

STRONGER
ROOTS

Ako vytvoriť fundraisingovú stratégiu

PRÍRUČKA
Budovanie komunity
pre neziskovky

AUTORKA
Renáta Scheili,
NIOK Foundation

Ak ako dobročinná organizácia chcete dosiahnuť svoje ciele, potrebujete od svojej komunity komplexnú podporu – vrátane finančných príspevkov. Finančná stabilita a nezávislosť sú pre mnohé organizácie kľúčovými dlhodobými cieľmi, ale niekedy zostávajú len prianiami. Vedomým plánovaním však môžete toto pranie premeniť na realitu.

„Bez okruhu priaznivcov stráca nezisková organizácia zmysel svojej existencie a zároveň tak prichádza o celkom zásadný zdroj svojej životaschopnosti.“

Jiří Bárta, bývalý riaditeľ Nadace VIA a mentor programu Stronger Roots

Pokiaľ neustále bojujete s pokrytím svojich nákladov alebo neviete, ako udržiavať organizáciu a pokračovať vo svojich aktivitách v najbližších mesiacoch alebo rokoch, je čas vytvoriť fundraisingovú stratégiu! Nenechajte sa vystrašiť slovom „stratégia“ – jednoducho to znamená, že plánujete, čo budete robiť v nasledujúcom časovom horizonte, zvyčajne v nasledujúcom roku alebo niekoľkých rokoch, aby ste získali prostriedky potrebné na pokračovanie vašej práce pre dobrú vec, o ktorú sa usilujete. Podľa nižšie uvedených kľúčových krokov môžete vytvoriť fundraisingový plán.

#1 VÝCHODISKOVÝ BOD

Začnime od základov. Váš tím musí mať jasné a spoločné chápanie toho, aké je vaše poslanie a základné ciele. Hoci to možno znie ako samozrejmosť, nie je nezvyčajné, že diskusie o poslaní organizácie odhalia rozdiely v chápaní a dokonca protichodné predstavy. Keďže sú to vaše spoločné hodnoty, problémy a ciele, ktoré vás spojili ako organizáciu, vrátane vašej širšej podpornej komunity, všetko, čo robíte, musí vychádzať z týchto základov. Na vašej spoločnej misii sa môžete podieľať rôznymi spôsobmi – ako zamestnanec, dobrovoľník alebo darca, ale musíte sa zhodnúť na svojich základných cieľoch. A tieto ciele určujú vaše finančné potreby.

Musíte tiež zväziť svoje súčasné skúsenosti s fundraisingom a výsledky, nastaviť si realistické ciele a zistiť, ako sa k nim môžete dopracovať. Môžete na to použiť niekoľko metód. Najviac populárna je SWOT analýza, ktorá mapuje vaše silné a slabé stránky, príležitosti a ohrozenia.

Je tiež dôležité posúdiť svoje organizačné kapacity a potenciál, ako aj príležitosti okolo vás, aby ste mohli vytvoriť realistický plán obsahujúci potenciálne príjmy, ako aj súvisiace náklady. Ak toto vynecháte, možno budete musieť neskôr zmeniť svoje plány a uvidíte slabšie výsledky, než v aké ste dúfali.

#2 CIELE A KANÁLY PRE FUNDRAISING

Teraz si môžete stanoviť vaše fundraisingové ciele:

- Akú sumu potrebujete a chcete získať?
- V akom časovom období?
- Ako?
- Koľko do týchto aktivít môžete investovať?

Príklad: Do konca roka chcete získať 20 000 eur od malých darcov, štátnych a firemných grantov a na tento proces môžete minúť 4 000 eur.

Stojí za zmienku, že počiatočné fázy fundraisingu zvyčajne vyžadujú väčšiu prvotnú investíciu a menšie investície aj neskôr. Majte však na pamäti, že to všetko podporí vaše dlhodobé fundraisingové ciele.

Keď máte váš cieľ stanovený, môžete premýšľať o rôznych zdrojoch príjmu: aké zdroje máte k dispozícii, koľko od každého očakávate, ako ich môžete dosiahnuť a aké sú súvisiace náklady. Musíte si určiť, ktoré inštitúcie a firmy a aký okruh potenciálnych malých darcov (individuálnych podporovateľov) chcete osloviť a ktorý projekt alebo aktivitu by mali podporiť. Je tiež dôležité vytvárať relevantné a pútavé posolstvá, ktoré môžu byť pre každú cieľovú skupinu odlišné.

Príklad: *Chcete získať od firiem dar 1 500 eur na letné tábory v budúcom roku. Vašou ponukou oslovíte 15 firiem. Očakávate, že pracovný čas a ďalšie súvisiace náklady budú okolo 3 000 eur. Považujete to za prvý krok vašich dlhodobých firemných fundraisingových plánov a očakávate, že o 3 roky budete mať 4 – 5 stálych firemných partnerov, ktorí vám ročne darujú 7 500 eur.*

#3 PLÁNOVANIE KAPACÍT

Na úspešné získavanie financií si budete potrebovať vyhradiť kapacity a čas. Ak vo vašej organizácii ešte nemáte skúsenosti s fundraisingom, existujú rôzne spôsoby, ako môžete pripraviť svoj tím. O fundraisingu je k dispozícii veľa príručiek, ale ešte viac efektívne je poobzerať sa po školení alebo sa opýtať konzultanta, napríklad pri príprave svojej prvej kampane.

Taktiež vám môže chýbať potrebná infraštruktúra, teda fundraisingová platforma, administratívne a finančné systémy a procesy, dobrá databáza, zoznam mailových adries, nástroj na rozposielanie hromadných e-mailov alebo komplexný CRM systém.

#4 STANOVENIE MERATELNÝCH CIEĽOV DEFINUJÚCICH SÚVISIACE AKTIVITY A NAČASOVANIE

Je čas premyslieť si svoje konkrétne ciele, ktoré chcete dosiahnuť, čo bude určovať vaše úlohy a časový plán. Tieto môžu zahŕňať:

- počet kampaní zameraných na individuálnych darcov, ktoré spustíte,
- počet nových/pravidelných darcov a množstvo darov, ktoré chcete získať,
- počet firiem, ktoré chcete osloviť v určitom časovom období,
- počet nových firemných partnerstiev,
- počet grantových žiadostí, ktoré chcete napísať.

Na základe týchto cieľov si môžete premyslieť konkrétne úlohy, ktoré budete musieť splniť. Vytvorte si zoznam úloh s časovým plánom a sledujte, ako sa vám v celom procese darí.

ČO ĎALEJ?

Ďalšie kroky sa budú líšiť v závislosti od typu fundraisingu a zahŕňajú už konkrétne plány: vytvoríte plán kampane pre malých individuálnych darcov, pripravíte návrhy pre potenciálnych firemných darcov atď. Nezabudnite, že kľúčom k úspechu je správne plánovanie, vytrvalá komunikácia a fundraisingové aktivity.

