

# Strângere de fonduri corporative în perioade de criză/pandemie

Raportul donatorului este mai mult decât un simplu document formal. La fel ca o prezentare, poate fi strălucitoare și impresionantă și poate duce la donații repetate din partea companiei.

- Este recomandabil să pregătiți raportul sub formă de prezentare și să plasați datele financiare într-un document separat.
- Raportul trebuie să indice obiectivele inițiale și rezultatele atingerii acestora.
- Este necesar să se evalueze implementarea proiectului și să se arate momente deosebit de reușite.
- De asemenea, este necesar să se atașeze recenzii ale participanților la proiect și ale dorințelor acestora (este important ca donatorul să audă părerile participanților la proiect înșiși)
- Este important de menționat posibilitatea reimplementării proiectului în viitor și alternative pentru diferitele audiențe țintă, pentru a arăta perspective.
- Asigurați-vă că subliniați importanța proiectului și contribuția acestuia la dezvoltarea societății.
- La final, trebuie să mulțumiți donatorul pentru participare.

**Menținerea relațiilor pozitive este un factor important atunci când lucrați cu donatorii corporativi. Mai ales dacă sunteți angajat în cooperare pe termen lung și proiecte cu investiții mari. Pe tot parcursul proiectului, este necesar să păstrați legătura cu donatorul și să transmiteți știri despre program, precum și informații despre alte proiecte interesante ale ONG-ului dumneavoastră.**

De asemenea, este foarte important să trimiteți în mod regulat felicitări donatorului de ziua lui, de sărbătorile profesionale și de sărbătorile legale. De asemenea, este recomandat să vă abonați la paginile donatorului de pe rețelele sociale și să-l urmăriți pe paginile ONG-ului dumneavoastră. Din când în când este util să lăsați comentarii sub postările donatorului și să vă arătați participarea și atenția. Primind newsletter-ul și postările dvs., donatorul va avea și o idee despre activitățile dvs. din programul său și despre alte proiecte și vă va vedea activitatea.

Toată lumea știe cât de dificilă din punct de vedere economic este situația actuală din lume din cauza pandemiei. Să ne uităm la ce se întâmplă cu companiile în timpul unei crize și la modul în care resursele lor pot fi folosite în scopuri caritabile. Desigur, multe companii au suferit pierderi și nu sunt pregătite să ia în considerare proiecte caritabile. Cu toate acestea, există companii pe piață din diferite industrii și unele segmente de afaceri câștigă amploare în acest moment. De exemplu, vânzări de produse, servicii de livrare, telecomunicații, produse farmaceutice, construcții, producție de ambalaje, magazine online etc.

În diferite țări ale lumii, sunt create colecții și chiar portaluri separate, unde puteți verifica ce a făcut un anumit brand pentru a combate pandemia. Cu alte cuvinte, întrebarea „Ce a făcut compania dumneavoastră în timpul pandemiei?” este acum foarte relevant, iar răspunsul are implicații economice majore. Și toată lumea așteaptă să vadă cum se va arăta afacerea.

Multe companii și specialiști acum își doresc sincer și sunt gata să ajute. Există exemple de companii în care angajații înșiși apelează la conducere cu o solicitare ca compania lor să ajute cumva societatea în lupta împotriva pandemiei. Acest lucru se reflectă parțial în succesul colecțiilor de criză ale ONG-urilor: echipamente de protecție personală, asistență alimentară, sprijin pentru grupurile sociale vulnerabile, generația mai în vârstă și persoanele afectate de consecințele crizei. Strângerea de fonduri corporative în aceste scopuri poate avea succes, dar mai puține resurse sunt disponibile pentru a sprijini programele de sistem. Există companii care își pot transfera bunurile/serviciile către ONG-uri în mod gratuit. Întreprinderile mici și mijlocii donează o parte din bunurile lor către organizații de caritate.

În această perioadă dificilă, companiile sunt gata să ajute ca niciodată; chiar dacă resursele nu sunt atât de extinse, este tot timpul o manifestare de îngrijorare nu doar pentru nevoile lor, ci și pentru nevoile societății.

În ciuda faptului că criza este o mare provocare pentru toți participanții de pe piață, cu toate acestea, strângerea de fonduri corporative rămâne un domeniu foarte promițător chiar și în timpul crizei. În același timp, șansele ONG-ului dvs. cresc atunci când oferiți proiecte și programe neobișnuite, precum și formate de cooperare care țin cont nu doar de interesele companiei în sine, ale unui grup social, ci și de impactul asupra societății în ansamblu. .

***Vă dorim mult succes în strângerea de fonduri corporative!***