidualnych?



Darczyńcy indywidualni – jak pozyskać ich wsparcie?

- Sformułowanie Celu, który wyróżnia i jest potrzebny
- Ustalenie programów i projektów które przyczyniają się do realizacji celu i mogą być wspierane przez darczyńców
- Przygotowanie komunikacji dopasowanej do profilu odbiorcy
- Zaplanowanie wydarzenia - np. konferencji dla pacjentów, seminarium lub spotkania dla osób chcących wspierać organizację. Podziękowanie i prośba o darowiznę.
- Stworzenie koła, grupy lub klubu np. przyjaciół pacjentów aby dać darczyńcom poczucie przynależności do grupy wpływu i budowy networku.



Stworzenie możliwości wsparcia organizacji poprzez darczyńców indywidualnych

Warto ułatwić przekazanie darowizny na stronie www



Stworzenie zakładki na stronie z ofertą wsparcia, zaznaczenie na stronie www możliwości przekazywania darowizn:

- ✓ Umożliwienie płatności online – utworzenie na stronie możliwości płatności online, np. Przelewy 24, przez PayPal
- ✓ Możliwość wsparcia jednorazowego poprzez wpłatę na konto
- ✓ Formularz polecenia zapłaty - dla regularnych wpłat
- ✓ Podanie jakie działania będą wspierane przez wpłaty
- ✓ Podanie informacji o uprawnieniu do ulg podatkowych



Pozyskiwanie darczyńców przez stronę www

Lubie to! 2,5 tys.
Dołącz do nas na Facebook'u

FUNDACJA EWA BŁASZCZYK
Akogo!
ORGANIZACJA POZYTYWU PUBLICZNEGO

obudź mnie...

Wspólnie budzimy ze śpiączki

KRS: 0000 125 054

Przeznacz **1%** dla dzieci w śpiączce

Śpieszmy się. Dzieci czekają.

Aktualności
O śpiączce
Medycyna
Galeria
Linki
Kontakt

OGŁOSZENIE: Pediatra do Budzika

Warszawska Klinika Budzik dla dzieci w śpiączce pilnie poszukuje do pracy lekarza specjalisty z zakresu pediatrii na kontrakt w wymiarze 1/2 etatu (praca od poniedziałku do piątku w godzinach przedpołudniowych). Praca od zaraz!

więcej...

FUNDACJA

KLINIKA "BUDZIK"

WSPOMÓŻ FUNDACJĘ

Wspomóż Fundację Akogo!

Wspomóż Fundację Akogo?

Szanowni Państwo!
Wspólnymi siłami wybudowaliśmy Klinikę "Budzik" przy Centrum Zdrowia Dziecka w Warszawie, placówkę, do której trafiają już mali pacjenci w śpiączce. Dzięki Państwa wsparciu, powstał projekt, jakiego nie było w naszym kraju... Budowa i wyposażenie Kliniki pochłonęły ponad 20 mln zł.

Każda inicjatywa, każdy wysłany SMS, każda najmniejsza wpłata jest dla nas ogromną pomocą.

Możesz nas wspomóc na kilka sposobów:

- Przeznacz 1%
- Wyślij SMS
- Przelew on-line
- Zrób wpłatę przez PayPal
- Przelew tradycyjny
- Licytuj na aukcjach
- Odwiedź nasz sklepik
- Pobierz aplikację
- Zostań wolontariuszem

Partnerzy strategiczni fundacji

TZMO SA
www.tzmo-global.com

Wspierają nas
Dzięki wsparciu tych firm i instytucji nasza działalność jest możliwa

> zobacz kto jeszcze nas wspiera <

Komunikacja z partnerami i darczyńcami

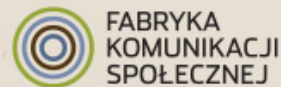
- Spotkania bezpośrednie z odpowiednimi osobami w odpowiednim czasie
- Przygotowanie i wysyłka listów , telefony
- Newsletter – wprowadzenie regularnej komunikacji ze wszystkimi interesariuszami organizacji
- Media społecznościowe - FB, Twitter, You Tube – promocja wydarzeń i informacje na temat działań organizacji



Kluczowe procesy w fundrasingu

1. Pozyskiwanie darczyńców
2. Dziękowanie
3. Utrzymanie i lojalizacja darczyńców
4. Dokumentowanie życia organizacji
5. Aktualizacja baz danych





Fundraising skierowany do instytucji



Fundraising skierowany do instytucji (firm, korporacji, organizacji publicznych):

- sponsoring
- granty
- sprzedaż licencji na wykorzystanie logo organizacji
- zakup przedmiotów z logo organizacji
- aukcje przedmiotów
- cause related marketing - marketing społecznie zaangażowany
- payroll giving
- udział w programach lojalnościowych
- oferowanie darmowych usług
- fundowanie darów rzeczowych

- Wg. Instytutu Fundraisingu

Definicja sponsoringu opracowana przez Europejskie Stowarzyszenie Sponsoringu

- Każda komercyjna umowa, z której płyną korzyści zarówno dla sponsora, jak i jednostki sponsorowanej,
- na której podstawie sponsor przekazuje wsparcie – najczęściej finansowe,
- otrzymując w zamian możliwość wykorzystywania związku pomiędzy sponsorowanym wydarzeniem a działalnością sponsora, jego markami bądź produktami



Fundraising korporacyjny – oferty sponsorskie, oraz udział we wspólnych projektach

W ochronie zdrowia jest potencjalnie duży rynek na fundraising korporacyjny

- Małe firmy – medyczne, firmy właścicielskie, oferta sponsorska po przygotowaniu oferty wydarzenia
- Średnie Firmy – medyczne, farmaceutyczne
- Korporacje – projekty doradcze i sponsoring wydarzeń, konferencji, szkoleń



Jak zachęcić sponsora do wsparcia organizacji?

1. Opracować prezentację z działalnością i strategią rozwoju organizacji.
2. Jak jest nasza misja, kim jesteśmy?
3. Co oferujemy? Co robimy dla innych?
4. W jakim obszarze działamy?
5. Kto jest naszym beneficjentem? Komu pomagamy?
6. W jaki sposób można nam pomóc?
7. Jakie odniesie się korzyści ze współpracy z nami?
8. Jakie są cele sponsora i plany działań?
9. Następnie pozyskać polecenie do osób decyzyjnych i umówić spotkanie.



Jak zainteresować sponsora?

1. Stworzenie przez Organizację/Fundację wydarzenia np. konferencji, seminarium lub konkursu
2. Założenie strony internetowej sponsorowanego wydarzenia
3. Powołanie Komitetu Honorowego
4. List do mediów i materiały informacyjne, pozyskanie patronów medialnych
5. Stworzenie trzech rodzajów ofert dla sponsorów



Pozyskanie sponsorów



Niech nasza oferta sponsorska będzie widoczna

- Zamieszczenie na stronie www propozycji sponsorskiej dla firm w oparciu o ideę odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstwa CSR
- Stworzenie znaku „Wspieramy Organizacje XYZ” który może być przez darczyńców umieszczany na stronach www, w komunikacji reklamowej itp.
- Przykład znaku ze strony Fundacji Alivia



Przykład Fundacji Alivia – ambasadorzy i firmy wspierające

AMBASADORZY ALIVIA



Wojtek Sokół - Muzyk



Teresa Lipowska - Aktorka

FACEBOOK



Alivia

Lubię to! 3 657



ALIVIA

Fundacja Onkologiczna
Osób Młodych

1% KRS 0000358654

POMAGAJĄ NAM



Źródła finansowania organizacji pozarządowych

1. *Darczyńcy indywidualni*
2. *Współpraca z firmami – sponsoring, darowizny finansowe, rzeczowe oraz usług, umowy barterowe*
3. **Granty i dotacje** – w tym granty i dotacje od ośrodków rządowych i samorządowych, fundacji wsparciowych i grantodawczych, zagranicznych organizacji grantodawczych oraz środków Unii Europejskiej

FUNDUSZE

fundusze prywatne

24 kwietnia 2015

edukacja i wychowanie

Konkurs grantowy „Najpierw Rodzina 2015” skierowany do

Towarzystwo Nasz Dom ogłasza konkurs grantowy „Najpierw Rodzina 2015”, skierowany do opiekunów zastępczej i małych placówek opiekuńczo-wychowawczych oraz placówek przekształconych w formy. W ramach konkursu udzielamy wsparcia finansowego na realizację projektów dotyczących rodzinami biologicznymi...

więcej

OK! 0

17 kwietnia 2015



3. edycja konkursu grantowego „To

Chciałbyś stworzyć ciekawe miejsce przyjazne dla rodziców? Pragniesz wybudować plac zabaw lub zorganizować zajęcia sportowe czy edukacyjne?

Poradnik	Fundusze	Technologie	Wiadomości	Ludzie	Regiony	Patronaty ngo.pl	Opinie	Fakty o III sektorze	Kalendarz	Ogłoszenia
----------	----------	-------------	------------	--------	---------	------------------	--------	----------------------	-----------	------------

ngo.pl » f	EOG, szwajcarskie		min ucieka
------------	-------------------	--	------------

	marszałkowskie		
--	----------------	--	--

UWAGA:	miejskie - gminne		organizacji ma
---------------	-------------------	--	----------------

	dzielnicowe		
--	-------------	--	--

	powiatowe		
--	-----------	--	--

	prywatne krajowe		
--	------------------	--	--

	publiczne krajowe		
--	-------------------	--	--

	strukturalne		
--	--------------	--	--

	stypendia		
--	-----------	--	--

	unijne		
--	--------	--	--

	wojewódzkie		
--	-------------	--	--

	wyniki		
--	--------	--	--

	zagraniczne inne		
--	------------------	--	--

Poradnik	Fundusze	Technologie	Wiadomości
----------	----------	-------------	------------

ngo.pl » f	EOG, szwajcarskie		min u
------------	-------------------	--	-------

	marszałkowskie		
--	----------------	--	--

UWAGA:	miejskie - gminne		rgan
---------------	-------------------	--	------

	dzielnicowe		
--	-------------	--	--

	powiatowe		
--	-----------	--	--

	prywatne krajowe		
--	------------------	--	--

	publiczne krajowe		
--	-------------------	--	--

	strukturalne		
--	--------------	--	--

	stypendia		
--	-----------	--	--

	unijne		
--	--------	--	--

	wojewódzkie		
--	-------------	--	--

	wyniki		
--	--------	--	--

	zagraniczne inne		
--	------------------	--	--

Google dla organizacji non-profit już w Polsce

Program Google dla Organizacji Non-profit daje organizacjom takim, jak Twoja bezpłatny dostęp do narzędzi Google, w tym do Gmaila, Kalendarza i Google Ad Grants. Dzięki temu możesz łatwiej docierać do nowych ofiarodawców i wolontariuszy, zwiększyć skuteczność swoich działań i informować o realizowanych inicjatywach.

Polskie organizacje charytatywne mogą się zapisywać do programu Google dla Organizacji Non-profit! Zapisując się otrzymacie darmowy dostęp do różnych produktów, narzędzi i usług Google.

W programie dostępne są:

- **Ad Grants**, czyli grant w wysokości \$10,000 do wykorzystania na reklamę organizacji przy użyciu Google AdWords
- **YouTube for Nonprofits**, czyli dodatkowe funkcjonalności usługi YouTube .
- **Google Apps** oferuje narzędzia dla organizacji – od e-maila po dokumenty – które zmniejszają koszty pracy i ułatwiają współpracę.

Google
for nonprofits

ngo.pl PORTAL ORGANIZACJI POZARZĄDOWYCH

Przykłady współpracy międzynarodowej Fundacja MY Pacjenci

1. **Norwegian Patient Organization** – partner projektu Pacjenci Decydują
2. **Icelandic Cancer Society** – partner projektu z funduszy EOG
3. Fundacja jest członkiem projektów **EUPATI** oraz **ECRAN** dotyczących edukacji środowisk pacjenckich z zakresu niezależnych badań klinicznych.
4. Fundacja zasiada w **Advisory Board for Patients Leaders Academy** – inicjatywy edukacyjnej London School of Economics oraz Brain Europe
5. Fundacja bierze udział w **European Cancer Patients Coalition**
6. Fundacja należy do **European Network of Gynecological Cancer Advocacy Group**.



Przydatne linki

- Polskie Stowarzyszenie Fundraisingu

www.fundraising.org.pl

- Instytut Fundraisingu – firma doradcza

www.institutfundraisingu.pl

- European Fundraising Association

www.efa-net.org

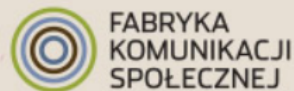
- Association of Fundraising Professionals (USA)

www.afo-net.org

- NGO.pl zakładka fundusze

ngo.pl





PACJENCI



decydują

Dziękuję za uwagę!