

Աղբյուրներից յուրաքանչյուրի՝ բիզնեսի, հիմնադրամների, կառավարության և քաղաքացիների հետ փոխգործակցությունն անցնում է որոշակի ցիկլով: Հասկանալով, թե ինչ պետք է տեղի ունենա դրամահավաքի ցիկլի յուրաքանչյուր փուլում, թույլ կտա ձեզ ավելի լավ պատրաստված լինել ֆինանսավորման աղբյուրների հետ հարաբերություններ հաստատելու համար:

Փուլ 1. Կարիքների գնահատում

Սկսեք գնահատելով ձեր կազմակերպության ռեսուրսների կարիքները:

Ինչ աղբյուրի էլ որ դիմեք, առաջին հերթին ձեզ համար կարևոր է ինքներդ հասկանալ, թե ինչ ռեսուրսներ են ձեզ անհրաժեշտ և ինչու:

Փուլ 2. Դոնորների ընտրություն

Երբ հասկանաք, թե ինչ ռեսուրսի կարիք ունի ձեր կազմակերպությունը, անցեք դոնոր ընտրելուն: Դոնորի ընտրությունը տեղի է ունենում հետևյալ կերպ.

Նախ ընտրում եք աղբյուրը, ում հետ կապվելու եք՝ հիմնադրամներ, բիզնես, կառավարություն, քաղաքացիներ: Եվ հետո դուք ընտրում եք կոնկրետ դոնոր այս աղբյուրի շրջանակներում: Օրինակ, եթե որոշել եք, որ կապ կհաստատեք բիզնեսի հետ, ապա այժմ արժե որոշել կոնկրետ ընկերություն, որի հետ գնալու եք բանակցությունների:

Աղբյուր ընտրելիս պատասխանեք հետևյալ հարցերին.

1. Ի՞նչ հմտություններ և ռեսուրսներ ունի կազմակերպությունը:
2. Եթե կան աշխատողներ, ովքեր լավ են նախագծեր գրում և դիմումներ լրացնում, ապա կարող եք կապ հաստատել հիմնադրամների և պետության հետ: Կան բանակցողներ. կարող եք միջոցներ փնտրել բիզնեսից և խոշոր մասնավոր դոնորներից: Կան զանգվածային ակցիաների կազմակերպիչներ՝ փորձեք զանգվածային մասնավոր նվիրատվություններ հավաքել:
3. Կազմակերպությունն ունի՞ կապեր և ուղղորդումներ ստանալու հնարավորություններ:

Դրանք հատկապես արդիական կլինեն բիզնեսին և պետական կառույցներին դիմելիս: Ֆոնդերին և քաղաքացիներին կարող է անհրաժեշտ լինել ձեր անցյալի հաջող փորձը:

- Ցանկանու՞մ եք մեծ գումար, բայց երկար որոնումո՞վ, թե՞ անմիջապես փոքր գումար:

Մեծ գումարների համար ավելի շուտ պետք է դիմել ֆոնդերին և պետությանը: «Արագ» գումարները կգան քաղաքացիներից և բիզնեսից (թեև որոշ ընկերություններ պատրաստ են բավականին մեծ գումարներ հատկացնել բարեգործությանը):

- Ինչպիսի՞ ծրագիր եք պատրաստ առաջարկել դոնորին:

Եթե ձեր նախագիծը հասկանալի և հաստատված բանի մասին է, ավելի հավանական է, որ միանաք կառավարությանը կամ բիզնեսին: Եթե ցանկանում եք ինչ-որ փորձնական և այլընտրանքային բան առաջարկել, ապա քաղաքացիներն ու հիմնադրամները դրա համար միջոցներ ստանալու ավելի մեծ հնարավորություն կունենան:

Աղբյուրի ներսում դոնորի ընտրություն

Երբ դուք ընտրում եք դոնոր աղբյուրի ներսում, պատասխանեք հետևյալ հարցերին.

1. Ո՞վ է քեզ արդեն ճանաչում:
2. Ո՞ւմ կարող եմ ձեզ խորհուրդ տալ:
3. Ո՞ր դոնորն է աշխատում ձեր տարածաշրջանում:
4. Ո՞վ կարող է ռեսուրսներ տրամադրել ձեր թեմայի վերաբերյալ:

Եթե ընտրել եք հիմնադրամներ, կա՞ն այնպիսիք, որոնց արդեն դիմել եք և այնտեղ հաջողակ դրամաշնորհային պատմություն ունեք: Կամ գուցե մրցույթներ կան, որոնցում առաջնահերթ ուղղությունը համընկնում են ձեր նախագծի թեմայի հետ:

Եթե դուք մտադիր եք մոտենալ բիզնեսին, ո՞ր ընկերություններն եք առաջինը գնալու: Գուցե ձեր տարածքում գործում է ընկերություն, որը սոցիալապես ակտիվ է:

Մտածո՞ւմ եք միջոցներ փնտրել պետական աղբյուրից, միգուցե ձեզ համար ավելի հեշտ կլինի մտնել որևէ հանձնաժողով, քանի որ կգտնվի մեկը, ով ձեզ խորհուրդ կտա նրանց: Կամ նախկինում հաջողակ համագործակցության փորձ ունե՞ք:

Նախատեսո՞ւմ եք դիմել քաղաքացիներին. ինչպիսի՞ քաղաքացիներ եք պատկերացնում, ովքեր պատրաստ են աջակցել ձեր նախագծին կամ կազմակերպությանը: Որտե՞ղ կարող եմ լինել նրանք: Ի՞նչ ուղիներով եք տեղեկատվություն ստանում:

Այսպիսով, այժմ դուք ունեք պատկերացում, թե ով է ձեր պոտենցիալ դոնորը, ժամանակն է դիմել նրանց օգնության համար:

Փուլ 3. Բողոքարկում

Այս կամ այն աղբյուրին դիմելիս արժե հասկանալ.

- ինչպես դա անել:
- երբ դա անել:
- Կոնկրետ ո՞ւմ/որտեղ պետք է կապվեմ:

Եթե դուք դիմում եք պետական հատվածին, ապա.

Ինչպե՞ս: Սա ոչ դրամական ռեսուրսներ ստանալու համար սուբսիդավորման դիմում կամ նամակ գրելու համար է:

Երբ? Ամբողջ տարվա ընթացքում, և եթե մրցույթ է հայտարարվում, ապա մինչև հայտերի ընդունման վերջնական վերջնաժամկետը: Հիշեք, որ հաջորդ տարվա բյուջեի ձևավորումը սկսվում է նախորդ տարվա գարնանը:

Ում? Դուք կարող եք կապվել ՈԱԿ-ների հետ փոխգործակցության համար պատասխանատու հանձնաժողովի կամ որևէ համապատասխան հանձնաժողովի հետ: Օրինակ՝ մշակույթի, առողջապահության, երիտասարդության եւ այլնի մասին:

Եթե պատրաստվում եք բիզնեսի, ապա.

Ինչպե՞ս: Բանակցել. Հիշեք, որ բիզնեսից ապրանքներ և ծառայություններ ավելի հեշտ է ձեռք բերել, քան փողը:

Երբ? Սկզբունքորեն, ցանկացած պահի, բայց նկատի ունեցեք, որ սովորաբար բիզնեսը հաջորդ տարվա բյուջեն պլանավորում է նախորդ տարվա աշնանը:

Ում? Ռեսուրսների բաշխման վերաբերյալ որոշումներ կայացնող անձին: Որպես կանոն, խոշոր ընկերությունում ձեզ անհրաժեշտ որոշումը կարող է ընդունել PR տնօրենը կամ կադրերի բաժնի տնօրենը, կամ բարեգործական բաժինը, եթե այդպիսին կա: Եթե ընկերությունը փոքր է, ապա, որպես կանոն, տնօրենն ինքն է որոշումներ կայացնում:

Եթե դուք նախատեսում եք միջոցներ փնտրել հիմնադրամում, ապա.

Ինչպե՞ս: Գրեք դրամաշնորհի դիմում:

Երբ? Այն ժամանակահատվածում, երբ կա մրցույթ և հայտերի ներկայացման վերջնական ժամկետը դեռ չի հասել:

Ուր գնալ. Մրցութային հանձնաժողովին՝ նրանց ուղարկելով հայտ:

Եթե ցանկանում եք կապ հաստատել քաղաքացիների հետ, ապա.

Ինչպե՞ս: Դիմեք նվիրատվության համար օֆլայն իրադարձություններին կամ ինտերնետում խոշոր դոնորի հետ. բանակցեք:

Երբ? Ցանկացած պահի, բայց դուք կարող եք թեմատիկ հղում կատարել որոշ իրադարձությունների/տոնների:

Ում? Յուրաքանչյուր կոնկրետ անձի կամ մարդկանց շրջանակի, ումից դուք նվիրատվություններ եք խնդրում:

Բողոքարկում անելուց հետո երկու սցենար կարող է զարգանալ.

Սցենար 1. Դուք մերժվել եք: Մի հուսահատվեք, սա տեղի է ունենում: Կարևոր է չհուզվել և աշխատել սխալների վրա:

Սցենար 2. Ձեր հարցումը հաստատվել է: Հիանալի, անցեք համաձայնագրի կնքման փուլին: Բացի այդ, մի մոռացեք հստակեցնել հաշվետվության ձևը և փակման փաստաթղթերի ցանկը, որոնք

անհրաժեշտ կլինի տրամադրել:

Ինչ էլ որ լինի բողոքարկման արդյունքը, դոնորը պետք է.

- շնորհակալություն ժամանակ տրամադրելու համար;
- առաջարկություն խնդրել;
- մուտքագրել դոնորին և բողոքարկման արդյունքները տվյալների բազա. նշեք, երբ հաջորդ անգամ պետք է կապվեք նրա հետ: Շարունակեք կանոնավոր կապ պահպանել նրա հետ:

Փուլ 4. Երախտագիտություն և եզրակացություններ

Բողոքարկումից հետո անցնում ենք դրամահավաքի ցիկլի եզրափակիչ փուլին՝ երախտագիտություն և եզրակացություններ:

Անկախ նրանից՝ ստացել եք միջոցները, թե ոչ, արժե որոշակի աշխատանք կատարել ձեր սխալների վրա: Հավաքեք ձեր թիմը և քննարկեք...

• Եթե ձեզ տրվեն ռեսուրսներ

Ինչո՞ւ: Ինչո՞ւ է ձեր դոնորը գնահատում ձեզ: Ինչի՞ վրա պետք է ապավինեք նրա և այլ դոնորների հետ շփվելիս: Ի՞նչ կարող եք անել ավելի արդյունավետ՝ այս դոնորի հետ աշխատելիս: Ինչպե՞ս հող նախապատրաստել նրա հետ կրկնակի համագործակցության համար:

• Եթե ձեզ ռեսուրսներ չեն տրամադրվում

Ինչո՞ւ: Ի՞նչ եք արել ավելի քիչ, քան ընդհանրապես չեք արել դրանք ստանալու համար: Ի՞նչ եք նախատեսում անել հաջորդ՝ ձեզ անհրաժեշտ ռեսուրսները ներգրավելու համար: Ինչպիսի՞ն կլինեն ձեր հարաբերությունները մի դոնորի հետ, ով ռեսուրսներ չի տրամադրել:

Անկախ նրանից՝ ստացել եք ձեր ուզած ռեսուրսները, թե ոչ, կարևոր է շնորհակալություն հայտնել դոնորին:

Եթե դուք ստացել եք գումարը և իրականացրել եք այն, ինչ խնդրել եք, ապա ձեր հիմնական շնորհակալությունը բոլոր աղբյուրների համար կլինի հետևյալ զեկույցը.

- ֆոնդերի և պետության համար - սա բովանդակալից հաշվետվություն և ֆինանսական հաշվետվություն է այն տեսքով, որը նրանք առաջարկում են:
- բիզնեսները և քաղաքացիները հաշվետվություն չեն պահանջում, բայց մենք, այնուամենայնիվ, խորհուրդ կտանք տրամադրել այն ինչ-որ ձևով, հակիրճ տեղեկատվական և ֆինանսական, ինչպես նաև կարող եք կցել լուսանկարներ նրանց պատմություններով, ում կարողացել եք օգնել: Սա կաշխատի ձեր դրական իմիջի համար և կբարձրացնի ձեր վստահության քվոտան հաջորդ անգամ օգնություն խնդրելու համար:

Բացի հիմնական երախտագիտությունից և զեկույցից, դուք կարող եք նաև դոնորին առաջարկել.

- վկայագիր կամ շնորհակալագիր;

- ծխերի ձեռքերով պատրաստված հուշանվերներ;
- լուսանկարներ, որոնք ցույց են տալիս հիվանդների կյանքում փոփոխությունները դեպի լավը.
- հրավեր միջոցառումների, որոնց նա աջակցում էր և այլն:

Երբեմն, որպես երախտագիտության ձև, դոնորները ակնկալում են որոշակի PR գործողություններ ձեր կողմից: Այս դեպքում ձեզ համար կարևոր է հենց սկզբից ազնվորեն և իրատեսորեն ուրվագծել ձեր հնարավորությունների շրջանակը: Ի՞նչ կարող ես անել քո ադմինիստրատիվ փողի շրջանակներում, ի՞նչ է հնարավոր միայն PR-ի համար լրացուցիչ ռեսուրսներով, և ինչն է հիմնականում անհնարին այս կամ այն պատճառով: Այդ դեպքում դոնորը կեղծ ակնկալիքներ չի ունենա: