



Úkol na příští seminář:

Pro vybranou NNO:

- Vybrat nejvhodnější fundraisingové metody
- Sestavit seznam vhodných zdrojů
- Specifikovat okruh dárců
- Zpracovat roční rozpočet a navázat ho na možné zdroje



Fundraising

- získávání prostředků, resp. hledání zdrojů, které má pomoci především neziskovým organizacím zbavit se nedostatku financí
- různé metody a postupy jak získat finanční a jiné prostředky na činnost neziskovým organizací.



Druhy příjmů neziskových organizací:

- členské příspěvky,
- příspěvky státního a obecního rozpočtu, fondů a nadací (většinou v podobě grantů),
- dary od občanů a firem,
- tržby z vlastní činnosti.



Okruhy dárců:

- **Mají vyhrazené prostředky**
- **Dávají poprvé**
- **Nemají vymezené prostředky**
- **Dali již v minulosti**



Motivy dárců:

- Marketingové účely (reklama dárce nebo jeho produktu, apod.)
- Širší podnikové cíle (zlepšení postoje veřejnosti, distribuce jinak těžko použitelných výrobků, získání loajálního postoje ze strany NNO, snížení daňového základu)
- Negativní motivy (osobní prospěch a sláva, pocit moci, praní špinavých peněz)
- Atmosféra altruismu



Obecně lidé dávají peníze:

- **jestliže k tomu mají významný a neodkladný důvod,**
- **jsou osobně zainteresovaní na výsledku podpořené činnosti,**
- **vidí ostatní, jak přispívají na tutéž činnost svým časem a penězi,**
- **vědí, že jim bude neodkladně poděkováno**
- **že budou viditelně spojováni s úspěchem projektu,**



Obecně lidé dávají peníze:

- **že budou pravidelně informováni o rozvoji organizace,**
- **vědí přesně, na co budou jejich peníze použity a že budou využity rozumně a šetrně,**
- **že podpořená organizace je prosycená nadšením a optimismem a že jistě získá potřebné finance i od ostatních.**



Co víme o individuálních dárcích?

- Průměrný roční dar se pohybuje kolem 2 % ročního příjmu dárce.
- Toto procento se snižuje s narůstajícím příjmem dárce.
- Relativní roční výše daru se naopak zvyšuje s věkem dárce.
- Lidé žijící v manželství mají tendence dávat více nežli svobodní.



Co víme o individuálních dárcích?

- Členové různých NO a lidé věřící dávají v průměru více nežli lidé, kteří nejsou členy nějaké NO nebo jsou bez vyznání.
- Lidé, kteří někdy dobrovolně pomáhali v nějaké NO, dávají více než ti, kteří dobrovolných prací neúčastní.



Dříve než oslovíme vybraného dárce,
je dobré si ujasnit následující otázky:

- je vůbec solventní?
- jaké širší marketingové cíle sleduje?
- do čeho chce dlouhodobě investovat?
- nachází v dobré situaci, aby se u něj prosadila myšlenka altruismu?



Tři stupně ve vztahu žádosti neziskové organizace k dárci (sponzorovi):

- nezisková organizace mu nemůže nabídnout nic,
- může nabídnout určitou protihodnotu, ale podstatně nižší,
- nabízí srovnatelnou protihodnotu.



Plánování fundraisingu I:

- definovat poslání organizace,
- určit konkrétních a měřitelných cílů,
- vypracovat realizačního a časového plánu aktivit, na základě čehož se zpracuje roční rozpočet,
- ověřit, zda naše organizace skutečně reaguje na potřeby ve společnosti,
- uvažovat o zapojení dobrovolníků do fundraisingových akcí,



Plánování fundraisingu II:

- vybrat pro danou situaci nejvhodnější fundraisingové metody,
- sestavit seznamu možných zdrojů,
- specifikovat okruh dárců,
- požádat o dar,
- informovat dárce o použití jeho daru,
- snažit se o obnovení a/nebo zvýšení daru.



Metody fundraisingu:

- přímý poštovní styk, tzv.direct mail
- inzerce
- vyhlášení veřejné sbírky, resp.benefiční akce
- telefonní fundraising
- fundraising „od dveří ke dveřím,“
- „testament fundraising“
- písemná žádost o grant
- osobní návštěva .



Osobní rozhovor:

- Neformální zahájení hovoru
- Krátké stručné představení organizace
- Další doplňující dotazy
- Shrnutí programu a předložení podrobného rozpočtu
- Jednání o daru
- Rozloučení
- Děkovný dopis a pravidelné informování dárce



Žádost o grant, resp. projekt:

- velmi byrokratický postup, který však přinese vysoké finanční sumy, možnost dlouhodobé spolupráce.
- Měla by obsahovat shrnutí, poslání organizace, problém, který má být projektem řešen, cíle projektu, dílčí cíle, metody práce, rozpočet a metody hodnocení projektu.