

## Concepte generale

Strângerea de fonduri este un proces. În consecință, ca orice alt proces, procesul de strângere de fonduri trebuie să fie bine planificat. Planificarea unei campanii de strângere de fonduri în practică înseamnă sincronizarea programelor/produselor individuale de strângere de fonduri ale organizației dvs. și implementarea acestora pe o anumită perioadă de timp (de obicei, unul sau doi ani), adică îndeplinirea tuturor sarcinilor individuale de care organizația dvs. are nevoie pentru a colecta fondurile necesare pentru functionarea acestuia.

Pentru a dezvolta un plan de strângere de fonduri, organizația ta trebuie să-și definească clar obiectivele și scopurile, deoarece ceea ce vrei să obții este ceea ce te motivează și, de asemenea, determină de ce ai nevoie pentru a reuși - ce și cât. Pentru a evalua corect ce aveți (fonduri curente) și ce aveți nevoie (fonduri viitoare), utilizați o analiză SWOT a organizației.

Odată ce știi ce vrei să faci, ce și cât de mult va trebui să faci, trebuie să adună soluții ideale, să faci brainstorming, să generezi idei creative. În mod firesc, făcând acest lucru, trebuie să veniți cu picioarele pe pământ și să decideți ce este realist și poate fi realizat cu mijloacele și potențialul pe care le aveți, adică să selectați un portofoliu de programe/produse de strângere de fonduri pe care organizația dvs. le va promova în perioada potrivită. . Numai atunci vă puteți pregăti planul, dezvolta un calendar, stabili termene limită pentru activități și evenimente cheie, atribui sarcini și responsabilități inerente oamenilor - acest rezultat se numește Strategie (Plan) de strângere de fonduri.

Ca document intern al organizației, strategia de strângere de fonduri își propune să descrie obiectivele stabilite, să elaboreze un plan de acțiune pentru a le atinge, termenele limită și bugetul programului.

Având în vedere natura sa cuprinzătoare, documentul Strategiei de strângere de fonduri ar trebui să conțină următoarele componente:

De ce ai nevoie de o strategie de strângere de fonduri?

**Dezvoltarea unei strategii de strângere de fonduri permite unei organizații să se asigure că:**

- Există o înțelegere comună a obiectivelor și priorităților organizației;
- Prioritățile stabilite sunt în concordanță cu misiunea și obligațiile statutare ale organizației;
- Prioritățile identificate sunt complementare altor activități și servicii locale și nu dublează activitățile întreprinse de alte organizații locale;
- Există o strategie generală care determină ordinea în care vor fi implementate aceste priorități.

La planificarea acumulării de fonduri, sunt luate în considerare atât numerarul, cât și alte forme de sprijin (cum ar fi servicii de închiriere pentru săli de ședințe, evenimente, echipamente, transport sau publicitate).

**O strategie eficientă de strângere de fonduri promovează:**

- Creați o imagine clară a obiectivelor/priorităților organizației;
- Asigurarea faptului că prioritățile sunt realiste și realizabile;
- Asigurarea utilizării mai direcționate a fondurilor;
- Asigurarea finanțării de succes;
- Încurajează responsabilitatea comună pentru strângerea de fonduri.

**Obiectivele pe termen scurt ale strategiei de strângere de fonduri decurg din obiectivele sale pe termen lung:**

- Continuarea activităților curente;
- Extinderea gamei de servicii și introducerea de noi domenii de activitate;
- Reducerea dependenței în vederea creșterii independenței (reducerea influenței finanțatorului și reducerea riscului de dependență de o singură sursă de venit);
- Crearea de rezerve;
- Finanțare crescută pe termen lung.

**Care este rolul unei strategii de strângere de fonduri?**

O strategie de strângere de fonduri poate fi folosită ca document de sine stătător pentru un anumit proiect sau ca anexă la un plan strategic. O strategie de strângere de fonduri nu înlocuiește planul de acțiune al unei organizații. Strategia de strângere de fonduri reprezintă prima etapă a procesului, cea mai eficientă strategie va fi revizuită pentru a ține cont de schimbările care au avut loc de-a lungul timpului în interiorul și în afara organizației și oferă, de asemenea, o oportunitate de a evalua și măsura dezvoltarea.

Următoarele pot fi sugerate ca modalități de a integra o strategie de strângere de fonduri într-o organizație:

- Revizuirea periodică a strategiei;
- Actualizarea strategiei prin întâlniri interne;
- Identificarea etapelor cheie ale planului de evaluare a dezvoltării;
- Diseminarea planului către noii membri ai organizației sau Consiliului de administrație.

Etape cheie în dezvoltarea unei strategii de strângere de fonduri

Procesul de dezvoltare a unei strategii de strângere de fonduri implică următorii pași cheie:

### 1. Clasificarea obiectivelor organizaționale

Nu uita că nu vrei să strângi bani. Vrei să realizezi obiective care te vor aduce cu un pas mai aproape de îndeplinirea misiunii și viziunii tale.

Pentru a face acest lucru, trebuie să fii sigur de ce anume vrei să obții și de ce vei avea nevoie pentru asta:

- Misiunea organizatorică;
- Obiective pentru o anumită perioadă de timp;
- Cerințe de finanțare: cât, de ce, cheltuieli de bază.

### 2. Analiza

#### *Interior*

- Indicatori actuali de strângere de fonduri - Boston Matrix;
- Situația financiară a organizației;
- Punctele forte și punctele slabe ale organizației (analiza SWOT).

#### *Extern*

- Factori politici, economici, sociali și tehnologici (analiza STEEP);
- Concurenți.

INDICATORI PENTRU MĂSURAREA SUCCESULUI UNEI SOCIETĂȚI DE Strângere de fonduri

1. **Indicator de strângere de fonduri.** O măsură a diferenței dintre venitul primit și costurile asociate cu colectarea acestui venit. Este indicat ca indicatorul de strângere de fonduri să nu fie mic;
2. **Profit net.** Numerarul rămas după acoperirea cheltuielilor. Aceasta este ceea ce rămâne organizației să cheltuiască pentru implementarea activităților sale, adică ar trebui să aveți suficient profit pentru a vă atinge obiectivele;
3. **Rata de raspuns.** Potrivit pentru metode care implică lucrul cu mai mulți potențiali donatori. Procentul celor care răspund la mesajul/aplicația dvs. este rata de răspuns. Cu cât acest indicator este mai mare, cu atât este mai bine pentru tine;
4. **Dimensiunea medie a donației.** Suma medie de bani acordată de fiecare donator reprezintă donația medie. Suma totală depinde de rata de răspuns și de contribuția medie a fiecărui donator;
5. **Costuri de strângere de fonduri.** Aceasta compară suma cheltuită pentru a atrage persoana/organizația și suma donației primite de la acel donator (comparativ pe o perioadă de timp).

Mai jos sunt câteva metode de lucru utilizate în faza de planificare a unei strategii de strângere de fonduri.

Strângerea de fonduri este un proces organizat de creare de rețele și colectare de fonduri sau alte resurse. Pentru ca o organizație să înceapă activități de strângere de fonduri, trebuie să îndeplinească multe criterii legate de pregătirea sa, care include mai multe componente ale vieții organizaționale:

1. Structura de conducere;
2. Management financiar;
3. Sisteme de management al informației;
4. Resurse umane.
5. Clasificarea donatorilor

1. Deși personalul de management nu este implicat direct în activitățile de strângere de fonduri, rolul lor este fundamental: elaborarea unui plan de strângere de fonduri (împreună cu personalul organizației și eventualii consultanți), participarea la nivel de coordonare a procesului, intervenind atunci când mai direcționează o abordare personalizată a finanțator pentru a rezolva probleme specifice sau a convinge donatorii. Datorită acestei participări, structurile de conducere legitimează orice cerere de alocare de fonduri, eliminând inițial toate întrebările legate de eventuala deturnare de fonduri. De asemenea, este recomandabil ca o cerere de finanțare (de orice tip) să fie însoțită de o scrisoare de recomandare din partea unui membru proeminent al Consiliului.

## 2. Management financiar

Alături de relațiile externe, managementul financiar reprezintă cea mai puternică componentă asociată activităților de strângere de fonduri pentru a ajuta o organizație să-și atingă obiectivele. Respectarea legislației în vigoare, planificarea și controlul resurselor financiare duc la creșterea eficienței organizației. Un management financiar bun indică adesea o organizație puternică. O organizație cu un management financiar eficient poate estima cu ușurință costurile diverselor activități și poate elabora un buget anual ca punct de plecare pentru activitățile de strângere de fonduri. Totodată, punctualitatea în raportarea financiară (rapoarte anuale, rapoarte comisii de audit, audit extern) contribuie la creșterea încrederii în organizație sau instituție, crescând astfel șansele de finanțare.

## 3. Sisteme de management al informației

Activitățile de atragere de fonduri implică luarea de decizii bazate pe informații complete și cuprinzătoare disponibile:

- Bugetele anuale anterioare;
- Bugete pentru diverse categorii de costuri sau proiecte/domenii de activitate;
- Rapoarte către diverși donatori;
- Informații diverse despre donatori;
- Liste de corespondență;
- Bazele de date ale donatorilor etc.

Pentru a nu te pierde în volumul de informații, este necesar să folosim metode mai eficiente de management al informațiilor. Crearea unui sistem ordonat și ușor de utilizat pentru gestionarea diferitelor fișiere informatice și sisteme de clasificare a documentelor reprezintă punctul de plecare al acestor eforturi, utilizând în continuare listele de corespondență informatică (lista de adrese) pentru a crea rapid mesaje.

În cele din urmă, utilizarea bazelor de date pentru a colecta și stoca diverse informații despre membrii organizației, donatorii existenți, potențialii donatori, sponsori, stadiul în care se află cererea de finanțare este un instrument foarte util care vă permite să combinați și să organizați diferite tipuri de informații, furnizați o varietate de rapoarte atunci când este necesar.

## 4. Resurse umane / Personal implicat în strângerea de fonduri

Procesul de dezvoltare a unei strategii de strângere de fonduri poate dura o perioadă destul de lungă de timp. Acesta va începe cu discuții ample și participative în cadrul grupului sau organizației, implicând toți partenerii interni și externi, inclusiv membrii comitetului de audit și ai Consiliului de administrație. De obicei, un plan de strângere de fonduri de succes necesită sprijin din partea cât mai multor

persoane, de cât mai multe ori și în cât mai multe moduri diferite. Procesul va presupune, fără îndoială, o serie de proiecte strategice care vor trebui prezentate spre comentarii, urmate de revizuirii și reformulari. Versiunea finală va fi convenită și aprobată de Consiliul de Administrație și de echipă.

În mod ideal, toți cei implicați în organizație sunt implicați și în procesul de strângere de fonduri. Cu toate acestea, necesitatea coordonării întregului proces este fundamentală. Dacă într-o organizație dezvoltată există o persoană responsabilă cu strângerea de fonduri sau un expert în dezvoltare (strângere de fonduri sau ofițer de dezvoltare), atunci în organizațiile sau organizațiile mai mici la începutul călătoriei lor, coordonarea acestei probleme este încredințată membrilor organizației.

### **O strângere de fonduri de succes trebuie să îndeplinească următoarele cerințe:**

- Cunoașterea limbilor străine, în special a englezei;
- Cunoștințe excelente de calculator;
- O persoană activă, agilă, care poate lucra într-o organizație mai mult de 5 ani;
- Disponibilitate de studii superioare;
- Persoana sociabilă, atentă la detalii;
- Este o persoană remarcabilă, reprezentant al ocaziei;
- O persoană care inspiră încredere și încredere;
- Abilități de autoeducare;
- O persoană curajoasă, inovatoare, creativă, flexibilă;
- O persoană care se simte confortabil să ceară fonduri;
- O persoană care știe să planifice, să analizeze, să lucreze în echipă, sub presiune.

### **5. Clasificarea donatorilor**

Potențialii donatori sunt peste tot. Identificarea lor este o componentă importantă a strângerii de fonduri și crește semnificativ eficiența acesteia.

Înainte de a începe să căutăm donatori, trebuie să îi împărțim în mai multe categorii pentru a alege o strategie potrivită pentru strângerea de fonduri.

Din punct de vedere tehnic, donatorii sunt clasificați în următoarele categorii:

- Fundații (private, corporative, comunitare);
- Organizații comerciale (donatori corporativi);
- Guvern și autorități publice (programe guvernamentale naționale și internaționale);
- Donatori individuali, membri, susținători, public larg;
- Asociații civile, organizații religioase și alte organizații non-profit.