

# САМОДОСТАТНІСТЬ МУЗЕЮ ТА ФАНДРАЙЗИНГ

Світлана Куц

Світлана Куц

Музей Івана Гончара,

29 жовтня 2013 р.

Проект «Актуальний Музей»

1

## СЕСІЯ 1. 11.00 -12.30

- Визначення самодостатності
- Що таке фандрайзинг?
- Тренди музейного фандрайзингу

# Організаційна самодостатність





# ВИЗНАЧЕННЯ ФАНДРАЙЗИНГУ

- Fund – фонди, кошти, ресурси
- Raising – піднімати, зрощувати, вирощувати



**fundraising** [ˈfʌndˌreɪzɪŋ] 

# ВИЗНАЧЕННЯ ФАНДРАЙЗИНГУ

Це залучення до підтримки тих,

○ **Кому**

○ **Цікаво**

○ **Вас**

○ **Підтримати**

# ШЛЯХ ДО УСПІХУ В ФР

## ○ Міфи

- *Фандрайзинг – жебрацтво або канючіння.*
- *Якщо Ваша проблема – важлива, ви автоматично зберете багато грошей.*
- *Великі пожертвування можна одержати завдяки листам.*
- *Ми живемо в іншому суспільстві.*
- *Кампанії фандрайзинга «забирають» дуже багато грошей на їх проведення.*
- *Якщо кожен пожертвує якусь певну суму - мета збору засобів буде досягнута.*
- *Маленькі організації не можуть використовувати технології великих.*

# ШЛЯХ ДО УСПІХУ В ФР

## ○ Проблеми

**Чому фандрайзингові технології не працюють?**

- 1. Не спробували*
- 2. Якщо спробували, то неправильно*



# ТЕНДЕНЦІЇ В ФАНДРАЙЗИНГУ

- Соціальні мережі
- Невеликі пожертви
- Добре знані організації
- Краудфандінг
- З рук в руки
- Венчурна філантропія
- Обіцянка мільтимільйонерів

# ТЕНДЕНЦІЇ МУЗЕЙНОГО ФАНДРАЙЗИНГУ

- Члени, друзі та клуби
- Музейні крамниці
- Спонсорство
- Капітальні кампанії
- Фандрайзингові заходи
- Заповіти
- Гранти
- Прямий маркетинг

## СЕСІЯ 2. 13.00 -14.30

- Готовність до фандрайзингу
- Звернення за підтримкою
- Комунікація звернення за підтримкою

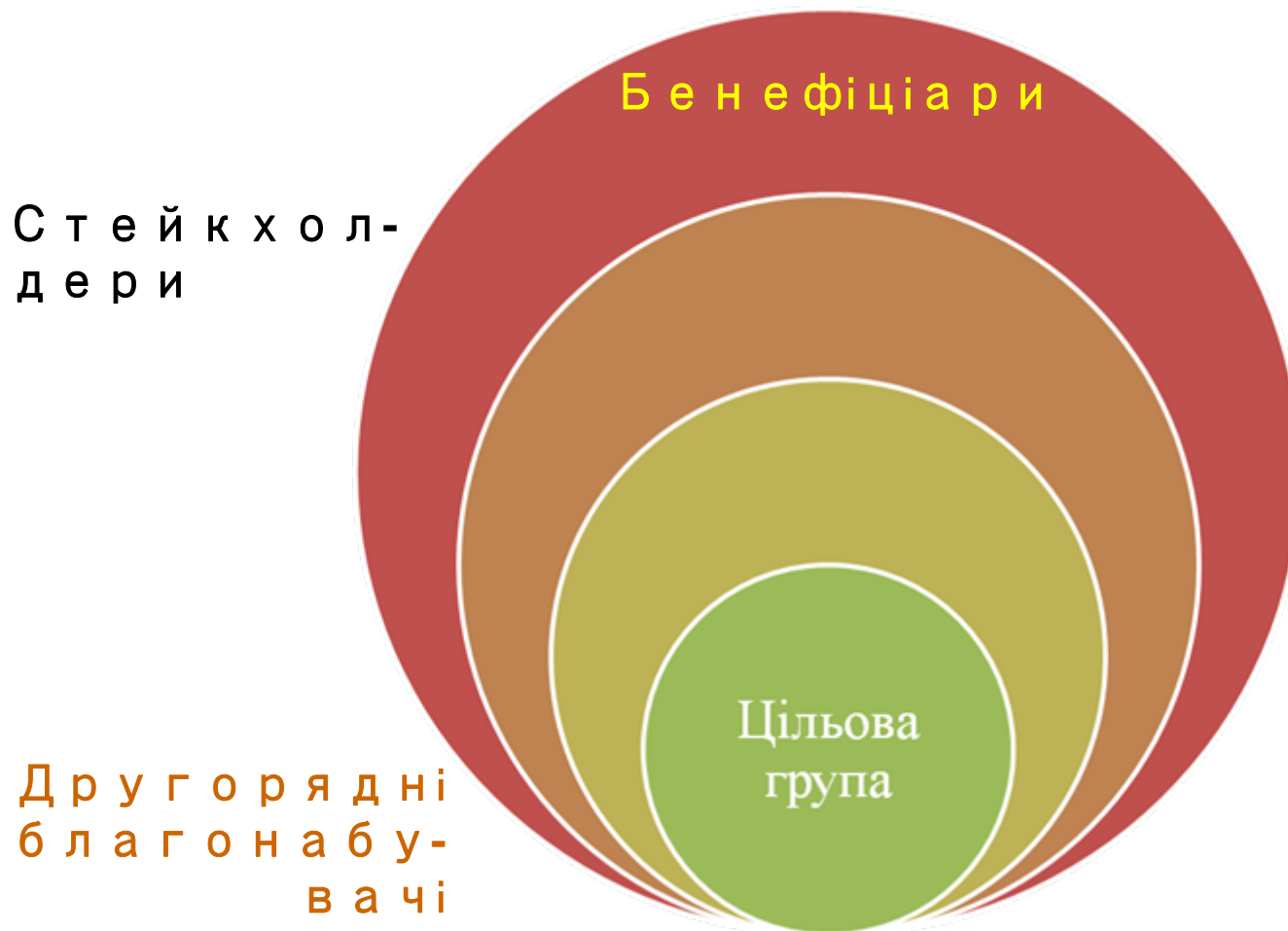
# ФР ПРИНЦИП №1 ВІРТЕ !!!

*Віра створює довіру*

- Вірте в те, що ви робите
- Вірте в місію вашої організації
- Вірте палко!

*Якщо ви палко вірите в те, що ви робите, ви зберете багато коштів*

# КОМУ МИ СЛУЖИМО?



## ФР ПРИНЦИП № 2

ЯК ВИ ФОРМУЛЮЄТЕ СВОЄ БАЧЕННЯ  
ВИЗНАЧАЄ ТЕ, ЯК ВИ БУДЕТЕ ЗАПИТУВАТИ  
КОШТИ У ВАШИХ ДОНОРІВ

- Бачення – **спільні** надії, мрії та образи майбутнього

# ФОРМУЛЮВАННЯ МІСІЇ

- *Навіщо існує ваша організація?*

**Raison d'être**

МІСІЯ

ВАША МІСІЯ – В ТРЬОХ СЛОВАХ?

КОГО ВОНА МОЖЕ ЗБУДИТИ?

ХТО МОЖЕ ДО ВАС  
ПРИЄДНАТИСЬ?

ХТО ЗАХОЧЕ ЦЕ КУПИТИ?



# ЩО МИ ПРОДАЄМО?

- Що купують люди?



# ФР ПРАВИЛО УСПІХУ

## РОЗУМІННЯ СПІВВІДНОШЕННЯ МІСІЯ-БАЧЕННЯ-ЦІЛІ-ЦІННОСТІ

- Згадуйте визначення вашої місії перед прийняттям важливих рішень.
- Візьміть формулювання вашого бачення та місії в рамку та повісьте їх у всіх приміщеннях організації.

# ПЕРЕКОНЛИВО?

Need

Importance of Need

Solution

Ease of Solution

Mecanism

Потреб а

Важливість  
потреби

Рішення

Легкість  
рішення

Механізм

# ДЕРЕВО ПРОБЛЕМИ

## Причины

Неплатежи населения

Ветхая система подогрева воды

Власти относятся к проблеме безразлично

Теплокомунэнерго не подают горячую воду

## Ключевая проблема

Отсутствие централизованной системы горячей воды в городе

## Следствия

Горожане пользуются коммерческими банями

Рост простудных заболеваний

Антисанитария в публичных учреждениях

Горожане вынуждены платить больше коммунальных

Люди уезжают из города

Низкая производительность труда

Школьники не осваивают программу из-за пропусков

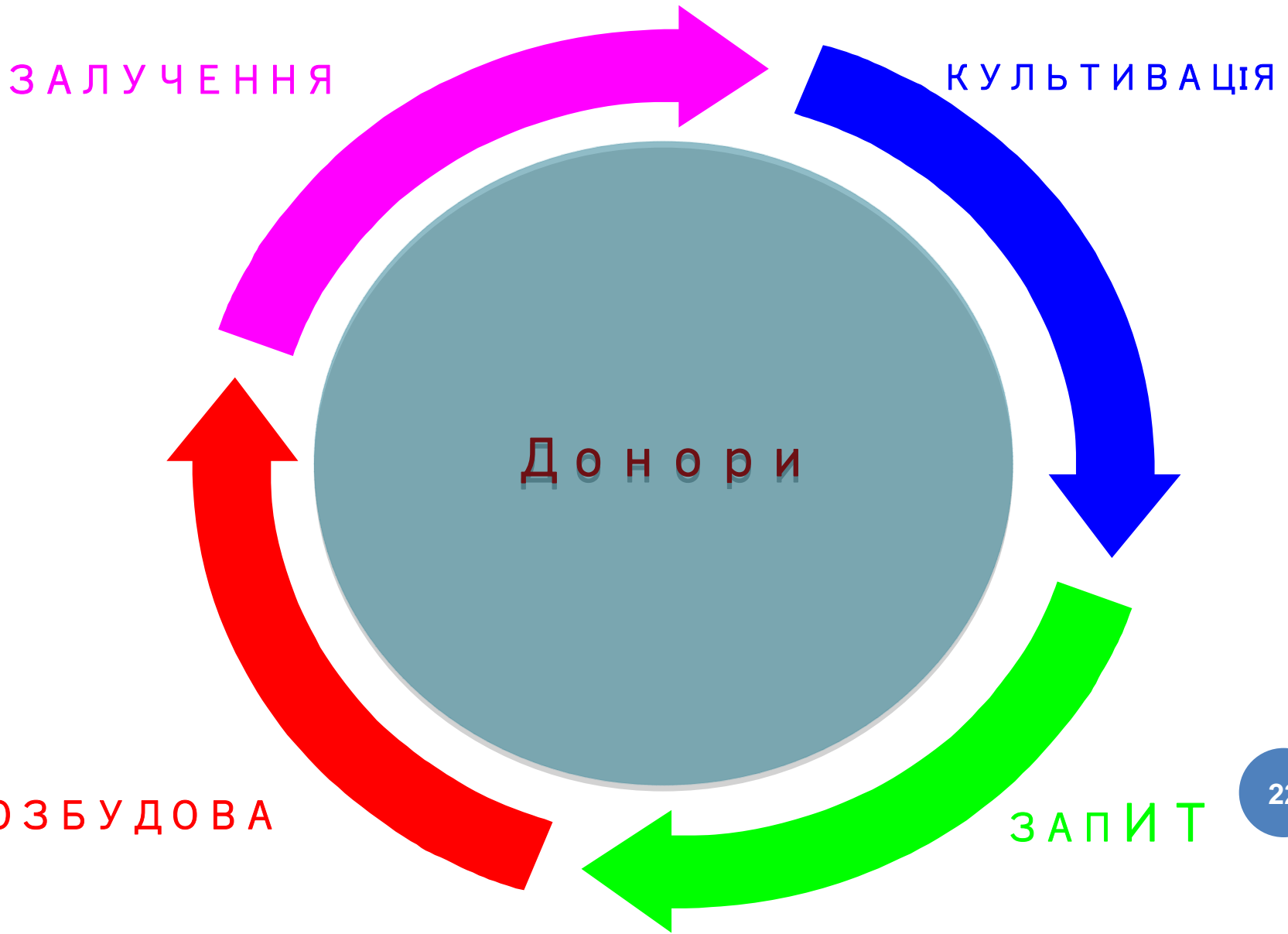
Высокая детская смертность



## СЕСІЯ 3. 15.00 -17.00

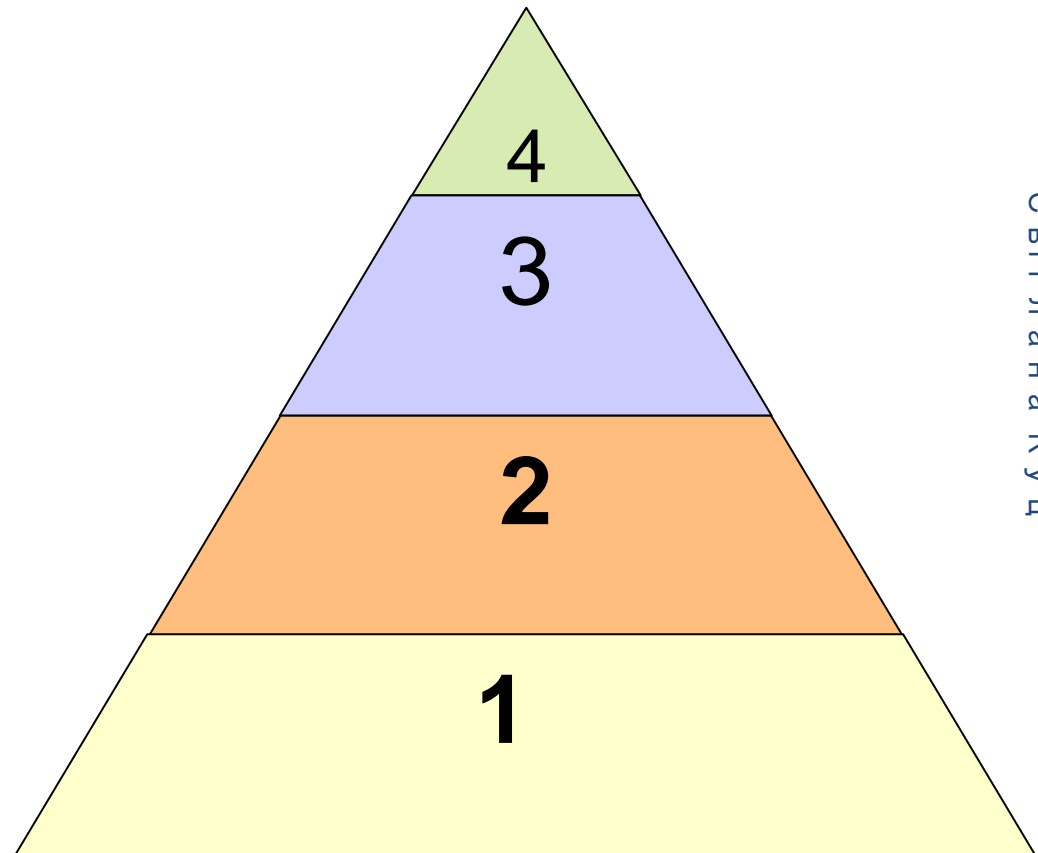
- Донори, хто вони
- Інструменти звернення за підтримкою
- Акції та заходи
  
- Завершення тренінгу

# Цикл відносин з донорами



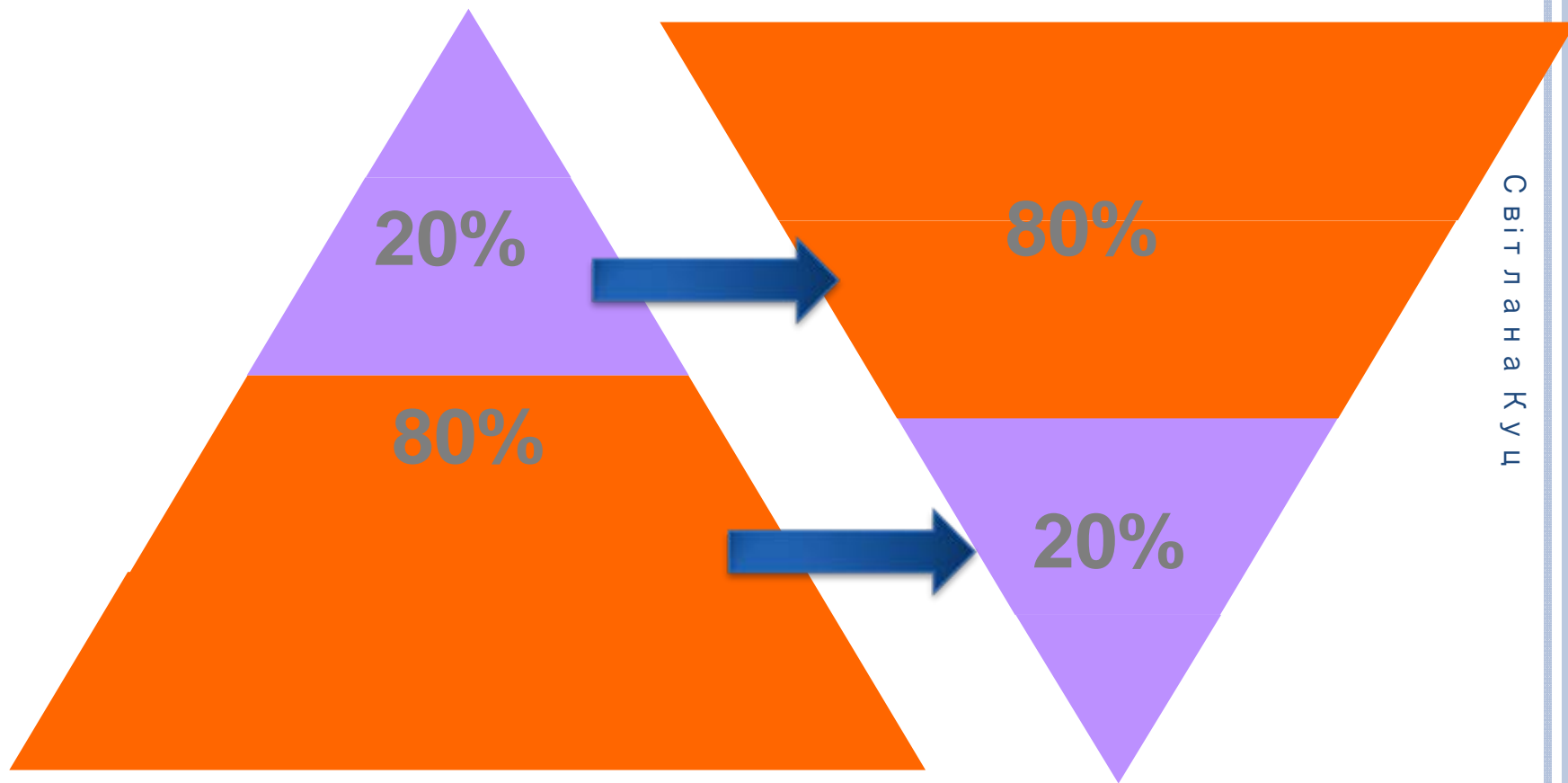
# Піраміда фандрайзинга і правило Парето

4. Донори надають пожертви завжди, дуже люблять організацію
3. Донори надають пожертви регулярно
2. Донори дають знову, спорадично
1. Донори, які жертвують вперше



# Правило Парето:

20% ваших донорів принесуть вам 80% доходу



Світлана Куд



# ПРАВИЛО ФАНДРАЙЗИНГА

## Розвиток довіри

- Комунікація
- Залучення
- Подяки
- Запрошення
- Інформування



# ФР ПРИНЦИП

## ФАНДРАЙЗИНГ НЕ МАЄ ВІДНОШЕННЯ ДО ГРОШЕЙ

- Фандрайзинг має справу з незадоволеними людськими потребами в здійсненні добр



ДОНОРИ

**Знайомі**

**Незнайомі**



## ФР ПРАВИЛО

**Пам'ятайте, що збір коштів краще розпочинати зі своїх знайомих, незалежно від рівня їх можливостей**

# ПОКОЛІННЯ

	Age Cohort	Цінності
Мовчазні	1925 - 1945	Відданість, терпіння, повага до правил та законів, статусу та посади
Бєбі-бумери	1946 - 1964	Оптимізм, зацікавлення в особистісному рості, командний дух, культ молодості
GEN X	1965 - 1980	Готовність до змін, неформали, емоційність, надія тільки на себе, гендерна рівність
GEN Y (kidults)	1981 - 2000	Почуття громадянського обов'язку, моральність, відповідальність, бажання швидкого результату

# ДОНОРИ - ЛЮДИ

- Приватні донори
  - Одноразові невеликі пожертви
  - Постійні пожертви
  - Великі пожертви/заповіти
  - Майно
  - Купівля
  - Пожертви на заходах
  - Волонтерство

# ДОНОРИ - ОРГАНІЗАЦІЇ

- Фонди (міжнародні та місцеві)
  - гранти (конкурсні/поточні)
  - співпраця
  - технічна допомога
- Корпорації (бізнес)
  - Пожертви
  - Соціальне спонсорство
  - Безоплатна «оренда» робочого часу працівників
  - Натуральний вклад (in-kind)
  - Синхронна пожертва (matched)
  - Волонтерство

# ДОНОРИ - ОРГАНІЗАЦІЇ

- Державні органи
  - Гранти
  - Контракти
  - Матеріальна підтримка
- Неприбуткові організації
  - партнерство
- Ваша організація
  - Членські внески
  - Продажа послуг і товарів
  - Соціальне підприємництво



# ІНСТРУМЕНТИ ФАНДРАЙЗИНГУ

○ AIDA

○ Кампанії

**Планування**

**Мейлінг**



**Моніторинг**

**Комунікація**

**Звернення за підтримкою**

## ЗВЕРНЕННЯ ЗА ПІДТРИМКОЮ

- Що ви скажете, щоб вам дали кошти?
- Не думайте, що донори знають про те, що ви збираєтесь сказати
- Розкажіть свою історію чітко, ясно та цілісно

# ВИ ГОТОВІ ВІДПОВІСТИ НА ПИТАННЯ ДОНОРА?

- 1. Чому Вам **НАСПРАВДІ ПОТРІБНІ** мої гроші?
- 2. Що ви **зібрались робити** з моїми грошима, якщо я вам їх дам?
- 3. Яку **користь я отримаю** від того, що віддам вам гроші?
- 4. Що **ви зробили** з моїми грошима?

# ЧОГО ПРАГНУТЬ ДОНОРИ?

- Змін або впливу на ситуацію
- Успіху
- Отримати знання та розуміння
- Обміну знаннями та досвідом



# ЗУСТРІЧ З ДОНОРОМ

Перед зустріччю запитайте себе:

- До кого краще звернутись за підтримкою?
- Кому з організації краще спілкуватись з даною людиною?



# ЗУСТРІЧ З ДОНОРОМ

Не застали ви його/її в  
стресовий момент

- Як йдуть його/її справи
- Яке в нього/неї захоплення  
(хобі)
- Звідки він/вона родом, де  
вчилися
- Скільки давали раніше



# РОЗМОВА З ДОНОРОМ ПРО ГРОШІ

- Не говоріть про гроші
- Благодійна пожертва – це простий процес, ускладнений нашими заплутаними внутрішніми переживаннями
- Розмова лицем до лица – ефективніша листа, тому що потребує більше мужності та енергозатрат
- Просить – це не вимагати
- Збір коштів – це запит коштів



# РОЗМОВА ПРО ГРОШІ

- Не намагайтесь змінити світ – це справа вашої організації
- Не намагайтесь змінити поведінку донора: чим більше ви на це витрачаєте зусиль, тим менше грошей отримаєте
- Донор повинен прийняти рішення ЗАРАЗ
- Нехай просить близька людина, або та, яка користується авторитетом донора





АІДА

**A**ttention — привернути увагу

**I**nterest — викликати інтерес

**D**esire — збудити бажання

**A**ction — дати можливість діяти



## АКСІОМА ФАНДРАЙЗИНГА

Найбільший УСПІХ у фандрайзингу станеться тоді, коли  
**ВІДПОВІДНИЙ ПРОХАЧ**  
звернеться  
**ВІДПОВІДНИМ СПОСОБОМ**  
до **ВІДПОВІДНОГО ДОНОРА**  
із запитом  
**ВІДПОВІДНОЇ ПОЖЕРТВИ**

Куц Світлана  
svitkuts@gmail.com