

GHIDUL ÎNOTĂTORULUI FUNDRAISER



**Bine ai venit în
comunitatea
Swimathon București.
Ți-am pregătit câteva
ponturi pentru a
strânge bani rapid și
cu sens.**

**Checklist psiho-
emoțional pentru
fundraiserul aflat
la *START*:**



Am obținut toate
detaliile de la
organizația pe care
o susțin (poze +
povești + ce se
întâmplă cu banii);



Am adăugat propria
motivație personală
(de ce știu că e
importantă cauza pe
care o susțin);



Am cerut ajutorul la
rândul meu celor
din jur, să mă ajute
să ajut (cunosc pe
cineva care
cunoaște pe cineva);



Am încredere în
cauza mea și am
motivația că o să
reușim împreună
chiar să depășim
targetul propus.

**Checklist
tehnic pentru
fundraiserul
aflat la *START*:**

1. Îmi fac un kit de promovare

Vizualuri

Fotografii de la asociație/ diverse cu tine (tu cu ideea cauzei, tu postând despre cauză, tu cu prietenii pe care îi convingi să doneze)

1. Îmi fac un kit de promovare

Texte

Numere concrete - câți beneficiari/ ore / produse/ copaci/ orice

Povești - ce schimbare vrei să aduci? - "din copilul Maria care - va fi Maria care" "dintr-un sat fara carti pentru copiii, intr-un sat cu o mini-biblioteca"/ Povestea ta - de ce ai ales cauza asta? Include câte detalii ești confortabil să oferi.

2. Fac donația ușor de făcut

Pun link-ul in comentariul/ postările de pe social media. Fac un mesaj scurt și la obiect de sharuit pentru grupurile de Whatsapp.

Trimit un mesaj standard + personalizez intro-ul pentru fiecare dintre prietenii/colegii/rudele mele.

3. Mă folosesc de orice context să dau un reminder

Ex: 1 iunie. Gândește-te cum poți lega asta de cauza ta. Vezi ce visuri aveai când erai mic, ce skill-uri te-au ajutat să devii omul care ești azi, ce i-ar zice omul mare de azi acelui copil.

**Încearcă toate
variantele de
comunicare și
descoperă ce anume
atrage cele mai
multe donații**

FOLOSEȘTE
și mediul online
**(fb/insta/linkedin/
whatsapp/email)**
și mediul offline (adresat
direct prin mesaje 1 la 1 la
colegi, vecini, rude, prieteni)

Pe social media? Facebook, LinkedIn sau Insta? Unde îți place mai mult să stai?

Ex. Pe cifre - Screenshot de pe site-ul Swimathon cu progresul donațiilor + câteva cuvinte (cât mai e nevoie și de ce e important)

Ex. Pe inspirație - o foto cu tine/asociație care ilustrează grupul țintă + recunoștința oamenilor care te-au ajutat până acum + un citat care te motivează: "Dacă tu crezi că ești prea mic să faci o diferență, încearcă să dormi în cameră cu un țânțar."



**Dacă folosești Facebook,
schimbarea pozei de profil
este acțiunea cea mai văzută
de prieteni + link-ul în
caption.**



**Pentru Instagram, ia
telefonul și fă stories cu tine
vorbind despre asta, simplu și
nefiltrat + sticker cu link-ul.**

Pe Whatsapp comunică cu prietenii din diverse cercuri?

Trimite anunț pe grup/sau 1 la 1.

Ex. "Bună, X. Poate ai văzut deja că luna asta vreau să strâng bani pentru... prin campania Swimathon București. Vreau să-i ajut să.. și pentru asta am strâns ... Mai avem nevoie de ... Crezi că mă poți ajuta săptămâna asta cu o donație și/sau un share mai departe? Mulțumesc! [insert link donație]"

"Vreau să-i ajut să.. și pentru asta am strâns ... Mai avem nevoie de ... Crezi că mă poți ajuta săptămâna asta cu o donație și un share mai departe? Mulțumesc! [insert link donație]"

**La final,
3 greșeli populare în
fundraising, așa cum au
fost prezentate anul
trecut de Eli Neicuț, din
care poți învăța:**

1. Nu mă ieși cu tine în poveste. Zi-mi cum e pentru tine să cunoști beneficiarii/voluntarii cauzei. Cum e să te bucuri la fiecare refresh care vine cu 100 lei++.

Nu rămâne doar la impersonalul “proiectul își propune să...”

2. Nu menționezi concret ce se întâmplă cu banii.

Ex: NU ~~“ajut educația din România”~~, ci dotez o școală cu X calculatoare și Y bănci;-

NU ~~“fac o casă pentru o familie”~~,
DA “ridicăm 4 pereți/ oferim acces la electricitate.”

3. Nu închei cu un call to action.

“Orice suma contează” nu se pune! Continuând punctul 2: Un calculator e 2.000 lei. Punem 5 oameni 400 lei?/ Cine dă mai mult? Un wc- 200 lei. Câte poți să oferi? Chiar poți să dai și un ton amuzant. Oricine apreciază o postare funny!



YOU GOT THIS!