

# Algoritm pentru lucrul cu afaceri

Pentru a lucra cu donatorii de afaceri, străngeri de fonduri aderă la un algoritm simplu și eficient atunci când colaborează cu companii, dovedit de-a lungul anilor:

**Primul pas este să evaluați nevoia (ceea ce are nevoie organizația dvs.). Important aici este să vă identificați nevoile și să găsiți o afacere care să le satisfacă. Adesea, ONG-urile nu pot defini clar ce este necesar și de ce. Pentru a face acest lucru, este important să studiați cu atenție bugetul proiectului dvs. și să înțelegeți care dintre elementele sale trebuie acoperite în numerar și care pot fi obținute sub formă de resurse. De exemplu, pentru salarii este nevoie doar de bani, dar se pot căuta în natură închirierea de echipamente, rechizite de birou, servicii de tipărire, cheltuieli cu alimente etc. Donatorul dvs. de afaceri poate acoperi aceste cheltuieli în totalitate, parțial sau poate oferi reduceri.**

Este recomandat să solicitați companiei produsul/serviciul pe care îl produce. De asemenea, este important să rețineți că afacerea nu vă sprijină NPO-ul, ci secțiunile dumneavoastră.

**Al doilea pas este să găsești și să selectezi un donator - pe cineva care îți poate oferi ceea ce ai nevoie.**

Pentru a face acest lucru, este necesar să folosiți toate opțiunile posibile pentru găsirea donatorilor. Aici sunt câțiva dintre ei:

- Un cerc cald de cunoștințe și prieteni care sunt angajați ai unor potențiali companii donatoare. Solicitați contacte pentru a discuta despre cooperare.
- Diverse asociații de antreprenori și comunități de afaceri, camere ale antreprenorilor etc.
- Prezența obligatorie a ONG-urilor la expoziții, conferințe, mese rotunde, zile porți deschise, implicând contactele necesare negocierilor ulterioare.
- Căutare prin Internet, și anume prin site-urile companiilor postate pe bannere publicitare din regiune și prin resurse de internet.
- Publicații tipărite și medii electronice. Studiarea articolelor din reviste/portale online unde sunt publicate poveștile de succes și ratingurile companiei.
- Site-urile web ale altor ONG-uri și secțiunile „partenerii noștri”. Acolo veți găsi liste cu companii care sunt deja implicate în proiecte caritabile și sunt mai ușor de contactat dacă sunt dispuse să sprijine mai multe ONG-uri. Le poți oferi propria ta versiune specială de cooperare.

**Al treilea pas: formulați o propunere pentru donator și contactați compania.**

Pentru acest pas, va trebui să aplicați metodele menționate la pasul 3 de mai sus. Există recomandări și sfaturi importante pentru fiecare etapă de lucru:

- Scrisorile și prezentările pot fi în format hârtie sau electronic. Ceea ce este important aici este calitatea designului și claritatea propunerii.
- Tine minte! Acordurile majore se ajung cel mai adesea în timpul unei întâlniri personale.
- Prezentarea nu trebuie să depășească limita de 10 diapozitive (de preferință), să fie flexibilă și logică ca structură, să aibă text compact și imagini adecvate pentru a transmite mesajul și emoțiile

dorite.

- Înainte de a trimite o scrisoare/prezentare, este important să faceți un apel preliminar și să anunțați că aceasta a fost trimisă, acest lucru va crește foarte mult șansele ca propunerea dumneavoastră să fie revizuită.
- Este indicat să dobândești abilitățile de negociere telefonică de succes, deoarece... această jumătate garantează succesul negocierilor dumneavoastră în persoană.
- Este important să pregătiți un script de conversație telefonică care va ajuta la punctele cheie ale vocii.
- Trebuie să vă pregătiți cu atenție pentru o întâlnire personală: să vă formulați obiectivele cât mai clar posibil (rezultate minime și maxime), să vă analizați punctele forte și punctele slabe, să pregătiți o listă de proiecte de succes, să studiați cu atenție informațiile despre compania donatoare (arătați-vă gradul de conștientizare), pregătiți opțiuni alternative de cooperare (din care să alegeți), pregătiți și discutați un proiect de decizie și puncte cheie.

Sfaturi profesionale importante! La o întâlnire, strângerea de fonduri vorbește 20–30% din timp și ascultă 70–80% din timp! Acesta este ceea ce vă va ajuta să obțineți cele mai multe informații despre companie și să pregătiți oferta perfectă, satisfăcătoare.