



# METODE ȘI INSTRUMENTE DE COLECTARE DE FONDURI

---

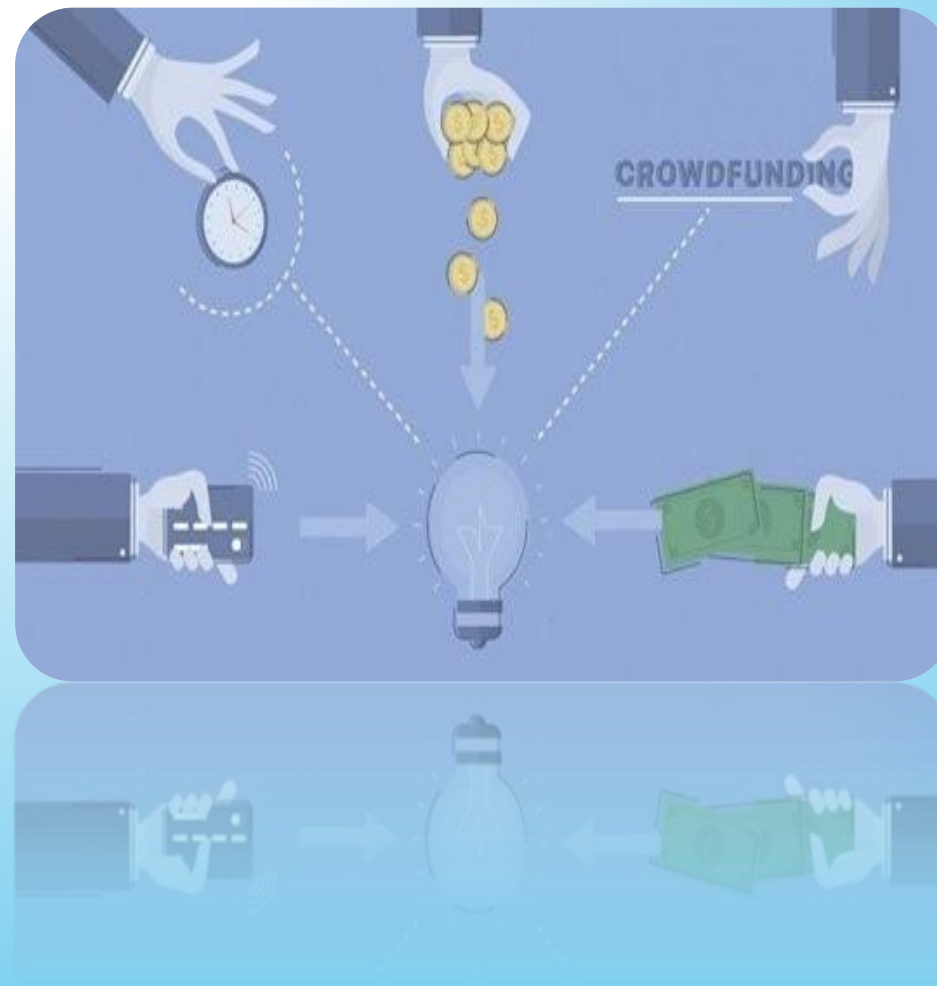
**Materiale informativ-metodice  
în ajutor organizațiilor filantropice  
din Republica Moldova**

**Chișinău 2019**

# Pentru cine este acest ghid?

Ghidul de față vine în ajutor atât colectorilor începători de fonduri, cât și celor, care doresc să diversifice metodele de lucru, instrumentele utilizate în procesul de fundraising pentru eficientizarea activității organizației sale.

Materialele inserate în paginile ce urmează au fost colectate din mai multe publicații dedicate acestei tematici și sistematizate astfel, încât să poată fi de folos tuturor celor preocupați de activități filantropice.



# Colectarea de fonduri: un proces integrat, responsabil și creativ

- Colectarea de fonduri (fundraising) constă în **managementul relațiilor dintre organizația colectoare și grupurile de susținători.**
- Colectarea de fonduri constă **dintr-un șir integrat de metode și procedee de obținere a mijloacelor de finanțare** de către organizațiile non-profit, non-guvernamentale și ale societății civile în general atât pentru dezvoltarea organizațională, cât și în scopuri filantropice, cunoscut și prin termenul internațional - fundraising.
- Colectarea de fonduri este **arta de a convinge pe alții că activitatea unei organizații este necesară societății sau că există pe lume oameni mai triști ca noi.** Un colector de fonduri are capacitatea de a motiva oamenii spre fapte bune, de a le oferi posibilitatea să jertfească timpul, interesul și încrederea în favoarea acestora.
- Colectarea de fonduri nu constă doar din a obține surse financiare, ci **are drept scop identificarea și dezvoltarea susținătorilor și a prietenilor organizației,** a celor care cred în misiunea ei, oamenii care doresc să ajute și să participe la realizarea obiectivelor sale.
- **Colectarea de fonduri este proces integrat, responsabil și creativ** care necesită abordări inovative de persuasiune, care diferă de la o situație la alta, de la o țară la alte, de la o regiune la alta și necesită metode și instrumente bine definite și eficiente.

# Portretul unui bun colector de fonduri



- Bun "vânzător" de subiecte de fundraising" -- abilitatea de a "cere".
- Bun cunoscător al sectorului propriu de piață (firme, ONG-uri, grupuri de interes).
- Bun psiholog (știe ce îi motivează pe oameni să facă donații, are abilitatea de a deschide inimile oamenilor și a-i face compătitori).
- Dedicat cauzei.
- Încântător-convingător-perseverent.
- Creativ-dibace-inovativ.
- Empatic – care știe să asculte pe alții.
- Integru – nu poate fi bănuț că ar tăinui ceva...

# 1. Colecte stradale



**Metoda constă** în colectarea directă de donații în stradă sau în locuri publice de către mesageri ai organizației.

**Cine ar trebui să folosească această metodă?**

- Organizațiile care dispun de o vizibilitate bună în comunitate.
- Organizațiile care au capacitatea de a mobiliza și coordona un număr mare de mesageri/fundraizeri.



## Cum creștem rata de perceptibilitate într-o colectă stradală?

Dacă vreți să reușiți în colectarea directă, în stradă a fondurilor asigurați-vă că ați întreprins următoarele măsuri:

- Elaborați un mesaj emoționant, credibil și lesne de înțeles pentru potențialii donatori;
- Elaborați și plasați în mass-media locală un anunț despre campania voastră de colectare de fonduri;
- Dacă aveți posibilitate, ieșiți personal în numele organizației, la radioul sau televiziunea locală cu un îndemn public în care să explicați scopul să numiți beneficiarii finali ai campaniei Dvs.;
- Folosiți orice alte mijloace pentru a aduce la cunoștința oamenilor că un mesager al cauzei dumneavoastră le va bate la ușă ori îi vor aborda pe stradă;
- Pregătiți și echipați în modul corespunzător colectorii de fonduri care vor ieși în stradă;
- Pregătiți și decorați în modul corespunzător cutiile de donații cu care vor lucra colectorii;
- Înzestrați colectorii cu acte care le-ar confirma apartenența la organizația Dvs. și permisiunea de a colecta fonduri;
- Faceți permanent rapoarte despre mersul campaniei și sumele colectate;
- Plasați în mass-media sau în alt mod informații despre procedurile de înmânare a sumelor colectate (obiectelor sau produselor procurate) beneficiarilor finali;
- Nu uitați să mulțumiți tuturor pentru receptivitate!

Rata de răspuns: 10-30 %.

## 2. Crowdfunding-ul

- **Crowdfundingul** (la grămadă) este o tehnică de finanțare a proiectelor folosind resurse online (forumuri, platforme de socializare etc.) desprinsă din crowdsourcing.
- La baza ei stă ideea de a apela la o comunitate ca un potențial finanțator pentru a dezvolta un produs.



# Cum funcționează?



## Pentru început:

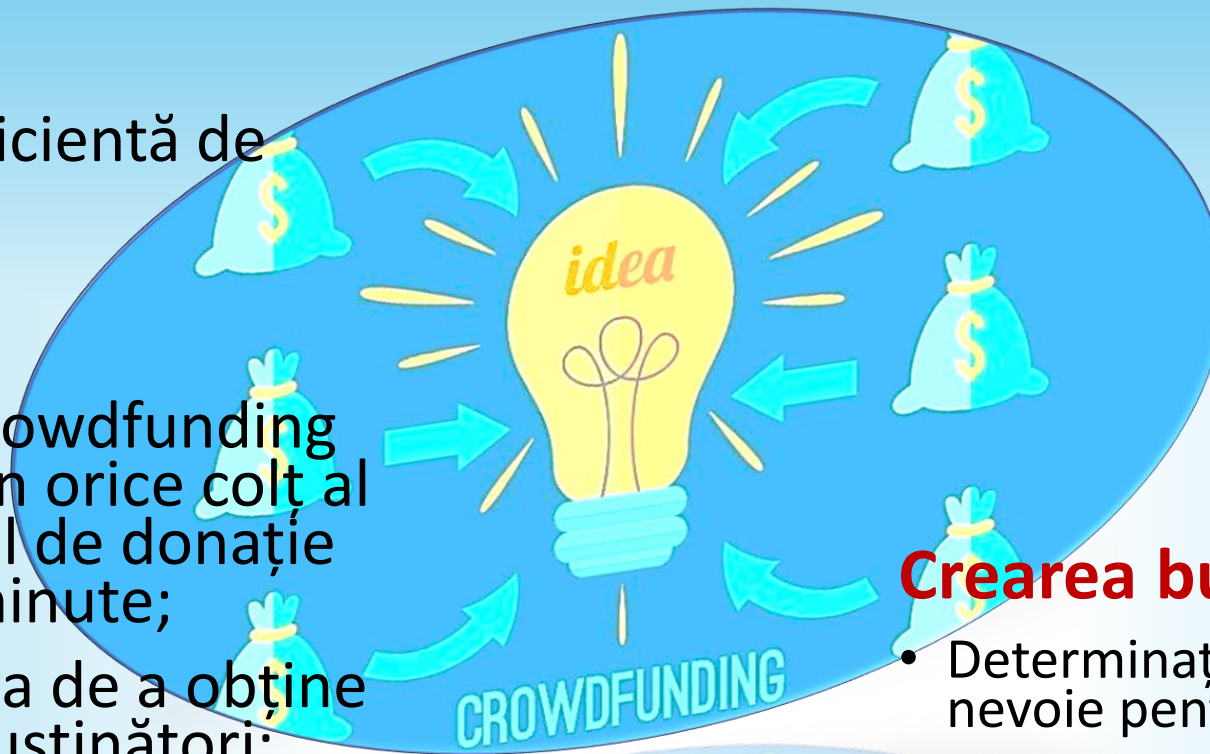
- Inițiatorii campaniilor de crowdfunding creează în jurul lor o rețea socială căreia îi pune la dispoziție detalii legate de proiect;
- Membrii rețelei donează bani în sprijinul proiectului, ajutând astfel susținerea acestuia.

## Precondiții ale succesului:

- Alegerea corectă a publicului-țintă.
- Comunicarea eficientă în cadrul rețelei create.
- Legătura rapidă și eficientă creată între membrii rețelei.
- Suma-țintă bine calculată: sistemul de crowdfunding își pierde eficiența cu cât suma de bani necesară este mai mare.
- Inițiatori abili de a comunica în rețea.

## Avantaje

- Sursă ieftină și eficientă de finanțare;
- Ușor accesibilă și transparentă;
- Platformele de crowdfunding pot fi accesate din orice colț al lumii, iar procesul de donație durează câteva minute;
- Oferă posibilitatea de a obține noi parteneri și susținători;
- Modalitate eficientă de marketing și PR.



## Crearea bugetului proiectului

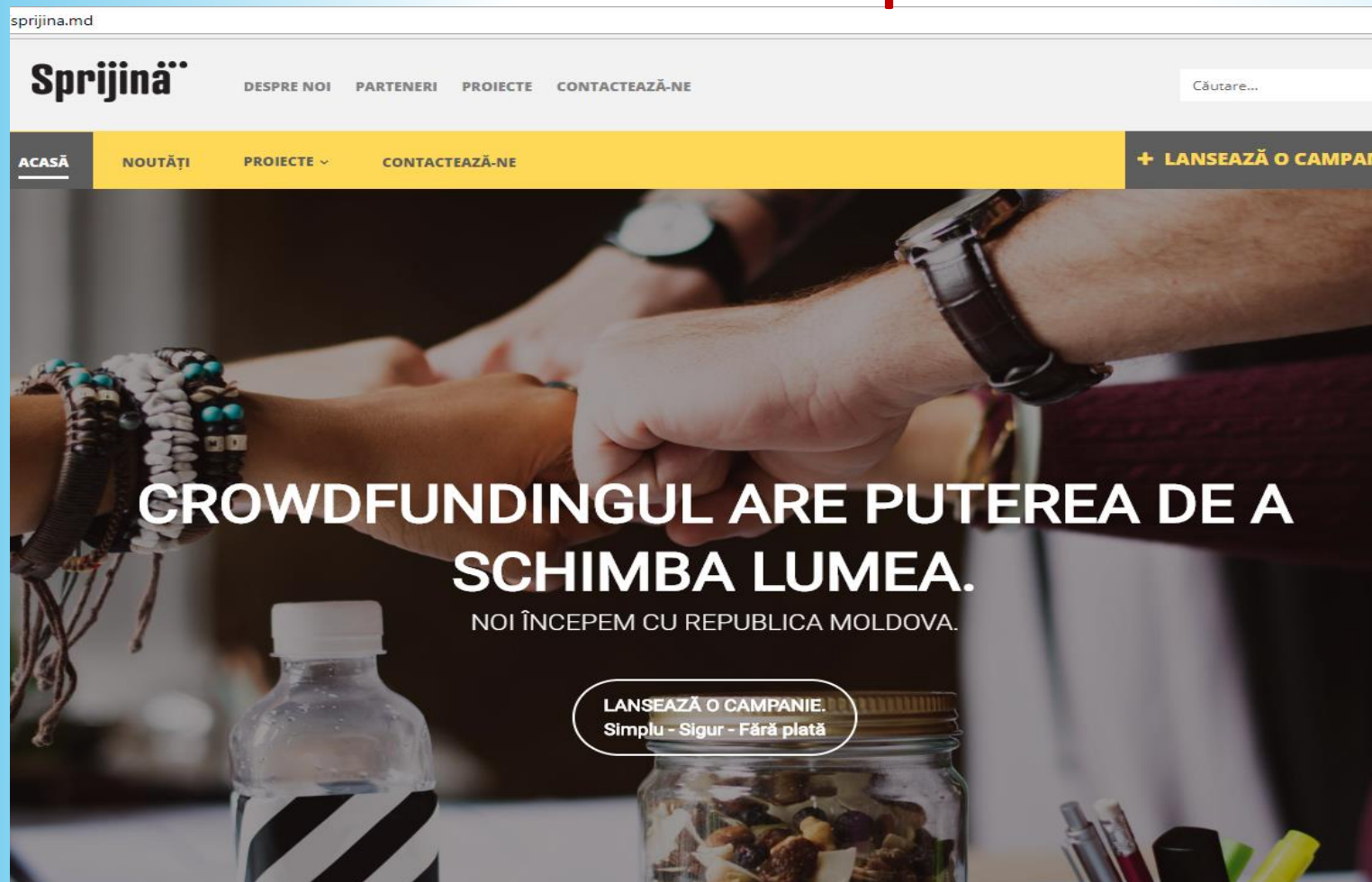
- Determinați suma de care aveți nevoie pentru proiectul dvs.
- Adăugați la acea sumă taxele platformei și ale băncii
- Dacă oferiți recompense – calculați costul recompenselor pentru a le putea livra și a vă rămâne fonduri și pentru implementarea proiectului (preferabil recompensele să fie obținute ca donații astfel încât să nu fiți nevoiți să deduceți costul acestora din suma colectată)



## Perioada de desfășurare a campaniei

- Contribuțiile sunt efectuate cel mai des la început și spre finalul campaniei.
- Campaniile de 6 săptămâni au cea mai înaltă rată de reușită.
- Planificați finalul campaniei astfel încât să nu coincidă cu sărbători sau cu o perioadă în care oamenii sunt mai ne interesați în a efectua contribuții (de ex: sfârșitul de lună).

# Se încheie contract cu platforma de colectare de fonduri



**sprijina.md** – este o platformă de crowdfunding din Republica Moldova (pe baza de organizare socială), care are ca scop suportul tendințelor și schimbărilor pozitive în societate prin conectarea inițiatorilor de proiecte și potențialilor susținători financiari.

Platforma **sprijina.md** e locul în care te poți conecta cu oameni care pot și vor să ajute. Suntem alături de tine la fiecare pas. Îți oferim sfaturi și încurajări și te ajutăm ca implementarea să fie fără cusur.

# Plasăm cazul pe platforma de Crowdfunding

Sprijină

DESPRE NOI PARTENERI PROIECTE CONTACTEAZĂ-NE

ACASĂ

NOUȚĂȚI

PROIECTE

CONTACTEAZĂ-NE

## AJUTĂ BĂTRÂNII SĂRACI CU LEMNE DE FOC ȘI PRODUSE ALIMENTARE PENTRU IARNĂ



### DESCRIEREA

După ce au lucrat toată viața, în speranța că asta va conta la bătrânețe, au ajuns la limita supraviețuirii. Vorbim de pensionarii din țara noastră, care din cauza prețurilor mari și alocațiilor sociale mici, trăiesc într-o sărăcie pe care nu și-o imaginau în tinerețe.

Mulțor bătrâni din țară, pensiile mici le ajung doar pentru facturi, iar pentru alimente și medicamente sunt nevoiți să economisească din bănuții care le mai rămân.

Ne dorim să facem fericite 10 familii de bătrâni care sunt singuri, neputincioși, lipsiți de grija copiilor lor, cu pensii foarte mici, prin ai ajuta cu lemne de foc și cu pachete de alimente.

Campania se va desfășura în perioada 24 octombrie – 24 decembrie și sperăm cu ajutorul oamenilor buni, să colectăm suma de 70 000 lei ca să aducem o rază de speranță și un zâmbet pe fețele peste care au trecut anii.

Beneficiarii vor fi 6 familii din Chițcanii Vechi și Negureni, r-nul Telenești. La finalul campaniei, vom reveni aici cu un raport scris, galerie foto și materiale video cu mesajul de mulțumire din partea beneficiarilor.

## Textul proiectului

- Scrieți o poveste despre proiectul dumneavoastră.
- Evidențiați problema și focalizați-vă pe impactul asupra comunității.
- Prezentați soluția cu care veniți și impactul așteptat.
- Prezentați echipa.
- Includeți fotografii și schițe ale proiectului.

## Strategia de comunicare și promovare

- Campania de comunicare este elementul-cheie al desfășurării cu succes a unui proiect finanțat prin intermediul crowdfunding-ului.
- Identificați persoana responsabilă de campania de comunicare.
- Creați identitatea vizuală (imagini, materiale promoționale, etc.).

- Identificați părțile interesate (băştinași, antreprenori, ONG-uri, membri ai diasporei, etc.) și stabiliți legătura cu ei.
- Identificați canalele de promovare (băştinași, membri ai diasporei, antreprenori, social media, TV, presa scrisă, etc.).
- Creați o rețea de ambasadori ai proiectului, aceștia vor spori eficiența campaniei și vor putea atrage potențiali donatori.



otografii din postarea Asociația Băștinașilor din  
ubăsarii Vechi

# AVIZ

Asociația Băștinașilor din Dubăsarii Vechi  
în colaborare cu Administrația Publică

Locală anunță:

Startul campaniei de colectare a surselor  
financiare (**contribuție**) la proiectul :  
„Satul în care trăiesc – în el doresc  
să îmbătrânesc”, care ne va  
permite **procurarea unui**  
**Tractor Multifuncțional**

Doritorii pot contribui în nume

✓ la Asistența Socială (în sediul Primăriei)

✓ ÎM „ACVA- Dubăsarii Vechi”

(lângă Oficiul P

ÎMPREUNĂ PUTEM FACE LUCRURI B

Buget Proiect



autogreder.

ÎN CURÂND VOM AVEA DRUMURI MAI BUNE!!!



Rezultatele campaniei de crowdfunding

Asociația Băștinașilor din Dubăsarii  
Vechi

Organizație non-profit

## Raportăm

Trimite mesaj

1.216

Impact - persoane

339

Interacțiuni

Promovează postarea



AO "Ciorești baștina  
mea"

@bastinasicioresti

Acasă

Despre

Fotografii

Clipuri video

Evenimente

Postări

Servicii

Magazin

Notițe

Oferte

Joburi

Comunitate

Recenzii

Promovează

Administrează promovările

Imi place

Comentează

Distribuie

Comment as AO "Ciorești baștina mea"

AO "Ciorești baștina mea"

Publicat de Cetățean Ciorești (7) · 14 ianuarie ·



Cetățean Ciorești este împreună cu Dumitru Mirza Mărian și alți 5.  
14 ianuarie

„Caravana de Crăciun s-a pornit la drum”  
Dragii noștri, după cum știți și anul acesta este organizat de către AO „Ciorești-baștina  
mea” în parteneriat cu P...  
Vezi mai mult

## Informăm



€637  
Suma Țintă €6,450

11  
Donatori

Campanie încheiată pe data de  
septembrie 18 2018

Proiect de  
**Primaria  
Cioresți**

G24  
4 Proiecte  
Contactați-mă



#### Turism în inima Codrilor

Codri seculari, meșteri po  
acestea vor fi obiectivele  
Dolna vor să le promove  
Crearea traseului de turis  
Dolna lor să le promove  
acestea vor fi obiectivele  
Dolna vor să le promove  
Crearea traseului de turis



11.000 de locuitori din raionul Cahul vor avea siguranță, servicii mai calitative și operative în cazul unor incendii și calamități. Vorbim de oamenii din satele Brânză, Vadul lui Isac și Colibași care și-au unit eforturile cu autoritățile locale și băștinașii, pentru a lansa în premieră un serviciu nou și eficient. Ei vor organiza o echipă de pompieri voluntari care să intervină în caz de incendii și să ofere primul ajutor. Acest proiect este finanțat de Primăria Brânză și are ca scop creșterea siguranței cetățenilor din aceste sate. Pentru mai multe detalii, vizitați site-ul proiectului.

## Creăm video de promovare

- Experiența internațională sugerează că proiectele de crowdfunding care dispun de un video de prezentare au o rată de succes cu 30% mai mare.
- **Video-ul trebuie să se încadreze în următorii parametri:**
  - Să dureze între 1-3 minute;
  - primă frază care va capta atenția oamenilor din primele secunde;
  - Relatați cu sinceritate motivația dumneavoastră și valoarea proiectului;
  - Asigurați calitatea sunetului și a imaginii.

Pe tot parcursul campaniei nu uităm să mulțumim  
tuturor celor care au donat

**MULȚUMIM!**  
cu @Numele Omului



ÎMPREUNĂ  
PENTRU UN SAT  
MAI CURAT

AO "Ciorești baștina  
mea" mulțumește  
băștinașei noastre  
**GUTU DOINA**  
pentru contribuția la  
implementarea  
proiectului de salubritate

G24 GUTU DOINA  
Pentru o localitate curata! €10



### 3. Scrisori directe (Direct mail)

#### Noțiune:

Trimiterea directă de scrisori către un număr foarte mare de potențiali donatori (persoane fizice sau juridice), cărora li se solicită o donație.

#### Elemente de bază:

Mesajul corect formulat.

Baza de date a potențialilor donatori corectă.

Contactul permanent cu donatorii care au manifestat interes.



## **Mesajul**

Mesajul campaniei cu care veniți la donator și în care se explică pentru ce anume cereți bani:

- Clar și concis.
- Corect din punct de vedere gramatical.

## **Forma grafică a mesajului**

Utilizarea diferitor caractere de literă (bold, italic, subliniat)

Atragerea atenției la mesajele-cheie.

### *Mesaje de Suflet*



*"Unii oameni, oricât de bătrani ajung, nu își pierd niciodată frumusețea - ei pur și simplu o mută de pe fețe în inimile lor."*

*Martin Buxbaum*

## **Apelul la acțiune**

Este punctul esențial al unei scrisori directe.

Se va specifica foarte clar modalitatea prin care potențialul donator ar putea să vă ajute (bani, obiecte, echipamente, produse, participare la vreun eveniment etc.).

Îndemnul la acțiune poate fi repetat în scrisoare de până la trei ori: la început, la mijloc și la finele scrisorii).

## Structura scrisorii:

1. Numele și formula de salut

2. Numele, prenumele și funcția persoanei care semnează scrisoarea

3. Post scriptum (9 din 10 persoane se uită la P.S. înainte de a trece la partea de sus a scrisorii.)

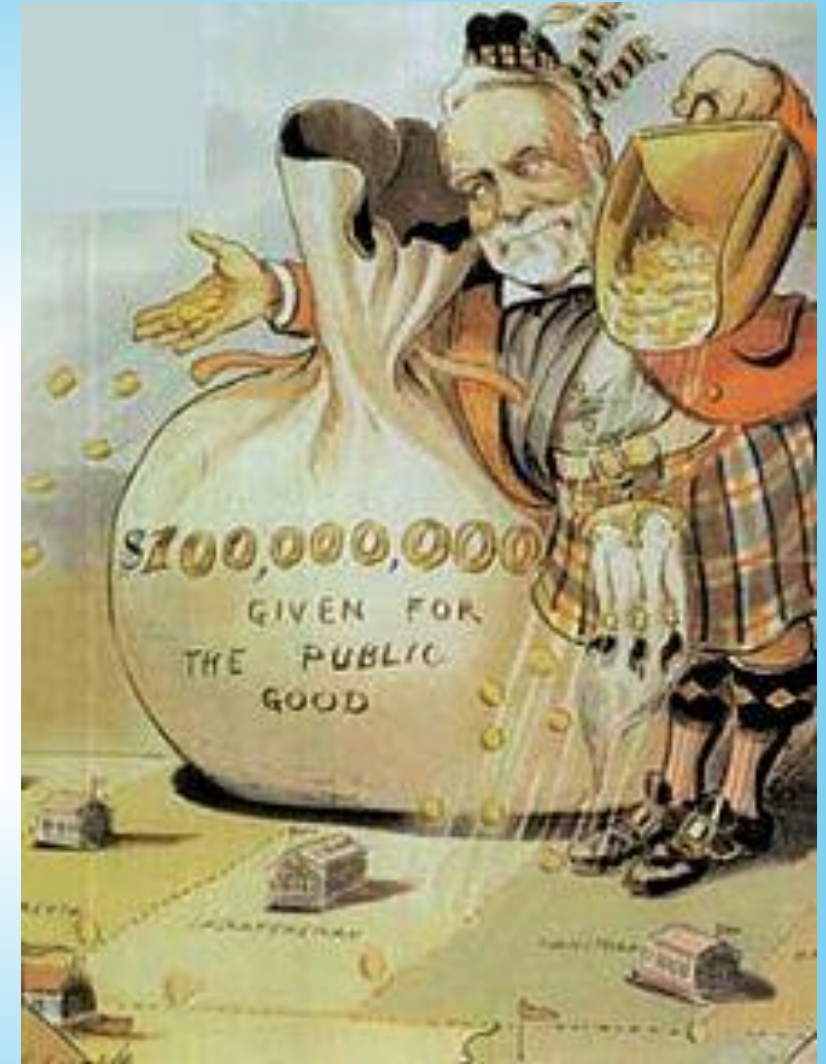
4. Ilustrația

5. La citirea "pe verticală" atenția poate fi captată de porțiunile de text marcate cu bold sau subliniate.



### **Sfaturi practice:**

- Fiți creativi, adresați-vă diferențiat.
- Oferiți motive pentru care adresatul ar fi tentat să deschidă plicul.
- Scrie ceva nou, intrigator, care ar capta atenția din prima...
- Donatorii sunt tentați să doneze de 3 ori mai mult dacă au primit apelul de donație într-o scrisoare.
- Folosește aceeași bază de date pentru patru trimiteri consecutive într-o perioadă de 2 ani.
- Selectează din baza de date acei donatori care sunt relevanți pentru cauză și campanie.
- Mesajul urmează să fie emoționant, creativ și mai puțin tehnic.
- Se trimite scrisoare de mulțumire imediat după ce donația va fi primită.
- După prima donație urmează loializarea donatorului printr-o comunicare adecvată.





## 4. Colectarea prin Facebook

### Noțiuni generale

Pe Facebook, poți să creezi strângeri de fonduri atât pentru organizații nonprofit, cât și pentru cauze personale.

A screenshot of a web browser showing a Facebook article. The browser's address bar and tabs are visible at the top. The Facebook interface includes a search bar, navigation links, and the article content. The article title is 'Cum inițiez o strângere de fonduri pe Facebook?'. Below the title are links for 'Ajutor pentru computer' and 'Ajutor pentru mobil', and a 'Distribuie articolul' button. The main text explains that you can create fundraisers on Facebook for nonprofit organizations and personal causes. It lists two categories: 'Strângeri de fonduri pentru organizațiile caritabile' and 'Strângeri de fonduri pentru cauze personale'. A concluding paragraph states that fundraising features are not available in all regions and provides a link to find out which countries currently support this feature.

mac x | y model scrisoare cere x | in Cum scriem o cerere x | FORMULARE.pdf x | y scrisori - Yahoo Imag x | f Cum inițiez o strâ

Caută Înapoi la Facebook

Facebook Administrarea contului Confidențialitatea și siguranța Politicile și raportarea Inboxul de asistență

### Cum inițiez o strângere de fonduri pe Facebook?

[Ajutor pentru computer](#) [Ajutor pentru mobil](#) [Distribuie articolul](#)

Pe Facebook, poți să creezi strângeri de fonduri pentru organizații nonprofit și pentru cauze personale. Mai jos vei afla mai multe despre cum se creează o strângere de fonduri:

- ▶ [Strângeri de fonduri pentru organizațiile caritabile](#)
- ▶ [Strângeri de fonduri pentru cauze personale](#)

funcțiile de donație și de strângere de fonduri de pe Facebook nu sunt disponibile în fiecare regiune. Află ce țări pot în acest moment să facă donații sau să creeze strângeri de fonduri pe Facebook.

## Strângeri de fonduri pentru organizații non-profit

- ✓ Dacă trăiți într-o țară în care este disponibilă strângerea de fonduri pentru organizații non-profit, puteți crea strângeri de fonduri în beneficiul organizațiilor caritabile.
- ✓ Organizațiile non-profit nu trebuie să fie întotdeauna înregistrate pe Facebook pentru a primi bani strânși pe Facebook, dar trebuie să îndeplinească anumite cerințe.
- ✓ Bani strânși pentru organizațiile non-profit sunt plătiți către organizația respectivă, nu către o anumită persoană.
- ✓ Dacă organizația non-profit optează să accepte donații pe Facebook, taxele vor fi acoperite astfel, încât întreaga sumă a donației să fie plătită către organizație.
- ✓ Organizațiile non-profit pot folosi butoane Donează, butoane în clipuri video în direct și postări în Pagină pentru a strânge bani pe Facebook.
- ✓ Strângerile de fonduri pentru organizații non-profit sunt eligibile pentru a primi donații echivalente de la persoane, Pagini și #GivingTuesday.



The screenshot shows a Facebook interface with a fundraising page for 'Diaconia Medical Ctr'. The page title is 'DONATE on #GivingTuesday to Upgrade Technology at Diaconia Medical Ctr'. It features a video of two medical professionals in a clinical setting. The page includes a progress bar showing that 36% of the 50,000 USD goal has been reached. The 'Despre' (About) section explains the Facebook Live event for Giving Tuesday 2019, aimed at raising 50,000 USD for medical technology and network system modernization at the medical center.

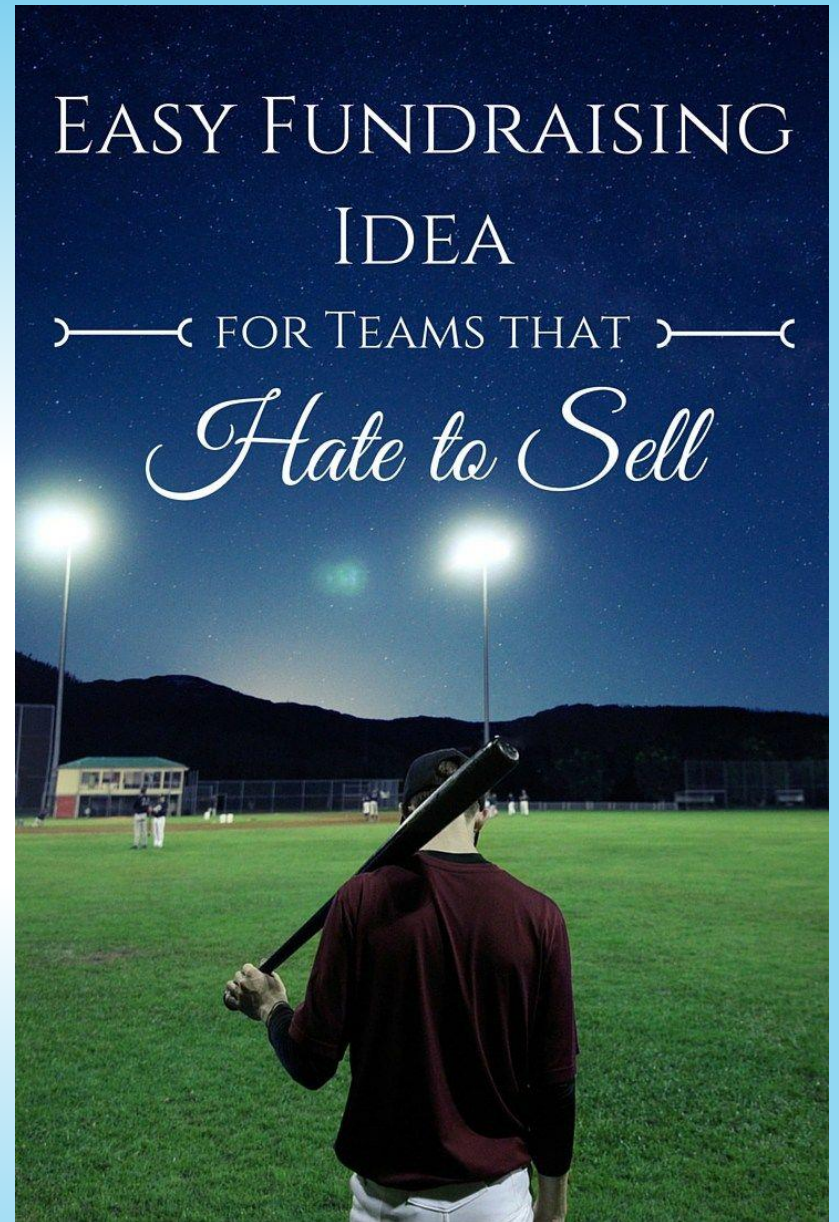
Facebook interface showing a fundraising page for 'DONATE on #GivingTuesday to Upgrade Technology at Diaconia Medical Ctr'. The page includes a video of medical professionals, a progress bar indicating 36% of the 50,000 \$ goal reached, and a description of the Facebook Live event for Giving Tuesday 2019.

**Pentru a primi donații pe Facebook,  
aveți nevoie de 3 lucruri ca să trimiți o cerere.**

- 1.O copie PDF a unui extras bancar din ultimele 3 luni (încărcarea acestui document face parte din proces). Dacă trimiți un extras mai vechi de 3 luni, cererea va fi aprobată cu întârziere.
- 2.Numele și data nașterii Directorului Executiv al organizației.
- 3.Codul de identificare fiscală a organizației care confirmă faptul că aceasta este scutită de plata impozitelor.

*Cererea trebuie completată în întregime, iar pașii parcurși deja nu pot fi salvați.*

Înainte de a începe, trebuie să vă asigurați că aveți la îndemână toate informațiile și documentele necesare.



## Strângeri de fonduri personale

- ✓ Dacă trăiți într-o țară în care sunt disponibile strângerile de fonduri personale, puteți crea o strângere de fonduri în beneficiul unei cauze care se încadrează în categoriile aprobate de noi.
- ✓ Rețineți că strângerile de fonduri personale nu se fac în beneficiul organizațiilor non-profit.
- ✓ Banii strânși în strângerile de fonduri personale sunt plătiți către persoana care a creat strângerea de fonduri și este posibil să aibă implicații fiscale.
- ✓ Dacă ați creat o strângere de fonduri personală, va trebui să adaugați un cont bancar pentru a primi banii strânși.
- ✓ Rețineți că strângerile de fonduri personale presupun comisioane de procesare a plăților ce variază de la o țară la alta.



The screenshot shows a Facebook interface with a search bar at the top. On the left, there's a sidebar with a heart icon and the text "Strângeri de fonduri". Below it, there are links for "Despre" and "Descoperă". A highlighted box says "Pentru Elena Crismari ! Vreau o viață normală !". The main content area features a large photo of a smiling woman, Elena Crismari, at a social gathering. Below the photo is the title "Pentru Elena Crismari ! Vreau o viață normală !" and a subtitle "Strângere de fonduri pentru Elena Crismari organizată de Tatiana Rusu Jizdan". There are three buttons: "Donează" (highlighted in blue), "Invită", and "Distribuie". Below these, a progress bar shows "S-au strâns 704 \$ din 16.477 \$" and "Fonduri strânse de 14 persoane în 68 de zile". The "Despre" section at the bottom contains a personal story from Elena Crismari, mentioning her 35th birthday and her medical condition, "Hondrodisplazie, scolioză toraco-lombară gradul IV".



## 5. Peer to Peer Fundraising

### Noțiune:

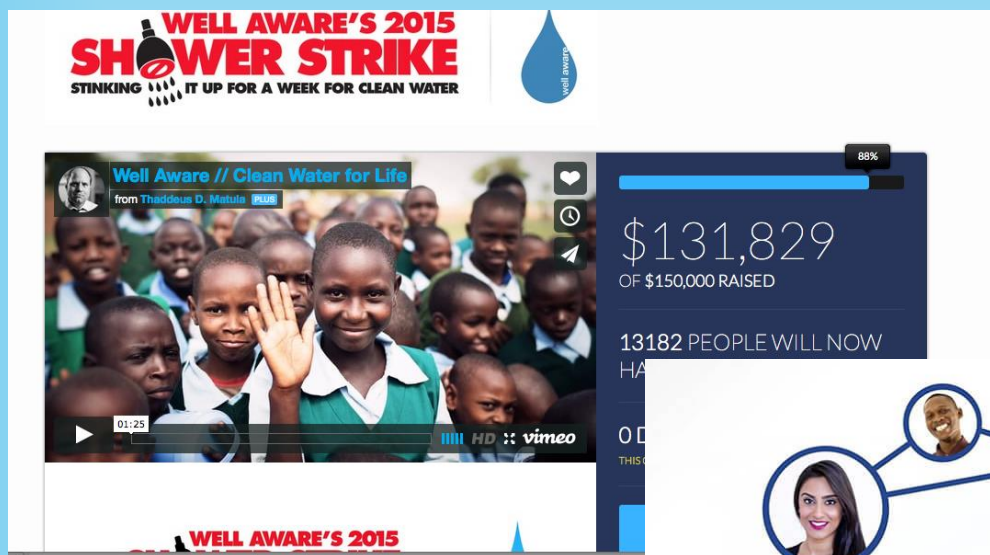
**Peer to peer Fundraising** (de la persoană la persoană) este procesul prin care grupuri sau persoane aparte sunt încurajate să strângă fonduri în numele organizației oferindu-le sprijin și permițându-le să comunice cu donatori din rețeaua personală și din comunitate și să le solicite fonduri.

### Particularități:

- Crește implicarea donatorilor
- Creează o comunitate
- Transformă susținătorii actuali în fundraizeri pentru cauza organizației.
- Asigură o rată mare de răspuns.

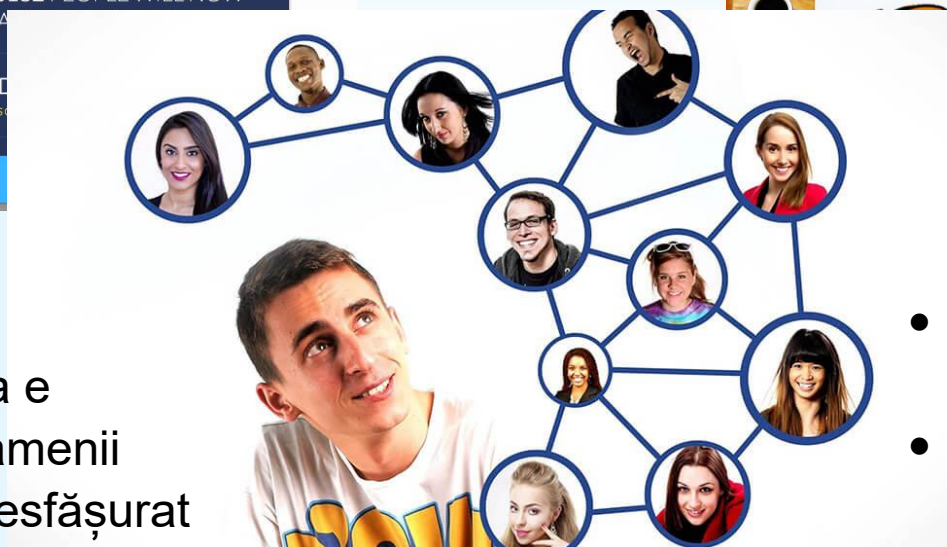






Având în vedere că toată lumea e ocupată, nimeni nu are timp, oamenii se vor implica în evenimentul desfășurat de tine dacă acesta este:

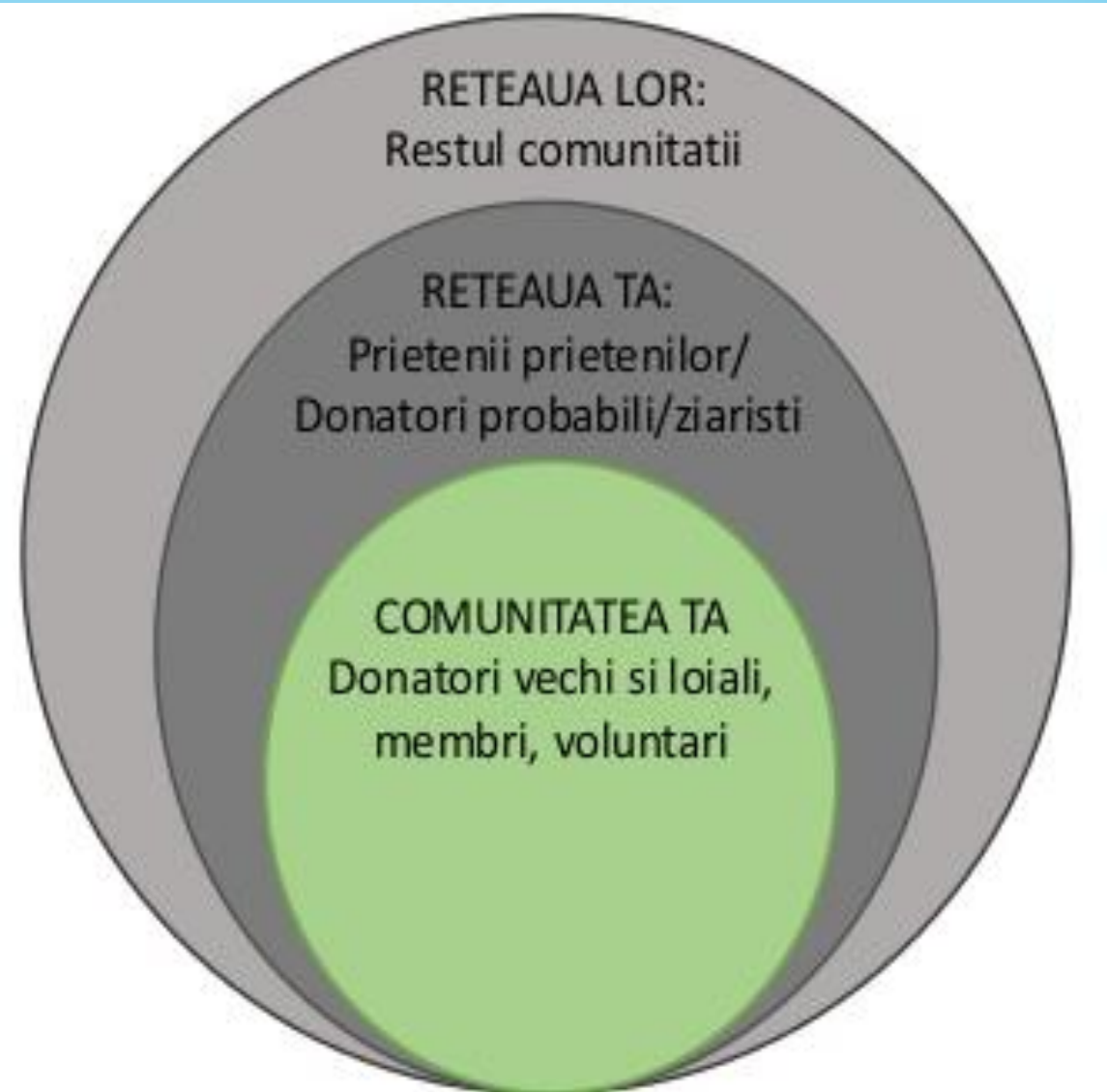
- Dinamic – alergi, aplauzi, strigi
- Este neconvențional – te simți bine și faci bine



- Bazat pe încredere – a ta în organizație și a prietenilor în tine.
- Informal – implică familia, prietenii și colegii
- Social – om cu om, vorbă-n vorbă, link în link
- Personal – tu ești eroul, tu ești magnetul.

### Care sunt pașii?

1. Găsiți suporterii
2. Creați un eveniment memorabil.
3. Faceți "valuri"
4. Suporterii solicită donații.
5. Alergați ... înotați .. slăbiți – sunteți eroul zilei.
6. Mulțumiți – suporterii voștri sunt eroii voștri.
7. Țineți-i aproape – informați-i despre desfășurarea proiectului.



## 6. Donație prin SMS

### Noțiune:

Donațiile prin intermediul SMS-urilor constituie o metodă de **colectare de surse prin accesarea la telefonul mobil a unui număr** dinainte anunțat, prin intermediul căruia o sumă determinată este transferată **de pe abonamentul de telefon pe contul organizației inițiatoare a colectării.**



Donațiile prin SMS au început să fie o metodă populară de atragere de fonduri după ce în anul 2005, în urma uraganului Katrina s-au strâns 400.000\$ prin acest tip de donații.

Pentru victimele cutremurului din Haiti s-au strâns, după 5 ani, în jur de 41 mil. \$ prin SMS-uri de donație. Odată cu răspândirea acestui tip de donație la nivel internațional, au început să se strângă datele necesare pentru analiza comportamentului donatorilor prin SMS, iar studiile cele mai aprofundate sunt realizate în Statele Unite ale Americii.

## **Domenii pentru care se poate acorda număr de SMS de donații:**

- ✓ Sănătate
- ✓ Educație
- ✓ Intervenție în situații de dezastre și calamități naturale
- ✓ Servicii sociale și de reintegrare pentru categorii defavorizate
- ✓ Protecția drepturilor copiilor
- ✓ Protecția mediului și a biodiversității
- ✓ Advocacy pentru cauze de interes public
- ✓ Artă și cultură
- ✓ Drepturi civile ale omului, drepturi cetățenești, inclusiv ale minorităților
- ✓ Sport pentru amatori
- ✓ Tineret
- ✓ Programe de antreprenariat social.



## De ce aveți nevoie ca să începeți:

- Vizibilitate în comunitate
- Causă cu care publicul să empatizeze
- Relații bune cu mass-media

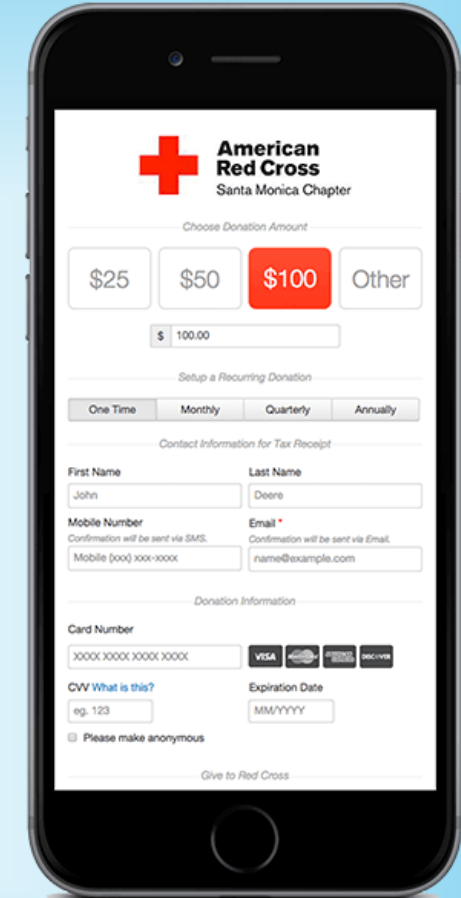
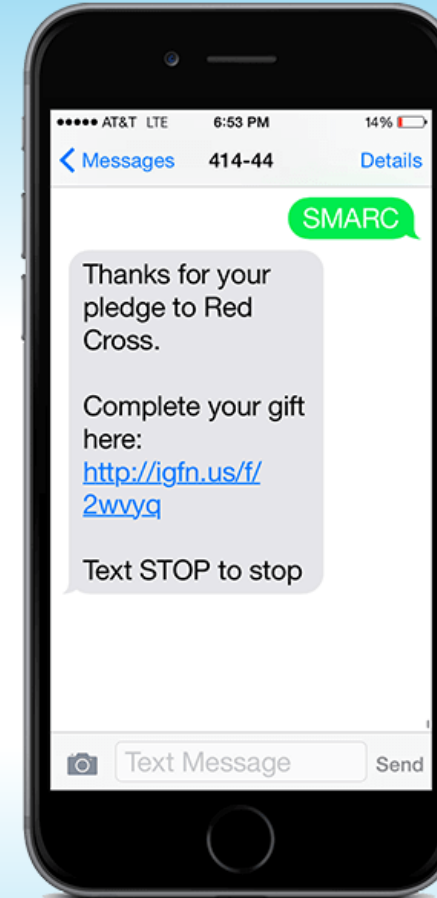
## Elementele necesare:

- O persoană de comunicare
- Parteneriate media cu difuzări gratuite
- Un spot TV emoționant
- Un spot radio emoționant
- Un mesaj vizual sugestiv și emoționant
- Un media plan bogat, care să includă obligatoriu difuzări TV
- Un mesaj de mulțumire



## Pașii ce urmează a fi întreprinși

1. Identificarea obiectivelor campaniei
2. Crearea parteneriatelor media
3. Elaborarea mesajului
4. Obținerea numărului de SMS
5. Stabilirea mesajului de mulțumire
6. Semnarea contractelor
7. Diseminarea mesajului
8. Producerea materialelor (spoturi TV și radio, machete etc.)
9. Desfășurarea campaniei și monitorizarea
10. Îmbunătățirea în timp real a campaniei
11. Comunicarea rezultatelor, raportarea și mulțumirea.



## 7. Evenimente speciale de fundraising

### Evenimentele speciale includ:

- cine festive,
- târguri,
- vânzări,
- licitații,
- competiții,
- curse,
- baluri,
- festivaluri,
- carnavali,
- curse derby,
- banchete,
- Walkathon, etc.



Cheia constă în **a găsi evenimentul potrivit** pentru cauza dumneavoastră la momentul potrivit, pentru oamenii potriviți.

Nu uitați că acești oameni ar putea deseori fi invitați la evenimente similare și **încercați să le oferiți ceva nou!**

Într-un eveniment special e important **să stabiliți un prag de donație** cu care cei pe care contați **să fie confortabili**. Pentru asta e important **să vă cunoașteți donatorii** și **potențialul lor economic**, să cunoașteți piața locală și să știți cum vă poziționați în raport cu alte organizații similare.



## Modalități de a vă crește succesul financiar la evenimentul dumneavoastră:

1. Faceți ca evenimentul să fie repetabil, astfel încât greșelile costisitoare din primul an să se transforme în venit în următorii ani.
2. **Totul trebuie donat!!** Materiale, mâncare, publicitate, echipament de sunete, spațiu și ajutor de la oameni, toate trebuie donate pentru a organiza evenimentul.
3. Începeți de la mai mic pentru a vă reuși să gestionați evenimentul (vindeți bilete, organizați-l, faceți publicitatea necesară), dar faceți-l **suficient de atractiv pentru ca oamenii să dorească să vină.**
4. Începeți să planificați și **să anticipați și lucrurile** mult mai îndepărtate.
5. Folosiți un **catalog de publicitate sau un program de suvenire** ca modalitate suplimentară de a strânge fonduri la eveniment.
6. Asigurați-vă că **organizația dumneavoastră conduce evenimentul**, pentru a vă asigura că veți primi venitul cel mai mare.
7. Asigurați-vă că **o persoană informată deplin** se află într-un rol-cheie de planificare și desfășurare a evenimentului
8. Planificați **siguranța și protecția banilor** care vă sunt transmiși.
9. **Presa! Presa!! Presa!!!** Sensibilizarea publicului este cheia spre succes.





**Elaborarea ghidului este parte componentă a Suportului de Asistență Tehnică  
în Republica Moldova, fiind gestionat de către Centrul European  
pentru Drept Necomercial (ECNL).**

**Proiectul este implementat de Centrul CONTACT, grație Centrului Internațional pentru  
Drept Necomercial (ICNL), la Inițiativa Spațiului Civic  
și finanțat de Guvernul Suediei.**