

Կորպորատիվ դրամահավաք ճգնաժամի/ համաճարակի ժամանակ

Դոնորների զեկույցը ավելին է, քան պարզապես պաշտոնական փաստաթուղթ: Ինչպես ներկայացումը, այն կարող է վառ և տպավորիչ լինել և հանգեցնել ընկերության կողմից կրկնվող նվիրատվությունների:

- Ցանկալի է հաշվետվությունը պատրաստել ներկայացման տեսքով, իսկ ֆինանսական տվյալները զետեղել առանձին փաստաթղթում:
- Ջեկույցում պետք է նշվեն նախնական նպատակները և դրանց հասնելու արդյունքները:
- Պետք է գնահատել նախագծի իրականացումը և ցույց տալ հատկապես հաջող պահեր:
- Անհրաժեշտ է նաև կցել ծրագրի մասնակիցների կարծիքները և նրանց ցանկությունները (կարևոր է, որ դոնորը լսի հենց ծրագրի մասնակիցների կարծիքը)
- Կարևոր է նշել ապագայում նախագիծը վերագործարկելու հնարավորությունը և այլընտրանքային տարբերակներ տարբեր թիրախային լսարանների համար, հեռանկարներ ցույց տալու համար:
- Անպայման ընդգծեք նախագծի կարևորությունը և նրա ներդրումը հասարակության զարգացման գործում:
- Վերջում պետք է շնորհակալություն հայտնել դոնորին իր մասնակցության համար:

Դրական հարաբերությունների պահպանումը կարևոր գործոն է կորպորատիվ դոնորների հետ աշխատելիս: Հատկապես, եթե հավատարիմ եք երկարաժամկետ համագործակցությանը և մեծ ներդրումներով նախագծերին: Ծրագրի ողջ ընթացքում անհրաժեշտ է կապի մեջ լինել դոնորի հետ և փոխանցել ծրագրի մասին նորություններ, ինչպես նաև տեղեկություններ ձեր ՀԿ-ի այլ հետաքրքիր նախագծերի մասին:

Շատ կարևոր է նաև պարբերաբար շնորհավորանքներ հղել դոնորին՝ ծննդյան, մասնագիտական և պետական տոների կապակցությամբ: Խորհուրդ է տրվում նաև բաժանորդագրվել դոնորի էջերին սոցիալական ցանցերում և հետևել նրան ձեր NPO-ի էջերին: Ժամանակ առ ժամանակ օգտակար է մեկնաբանություններ թողնել դոնորի գրառումների տակ և ցույց տալ ձեր մասնակցությունն ու ուշադրությունը: Ստանալով ձեր տեղեկագիրը և գրառումները՝ դոնորը պատկերացում կունենա նաև իր ծրագրի և այլ նախագծերի վերաբերյալ ձեր գործունեության մասին և կտեսնի ձեր գործունեությունը:

Բոլորը գիտեն, թե որքան տնտեսապես ծանր է աշխարհում առկա իրավիճակը համաճարակի պատճառով: Եկեք տեսնենք, թե ինչ է տեղի ունենում ընկերությունների հետ ճգնաժամի ժամանակ և ինչպես կարող են նրանց ռեսուրսներն օգտագործել բարեգործության համար: Իհարկե, շատ ընկերություններ վնասներ են կրել և պատրաստ չեն դիտարկել բարեգործական ծրագրեր: Այնուամենայնիվ, շուկայում կան ընկերություններ տարբեր ոլորտներում, և որոշ բիզնես սեզմենտներ այս պահին թափ են հավաքում: Օրինակ՝ ապրանքների վաճառք, առաքման ծառայություններ, հեռահաղորդակցություն, դեղագործություն, շինարարություն, փաթեթավորման արտադրություն, առցանց խանութներ և այլն:

Աշխարհի տարբեր երկրներում ստեղծվում են հավաքածուներ և նույնիսկ առանձին պորտալներ, որտեղ կարող եք ստուգել, թե ինչ է արել կոնկրետ ապրանքանիշը համաճարակի դեմ պայքարելու համար: Այսինքն՝ «Ի՞նչ է արել ձեր ընկերությունը համաճարակի ժամանակ» հարցը: այժմ շատ արդիական է, և պատասխանն ունի հիմնական տնտեսական հետևանքներ: Եվ բոլորը սպասում են, թե բիզնեսն ինչպես կդրսեւորի իրեն:

Շատ ընկերություններ և մասնագետներ այժմ անկեղծորեն ցանկանում են և պատրաստ են օգնել: Կան ընկերությունների օրինակներ, որտեղ աշխատակիցներն իրենք են դիմում ղեկավարությանը՝ խնդրելով, որ իրենց ընկերությունը ինչ-որ կերպ օգնի հասարակությանը համաճարակի դեմ պայքարում: Սա մասամբ արտացոլված է ՀԿ-ների ճգնաժամային հավաքածուների հաջողությամբ՝ անհատական պաշտպանության միջոցներ, սննդի օգնություն, աջակցություն սոցիալական խոցելի խմբերին, ավագ սերնդին և ճգնաժամի հետևանքներից տուժած մարդկանց: Այս նպատակների համար կորպորատիվ դրամահավաքը կարող է հաջող լինել, սակայն ավելի քիչ ռեսուրսներ են հասանելի համակարգային ծրագրերին աջակցելու համար: Կան ընկերություններ, որոնք կարող են անվճար փոխանցել իրենց ապրանքները/ծառայությունները NPO-ներին: Փոքր և միջին բիզնեսն իր ապրանքների մի մասը նվիրաբերում է բարեգործությանը:

Այս դժվարին ժամանակաշրջանում ընկերությունները պատրաստ են օգնելու, ինչպես երբեք, եթե անգամ ռեսուրսներն այնքան էլ ծավալուն չեն, դա միշտ էլ մտահոգության դրսեւորում է ոչ միայն իրենց, այլև հասարակության կարիքների համար:

Չնայած այն հանգամանքին, որ ճգնաժամը մեծ մարտահրավեր է շուկայի բոլոր մասնակիցների համար, այնուամենայնիվ, կորպորատիվ դրամահավաքը մնում է շատ խոստումնալից ոլորտ նույնիսկ ճգնաժամի պայմաններում: Միևնույն ժամանակ, ձեր NPO-ի հնարավորությունները մեծանում են, երբ առաջարկում եք անսովոր նախագծեր և ծրագրեր, ինչպես նաև համագործակցության ձևաչափեր, որոնք հաշվի են առնում ոչ միայն բուն ընկերության, մեկ սոցիալական խմբի շահերը, այլև ազդեցությունը հասարակության վրա որպես ամբողջություն: .

Մտղթում ենք ձեզ հաջողություն ձեր կորպորատիվ դրամահավաքում: