

Ирина Меньшенина

**Собирай людей – деньги придут.
Осознанный фандрайзинг, или
Мастер-книга о том, как собирать
деньги на благотворительность**



ЛитРес: Самиздат
Москва

УДК 659.4
ББК 65.291.3
М51

Меньшенина И.

Собирай людей – деньги придут. Осознанный фандрайзинг, или Мастер-книга о том, как собирать деньги на благотворительность / Меньшенина И. — Москва: ЛитРес: Самиздат, 2021. — 204 с.

ISBN 978-5-532-98823-1

Книга из разряда «читай и делай» для лидеров некоммерческих организаций, фандрайзеров и волонтеров о том, как вести работу по фандрайзингу. Ирина Меньшенина - эксперт в этой области с 20-летним стажем в России и за рубежом. Книга помогает читателю освоить базовые понятия, разобраться в мотивах благотворителей, познакомиться с трендами, построить план действий в условиях конкуренции за ресурсы. В книге много примеров. Главы автономны и коротки - из них удобно составить персональный набор. Хватит одного дня, чтобы прочесть книгу, но пользоваться ею можно годами.

Содержание

Термины	6
От автора	8
Часть I. Как там все устроено	13
Предыстория	13
Глава 1	15
Глава 2	17
Глава 3	23
Глава 4	29
Часть I на одной странице	34
Часть II. Фандрайзинг: соображаем на троих	35
«В чем особенность «продаж» в фандрайзинге?»	
Консультация для Маргариты	35
Глава 5	36
Глава 6	39
Глава 7	42
Глава 8	46
Глава 9	51
Глава 10	56
Часть II на одной странице	59
Часть III. Источники ресурсов и мотивы благотворителей	60
«Почему никто не помогает?» Консультация для Петра	60
Глава 11	61
Глава 12	63
Глава 13	68
Глава 14	72

Глава 15	76
Глава 16	80
Глава 17	82
Глава 18	86
Глава 19	95
Глава 20	104
Часть III на одной странице	109
Часть IV. Воронка привлечения доноров «4П»	111
«Почему у нас так мало доноров?» Консультация для Марины	111
Глава 21	113
Глава 22	116
Глава 23	125
Часть IV на одной странице	132
Часть V. Модели финансирования НКО	134
«Как нашей организации перейти на новый уровень фандрайзинга?» Консультация для Виктории . .	134
Глава 24	136
Глава 25	140
Часть V на одной странице	150
Часть VI. Как стать фандрайзером	151
«Как мне стать фандрайзером?» Консультация для Кирилла	151
Глава 26	152
Глава 27	154
Глава 28	158
Глава 29	161

Глава 30	165
Глава 31	168
Часть VI на одной странице	174
Часть VII. Тренды	175
«Мы хотим фандрайзить современными способами!» Консультация для Сергея	175
Глава 32	177
Часть VII на одной странице	183
Часть VIII. Великолепная семерка: принципы фандрайзинга	184
«Есть ли общие правила игры в фандрайзинге?» Консультация для Ольги и часть VIII на одной странице:	184
Глава 33	186
Заключение	190
Благодарности	191
Об авторе	192
Приложение 1	193
Приложение 2	197
Полезные источники	203

Термины

Благополучатель – человек или группа лиц, которым помогает некоммерческая организация.

Доброволец – лицо, принимающее участие в благотворительной деятельности в форме безвозмездного труда в интересах благополучателя и благотворительной организации. Другое встречающееся название – волонтер.

Донор – это физическое лицо или организация, безвозмездно передающие ресурсы – денежные и неденежные пожертвования – на благотворительные и социальные цели. Другие встречающиеся названия: благотворитель, даритель, жертвователь. Термин «донор» перешел к нам из английского языка одновременно с другими словами по теме «фандрайзинг». Употребление этого термина помогает российским фандрайзерам оставаться в одном терминологическом поле с коллегами из других стран.

Некоммерческая организация (НКО) – организация, не имеющая извлечение прибыли в качестве основной цели своей деятельности и не распределяющая полученную прибыль между участниками.

Пожертвование – безвозмездный дар, дарение, передача чего-либо в благотворительных целях. Другое название: благотворительный взнос.

Рекуррентное пожертвование – это автоматическое регулярное списание средств с банковских счетов и карт, телефона без повторного ввода данных.

Спонсор – физическое или юридическое лицо, финансирующее какую-либо деятельность как физических, так и юридических лиц в обмен на рекламные или другие услуги.

Средства/ресурсы – деньги, недвижимость, ценные бумаги, вещи, товары, услуги, переданные организации для реализации благотворительной миссии. К ресурсам также относится время добровольцев. Неденежные ресурсы иногда называют in-kind (ин-кайнд), в переводе с английского «натуральный», а бесплатные професси-

ональные услуги – pro-bono (про-боно), в переводе с латинского «ради блага».

смс-пожертвование – это списание средств со счета телефона посредством отправки определенного сообщения на короткий номер конкретной НКО – получателя пожертвования.

Фандрайзинг – деятельность по сбору/привлечению благотворительных средств. **Фандрайзер** – специалист по привлечению средств. Главная ответственность фандрайзера заключается в обеспечении ресурсов, необходимых организации для выполнения своей миссии.

Целевое пожертвование – пожертвование, имеющее конкретное назначение, сформулированное донором.

От автора

Дорогие читатели!

Мне очень приятно, что вы взяли в руки мою книгу. Это значит, что вас волнует то же самое, что и меня – как жить и работать со смыслом – не почему-то, а зачем-то. Как использовать свой опыт, образование, связи не только для себя, но и помогать другим, делать чью-то жизнь лучше, находить решения сложных социальных задач.

В 2018 году я провела более 60 бесплатных консультаций для сотрудников из различных некоммерческих организаций (НКО) нашей страны. Сколько таких встреч было за годы работы – посчитать нереально. Однако вывод один – всем нужно знать, где взять финансирование на свою работу.

В какой-то момент я поняла, что могу предложить коллегам то, что знаю сама и что проверено многолетней практикой, могу поделиться выводами, сделанными на основе собственных проб и ошибок. В результате родилась эта мастер-книга.

В сферу привлечения средств для некоммерческих организаций я попала случайно, и произошло это в США. Несколько лет в конце прошлого столетия (звучит эпохально! Вот что значит застать смену веков) я жила в штате Нью-Джерси и работала менеджером в небольшой НКО – детском балетном театре. Мы устраивали представления для местной публики. Зрители покупали билеты, часть стоимости которых американское законодательство разрешало считать благотворительным пожертвованием. Как-то под Рождество родительский комитет одной из школ пригласил нас выступить с «Щелкунчиком». На первой встрече я поняла все – английский язык у меня был уже достаточным – кроме одного: *we organize fundraising*, что значило «мы организуем фандрайзинг». Что они организуют? Англо-русский словарь, привезенный с родины, не помог – такого слова там не было. Сейчас вы уже наверняка все поняли – школа привлекала дополнительные средства для своих проектов.

Мы станцевали, они собрали пожертвования, продав билеты на наш спектакль. Я стала фандрайзером. А большинство словарей сегодня выдают значение слова «фандрайзинг» как «сбор средств».

С 2001 года я занимаюсь привлечением средств на благотворительные программы в нашей стране. В основу книги лег мой опыт работы в благотворительных фондах «Даунсайд Ап» и «Синдром любви», а также сотрудничество с десятками других организаций в России и за рубежом. Я прошла путь от рядового сотрудника до руководителя фандрайзингового фонда. Этот опыт позволил мне «пожить» внутри профессии, построить не одну команду и сформировать фандрайзинговый фонд. Все приемы, описанные в книге, испробованы, рецепты проверены и выводы сделаны на основе собственных ошибок.

В книгу я включила теории и формулы: фандрайзер-«двойной агент», воронка «4П», новый взгляд на мотивацию доноров, принцип GPS в текстах и другое. Вы также найдете истории, примеры, экспертные мнения от зарубежных коллег. Но одной этой книги, чтобы постичь мир под названием «фандрайзинг», не хватит! Она – лишь верхушка гигантского айсберга.

Чего в книге практически нет? Детального разбора технологий, отдельных способов и форм привлечения средств, например,

- смс-пожертвований,
- рекуррентных взносов,
- фандрайзинговых презентаций,
- разбора писем к донору,
- холодных звонков,
- электронных рассылок и многого другого.

Почему? Во-первых, я не считаю себя гуру во всех вопросах фандрайзинга. Я сама многому постоянно учусь. Во-вторых, книги за людьми не успевают. Технологии и коммуникации настолько быстро меняются, что, пожалуй, лучший совет в этом случае – надо меняться вместе с ними и держаться ближе к тем, кто разбирается в этом лучше. Книгой я решила помочь тем, кто хочет разобраться в базовых принципах, в общей канве фандрайзинга и благотворитель-

ности. В-третьих, все описать невозможно – нет времени. Да и кто сейчас любит читать толстые книжки?

Фандрайзинг – это целый мир технологий, кейсов, направлений, книг, материалов, обучающих курсов и школ. К сожалению, пока у нас этого чрезвычайно мало. Даже профессии «фандрайзер» нет – работа есть, а профессии нет. И базовое представление об НКО и благотворительности тоже достаточно размытое. Поэтому я решила заходить издалека.

Каждая часть начинается с консультации фандрайзеру. Имена этих людей вымышленные, а их ситуации – нет. И содержание части направлено на то, чтобы максимально обстоятельно ответить на вопросы коллеги. Для удобства самые важные выводы каждой части я группирую в конце.

В первой части «Как там все устроено» я изложила основное, что, на мой взгляд, необходимо знать любому, кто задумывается о привлечении средств в НКО. Речь пойдет о том, какими разными бывают НКО по сути своей деятельности, как это влияет на их фандрайзинговые и административные расходы. И тут же разговор о высоком – видении мира и миссии организаций, ведь они держат на плаву некоммерческую организацию.

Вторая часть шутливо называется «Соображаем на троих». Почему так? Чтобы подчеркнуть ключевую особенность во взаимоотношениях участников благотворительной деятельности – их всегда трое: благополучатель, донор и некоммерческая организация. Эта часть освещает источники средств, мотивации доноров, формы и способы фандрайзинга. К ним я добавила новые темы, без которых, на мой взгляд, полезность книги будет минимальной: роль фандрайзера как «двойного агента», адресный и «безадресный» фандрайзинг. Что-то я изложу здесь впервые, например, свое видение фандрайзинга транзакций и отношений.

Третья часть «Источники ресурсов и мотивы благотворителей» начинается с наиболее хрестоматийного материала о том, какие типы доноров бывают и что ими движет. Я поделюсь экспертным мнением профессора из Стэнфорда о различиях в мотивации крупных компаний и малых и средних предприятий. В главе о донорах –