



Działamy!



Pozyskiwanie środków - Fundraising

PORADNIK DLA MŁODZIEŻY



Poznań 2024

Broszura przygotowana w 2024 roku w ramach projektu „Działamy dla młodych!” realizowanego przez:

Stowarzyszenie Centrum Rozwoju

Edukacji Obywatelskiej CREO

ul. Kochanowskiego 8A/2

60-845 Poznań

www.centrumcreo.pl



Działamy!

Projekt dofinansowany ze środków Rządowego Programu Fundusz Młodzieżowy na lata 2022-2033



Sfinansowano ze środków Narodowego Instytutu Wolności –
Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego
w ramach Rządowego Programu Fundusz Młodzieżowy na lata 2022-2033



Spis treści

Wprowadzenie	4
1. Fundraising to szansa	5
Czym jest fundraising?	5
Fundraising krok po kroku – narzędzia pozyskiwania funduszy	8
2. Strona internetowa: pierwszy krok do sukcesu	10
3. Crowdfunding.....	16
4. Twoja pasja Twoja siłą – kreatywne i angażujące pomysły na fundraising	20
5. Grywalizacja i wyzwania – jak zmotywować rówieśników?	23
6. O mocy podziękowań – relacje z darczyńcami	25
Piśmiennictwo:.....	27

Wprowadzenie

Fundraising? Brzmi poważnie, ale to nic innego jak sposób na zmienianie świata – krok po kroku, z pomocą innych ludzi.

W Polsce działa ponad 70 tysięcy aktywnych organizacji społecznych, które organizują koncerty, pomagają zwierzętom, wspierają osoby w potrzebie i robią wiele innych niesamowitych rzeczy. Zbiórki charytatywne, akcje na rzecz ochrony środowiska, a także wydarzenia kulturalne w Twojej okolicy - to często efekt pracy właśnie takich grup.

Sektor organizacji społecznych w Polsce to prawdziwa mozaika. Niektóre fundacje i stowarzyszenia działają prężnie i odnoszą ogromne sukcesy.

Inne zmagają się z brakiem środków lub zaangażowanych osób, co czasem prowadzi do ich zamknięcia. Są organizacje małe i duże, działające dzięki pracy wolontariuszy albo osób, które są zatrudnione w ramach pracy.

Sporym problemem w finansowaniu działań społecznych jest trudność w pozyskaniu długofalowego finansowania na tego typu działalność.

Zgodnie z badaniami Klon Jawor (2022) największym problemem, z jakim mierzą się organizacje pozarządowe to trudności w zdobywaniu funduszy i sprzętu. Tę trudność wskazuje aż 67% ankietowanych.

Choć możliwości pozyskiwania jest wiele to organizacje pozarządowe w Polsce w głównej mierze korzystają z trzech z nich:

- Krajowe środki publiczne (granty),
- Filantropia indywidualna i instytucjonalna,
- Składki członkowskie.

Dywersyfikacja źródeł finansowania daje większą stabilność i niezależność działania organizacji. **Jednym ze sposobów, z którego warto skorzystać budując stabilność finansową fundacji, czy stowarzyszenia jest fundraising.**

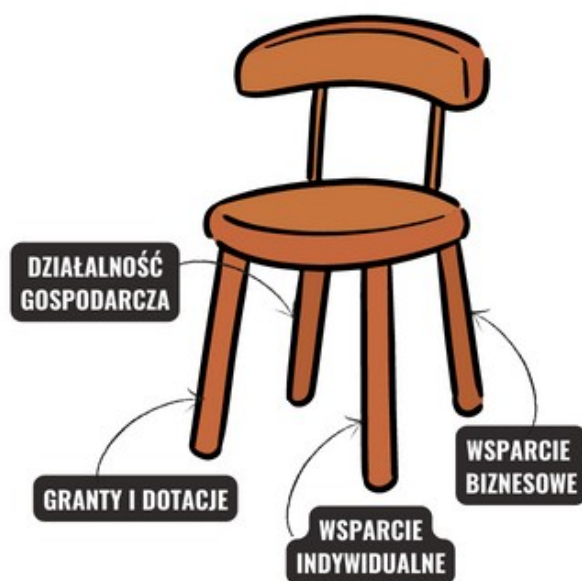
1. Fundraising to szansa

A teraz... Wyobraźcie sobie krzesło.

Krzesło stoi pewnie na 4 nogach. Gdyby pozbawić je jednej z nich – straciło by swoją stabilność. Gdyby ująć ich aż dwie straciło by równowagę. Podobnie wygląda kwestia finansowania organizacji.

Zwizualizuj sobie organizację, w której się udzielasz jako ... krzesło! Gdyby każda z nóg oznaczała inny rodzaj finansowania, to równowaga między nimi z jednej strony pozwalałaby zachować stabilność, a z drugiej dawała więcej możliwości pozyskiwania środków.

Czy nasze 'krzesło' będzie w stanie długofalowo utrzymać się na jednej nodze?



Czym jest fundraising?

Termin fundraising pochodzi z języka angielskiego i odnosi się do słowa fund (z ang. fundusze, środki) i raise (z ang. zbierać, zwiększać). Pojęcie to oznacza proces systematycznego i zaplanowanego zbierania środków poprzez zwracanie się do darczyńców z prośbą o wsparcie konkretnych działań organizacji.

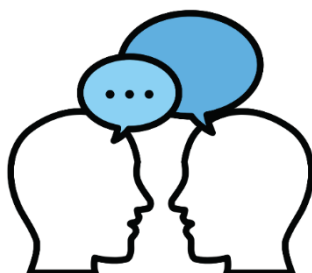
ang. fund
FUNDUSZE

ang. raise
ZBIERAĆ

Dzięki podejmowaniu planowanych działań fundraisingowych budujemy stabilne i długofalowe relacje z darczyńcami, którzy chcą wspierać określone przesłanie, ideę, bądź cel danej organizacji społecznej.

Osoba zajmująca się fundraisingiem określana jest mianem fundraisera.

Co ważne, fundraising nie sprowadza się wyłącznie do pozyskiwania pieniędzy. To pozyskiwanie środków, zarówno finansowych jak i rzeczowych. Nie każdy darczyńca chciałby rozpocząć swoją przygodę ze wspieraniem danej organizacji od wykonania przelewu. Jaki sposób pomocy preferuje? O to zawsze warto zapytać wprost.



O co możemy prosić potencjalnych darczyńców?

- 1. Czas**
- 2. Pieniądze**
- 3. Rzeczy (usługi i towary)**
- 4. Rady, rekomendacje, opinie, informacje**
- 5. Umiejętności**

Włączenie darczyńców w misję organizacji stanowi proces.

Pamiętajmy, że każda osoba zaangażowana pośrednio i bezpośrednio w nasze działania społeczne jest także nośnikiem informacji. Komunikując swoich odbiorców o aktualnych działaniach, czy potrzebach, poszerzasz grono osób, które potencjalnie mogą wesprzeć organizację. A wieść niesie się tzw. pocztą pantoflową.

Jeżeli postrzegamy pozyskiwanie środków jako metodę rozwoju na stałe wpisaną w model naszego NGO, to warto odpowiedzieć sobie na kilka pytań. Pozwoli to na celowane wprowadzenie metod i narzędzi, które pomogą w bardzo ważnym zadaniu – rozwoju naszej organizacji.



Zastanów się i odpowiedz:

- 1. Czy misja i zakres działania organizacji jest znana całemu zespołowi?**
- 2. Czy organizacja posiada strategię rozwoju na najbliższe lata? Jeśli TAK to czy z planem zapoznany jest cały zespół?**
- 3. Czy każda osoba pracująca/udzielająca się w organizacji jest zaznajomiona z aktualnymi działaniami?**
- 4. Jaki jest potencjał naszej organizacji? Osobowy, rzeczowy?**
- 5. Kto jest odbiorcą naszych działań?**
- 6. Jakie wartości są bliskie naszym aktualnym i przyszłym darczyńcom?**

Fundraising krok po kroku – narzędzia pozyskiwania funduszy

Do każdego z potencjalnych darczyńców trzeba dotrzeć w sposób odpowiedni i przemyślany. Organizacje pozarządowe opierając się o swój potencjał, możliwości i doświadczenie wypracowują z czasem swoje najlepsze metody docierania do darczyńców.



Czas na burzę mózgów – spróbuj wypisać wszystkie sposoby pozyskiwania środków jakie przyjdą Ci do głowy. To ćwiczenie warto wykonać razem z zespołem organizacji, w której działasz!

Wybrane metody pozyskiwania środków:

ZBIÓRKI PUBLICZNE/ KWESTY	LOTERIA	BARTER	WOLONTARIAT
PAYROLL (końcówki pensji)	POLECENIA ZAPŁATY	GRANTY, KONKURSY	ZADANIA ZLECONE
KONTAKT BEZPOŚREDNI	TELE- FUNDRAISING	INTERNET crowdfunding, wpłaty poprzez stronę WWW	LISTY TRADYCYJNE
PRASA	TELEWIZJA	RADIO	REKLAMA WIELKO- FORMATOWA (mural, billboard)
IMPREZA CHARYTATYWNA	SPADEK/ TESTAMENT	1,5%	INWESTOWANIE KAPITAŁU
KAPITAŁ ŻELAZNY	DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZA	SPONSORING	SKŁADKI CZŁONKOWSKIE

Ile różnych metod pozyskiwania środków wykorzystuje organizacja, w której działasz? Która z nich jest dominująca? Zastanów się, czy wdrożenie dodatkowej metody umożliwiającej finansowanie działań Twojej organizacji jest możliwe i jakie nowe możliwości za sobą niesie.

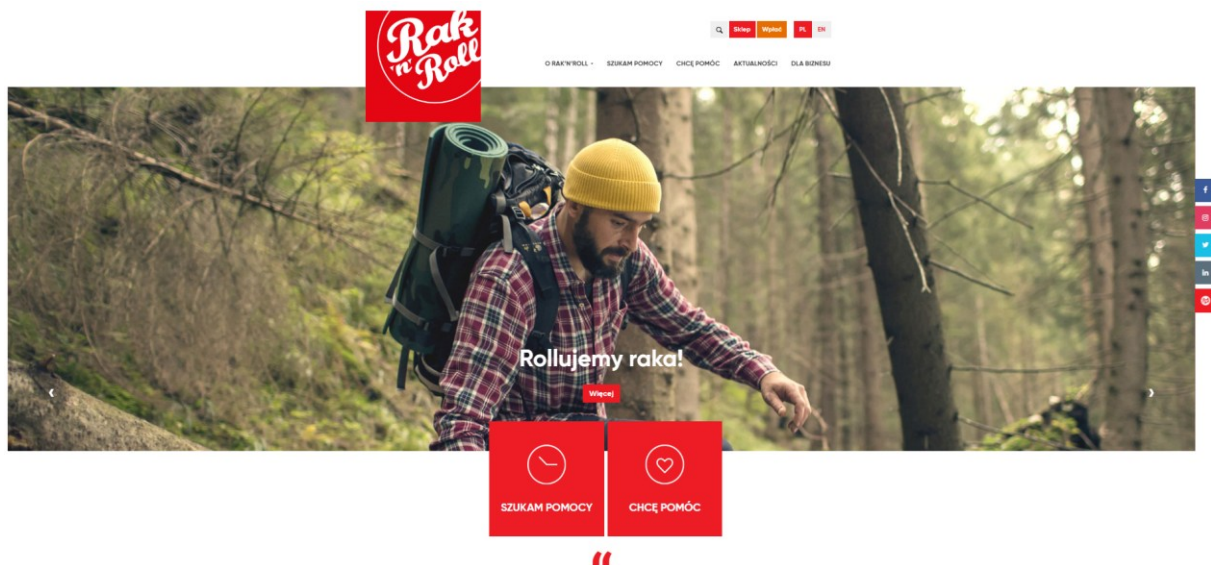
2. Strona internetowa: pierwszy krok do sukcesu

Strona internetowa jest bardzo ważnym narzędziem pozyskiwania środków od sponsorów. To nie tylko wizytówka organizacji, ale i metoda na zaangażowanie naszych sympatyków, czy nowych użytkowników. Zaprojektowanie funkcjonalnej strony www może jednak stanowić wyzwanie. Wiele organizacji może mieć problem z jasnym określeniem swojego odbiorcy. Kluczowe jest zastanowienie się – KTO JEST ODBIORCĄ. Przestarzała, nieaktualna i nieatrakcyjna strona nie przyciągnie uwagi lub wręcz zadziała odpychająco na potencjalnych partnerów. Jeżeli współpracujesz z organizacją pozarządową i pozyskujesz, lub planujesz(!), pozyskiwać środki na rzecz jej misji, warto sprawdzić wcześniej, czy ich strona internetowa jest ‘na czasie’.

Jak przygotować naszą stronę internetową do pozyskiwania wsparcia i zwiększenia zaangażowania darczyńców?

a) Przedstaw misję organizacji!

Pokaż w ciekawy sposób, czym się zajmujecie. Przekonaj potencjalnego odbiorcę, że wraz z zespołem jesteście profesjonalistami w swojej dziedzinie. Jeżeli tworzycie opisy samodzielnie skonsultujcie gotowy tekst ze znajomymi, rodziną, czy przyjaciółmi. Jeśli bez problemu zrozumieją przekaz będzie to znaczyło, że każdy inny odbiorca sobie z tym poradzi. Ćwiczenie czyni mistrza! Dobrą metodą może być również stworzenie chwytliwego hasła promującego działania organizacji.



www.raknroll.pl

b) Zadbaj o warstwę wizualną

Konstruując stronę internetową mamy do dyspozycji wiele szablonów. Treści wizualne stanowią ważną drogę komunikacji. Kluczowe jest zadbanie o dobrej jakości zdjęcia i filmy. Wybierając obrazy na stronę staraj się korzystać z zasobów organizacji. Ogólnodostępne i często bezpłatne zdjęcia są pomocnym narzędziem. Pamiętajmy jednak, że każdy ma do nich dostęp i ukazywanie działań organizacji wyłącznie przez stockowe zdjęcia może odebrać nam autentyczność. Pomocne będzie również zastosowanie spójnej kolorystyki i minimalistycznej czcionki.

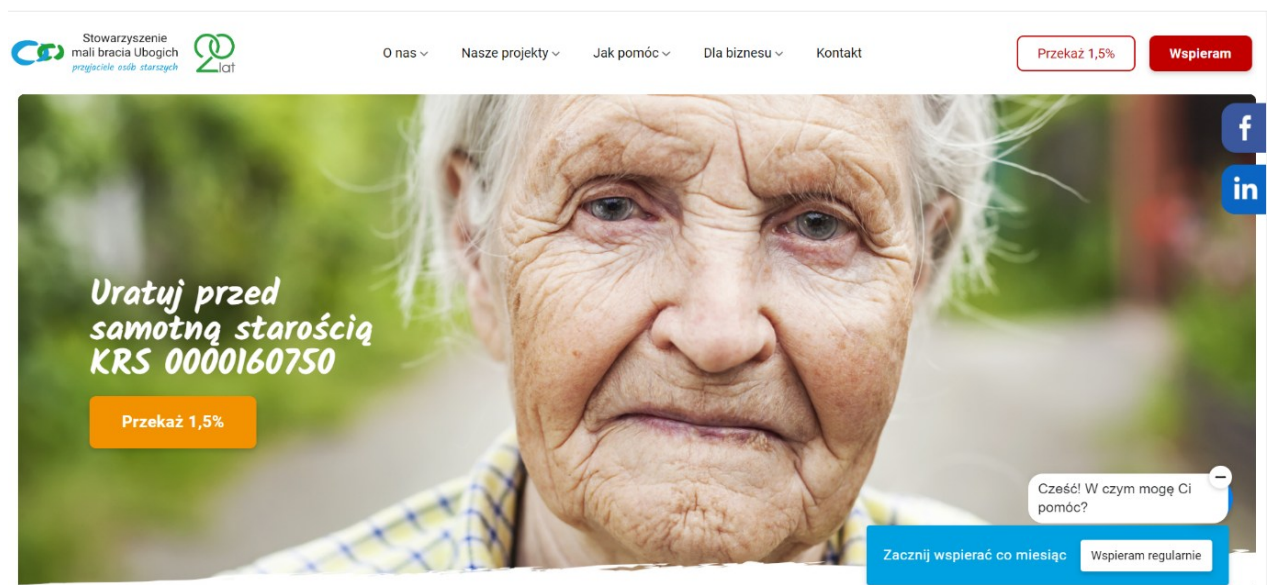


www.otwarteklatki.pl

c) Wywołaj emocje

Fakty i twarde dane są bardzo ważne. Darczyńca chciałby mieć poczucie, że wpłacając środki na działania danej organizacji zostaną one wykorzystane w przemyślany i konkretny sposób. Jednak czynnikiem, który motywuje do podjęcia działania są emocje. Przekaż odbiorcy spersonalizowaną historię, pokaż co mogą osiągnąć podopieczni z odpowiednim wsparciem. Pokaż wizję i zachęć do uczestnictwa w misji. Postaraj się przekazać emocje, które zaangażują darczyńców do działania. Przykładowo:

- Nie zbieramy pieniędzy na zakup karmy do schroniska, ale pomagamy nakarmić bezpańskie koty i psy, które nie mają domu.
- Nie zbieramy środków na programy edukacyjne, ale na wsparcie dzieci w nauce.
- Kładźmy nacisk na ważną społecznie sprawę.

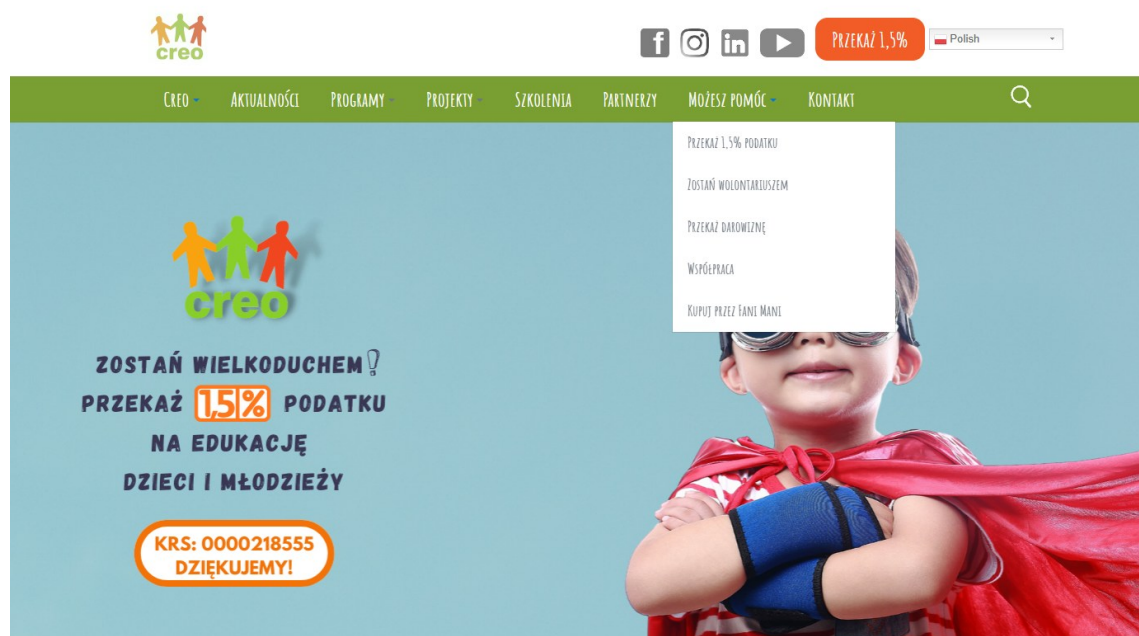


www.malibracia.org.pl

d) Poproś o konkretne wsparcie

Mamy to! Zaintrygowaliśmy potencjalnego darczyńcę chwytliwym hasłem, przekonaliśmy do zaangażowania w misję i zastosowaliśmy przekonujący layout strony internetowej. Czy nasz nowy sympatyk bez problemu odnajdzie drogę do zaproponowanych przez nas możliwości wsparcia organizacji? Pokażmy naszym odbiorcom, w jaki konkretny sposób mogą wesprzeć działania naszej organizacji, np.:

- przekazać 1,5% podatku,
- zostać wolontariuszem,
- przekazać darowiznę finansową lub rzeczową,
- podjąć współpracę,
- zrobić zakupy przez Fani Mani,
- wesprzeć naszą zbiórkę,
- zorganizować zbiórkę charytatywną.



www.centrumcreo.pl

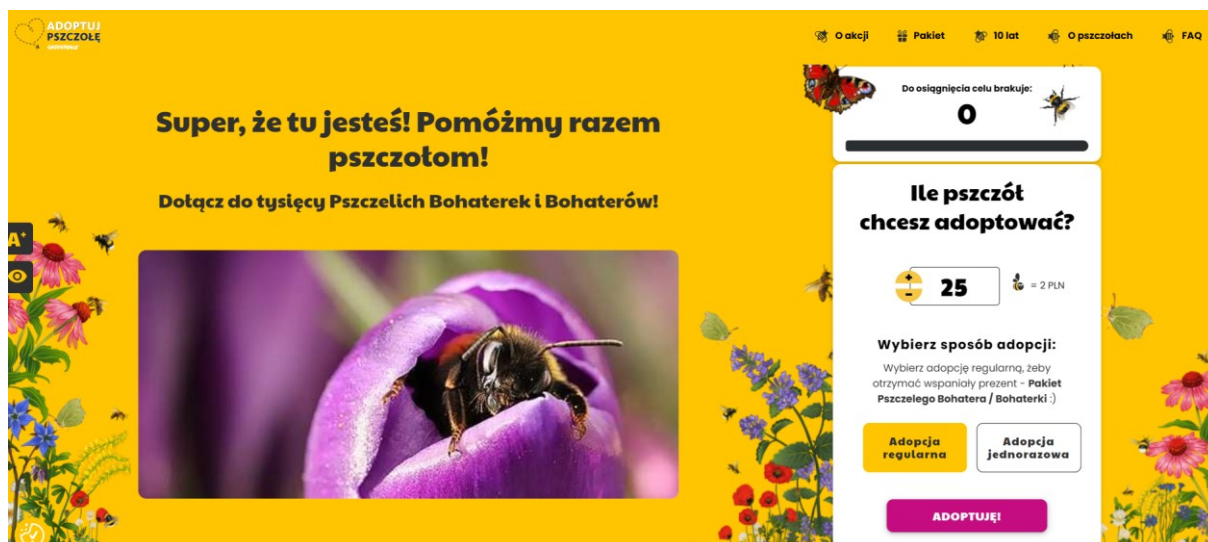
Zdefiniujcie jakie wsparcie było by dla was ważne i zakomunikujcie to odbiorcy.

e) Wezwij do działania! Przycisk Call to Action

Tzw. przycisk call to action na stronie internetowej daje możliwość pokierowania użytkownika w dowolne miejsce w obrębie witryny naszej organizacji lub poza nią. Dobrym i szybkim sposobem na przystosowanie naszej witryny, jest zastosowanie wezwania do działania w formie hasła: **WSPIERAJ, POMÓŻ, WPŁAĆ**. Dzięki temu możemy poprowadzić odbiorcę bezpośrednio do podstrony z numerem konta bankowego lub możliwości płatności PayPal.



www.szlachetnapaczka.pl



www.adoptujpszczole.pl

Zadbaj o detale!

Skoro strona internetowa jest przyjazna dla darczyńcy pod kątem treści tekstowych i wizualnych zadbajmy jeszcze o drobne detale, które ułatwią i uprzyjemnią korzystanie z witryny. Cechy jakimi charakteryzuje się nowoczesna strona to szybkość ładowania, skalowalność (tzw. responsywność) i dostosowanie strony internetowej do wszystkich użytkowników.

Wolne ładowanie się platformy internetowej nie tylko zaburza odbiór przekazywanych treści, ale wróży problemy z rejestracją i płatnościami online. Skalowalność strony, czyli dostosowanie do wielkości okna przeglądarki, niezależnie, czy jest to laptop, tablet, czy smartfon, umożliwia bezproblemową obsługę stale rosnącego ruchu (np. w trakcie kampanii 1,5%, czy intensywnej promocji zbiórki). Z kolei dostępność umożliwia przystępne korzystanie z witryny użytkownikom bez względu na wiek, poziom sprawności, czy narodowość. Wszak nasi darczyńcy mogą być reprezentantami każdej grupy społecznej.

Zadbaj o to, by strona internetowa organizacji, w której działania się angażujesz, stała się Twoim centrum dowodzenia w sieci. Powodzenia!

3. Crowdfunding

Crowdfunding, czyli finansowanie społecznościowe, to sposób pozyskiwania pieniędzy na różne projekty dzięki wsparciu dużej liczby osób. To jak zbiórka, tylko na większą skalę – każdy może wziąć udział, wpłacając nawet niewielką kwotę, a razem tworzyacie fundusz na realizację jakiegoś pomysłu. Zwykle crowdfunding kojarzy się z akcjami online, gdzie łatwo można zebrać pieniądze na różne inicjatywy, od projektów artystycznych po cele charytatywne.

W świecie crowdfundingu mamy dwie główne grupy:

- **Twórcy** – to osoby lub grupy, które mają pomysł i potrzebują funduszy, aby go zrealizować. Mogą to być, np. zespoły, artyści, czy organizacje non-profit.
- **Wspierający** – to ludzie, którzy decydują się wesprzeć projekt. Często angażują się, ponieważ wierzą w ideę lub chcą mieć udział w czymś wyjątkowym. Dzięki nim projekty mogą stać się rzeczywistością.

Crowdfunding to świetna okazja, by włączyć się w coś większego i pomóc spełniać marzenia innych, a także realizować własne.



Rodzaje crowdfundingu

W zależności od motywacji inwestorów wyróżnia się następujące rodzaje crowdfundingu:

- **Crowdfunding dotacyjny (charytatywny)**

To forma finansowania, w której osoby wspierające projekt przekazują swoje środki na cele filantropijne, nie oczekując w zamian żadnych świadczeń. W tego rodzaju crowdfundingowych akcjach, wspierane są często projekty społeczne, charytatywne, naukowe czy medyczne. Wspierający mogą wpłacać dowolną kwotę, a ich celem jest pomoc w realizacji inicjatywy, a nie zysk materialny. Przykłady platform crowdfundingowych tego rodzaju to, m.in.: zrzutka.pl oraz siepomaga.pl



- **crowdfunding oparty na nagrodach**

W ramach podziękowania za dokonanie wpłat inwestorzy otrzymują od organizatora zbiórki nagrodę, którą może być np. pamiątkowy medal czy autograf. Portal PolakPotrafi.pl funkcjonuje zgodnie z tą zasadą.



- **Crowdfunding oparty na przedsprzedaży**

Polega na tym, że osoby, które wspierają projekt, płacą z góry za produkt lub usługę, które otrzymają po ich stworzeniu. To jak zamówienie czegoś

jeszcze przed premierą – np. kupujesz nową grę lub gadżet, zanim jeszcze trafi do sprzedaży. W zamian za swoje wsparcie, dostajesz coś, co zostało stworzone dzięki Twojej pomocy. Przykładem takiej platformy jest Kickstarter.com



- **crowdfunding inwestycyjny (udziałowy)**

To forma finansowania, w której osoby wspierające projekt otrzymują udziały w przedsiębiorstwie oraz pewne prawa korporacyjne. W zamian za swoje wsparcie, inwestorzy stają się współwłaścicielami firmy i mogą uczestniczyć w jej rozwoju oraz zyskach.

W Polsce działają platformy takie jak Beesfund i FindFunds, które umożliwiają inwestowanie w różne projekty biznesowe.



- **crowdfunding pożyczkowy**

To model, w którym osoby wspierające projekt pożyczają swoje pieniądze, a podmiot, który otrzymuje finansowanie, zobowiązuje się do zwrotu tych środków wraz z odsetkami. Jest to rodzaj pożyczki, którą trzeba spłacić

w ustalonym czasie. Tego typu crowdfunding daje inwestorom możliwość zarobku na odsetkach, które są wynikiem udzielania pożyczek. W Polsce funkcjonują takie platformy jak, np. Mintos czy Bondora, które oferują możliwość inwestowania w pożyczki osobiste i biznesowe na rynku międzynarodowym.



4. Twoja pasja Twoja siłą – kreatywne i angażujące pomysły na fundraising

Jakie są Twoje zainteresowania? Czym lubisz się zajmować w wolnym czasie? Być może Twoja pasja ma potencjał na to, by połączyć ją z działaniami fundraisingowymi.

Twoje hobby może być nie tylko sposobem na rozwijanie talentu, ale także świetnym narzędziem do pomagania innym. To, co sprawia Ci radość – sport, sztuka, gry czy muzyka – może przyciągnąć ludzi, zainspirować ich i wspierać ważne cele. W tym podrozdziale znajdziesz pomysły, jak wykorzystać swoje zainteresowania, aby organizować oryginalne i skuteczne akcje fundraisingowe.

HOBBY A CEL SPOŁECZNY

Sport: Jeżeli jesteś fanem biegania, jazdy na rowerze lub innych aktywności fizycznych, możesz zorganizować wydarzenie typu „bieg charytatywny”, czy rowerową wyprawę „kręć kilometry”.



W jaki sposób pozyskiwać środki z takich wydarzeń? Uczestnicy mogą, na przykład wpłacać wpisowe, które zasili wybrany cel. Możesz też poszukać sponsorów, którzy zgodzą się zasponsorować pokonane kilometry.

Podziel się umiejętnościami: Jeżeli masz talent do rękodzieła, gotowania czy innej umiejętności - zorganizuj warsztaty. Uczestnicy, płacąc symboliczną kwotę, nauczą się czegoś nowego, a Ty zbierzesz pieniądze na ważny cel.

Organizacja koncertów i występów: Gra na gitarze, śpiew, stand-up? Zbierz znajomych, którzy dzielą Twoją pasję, i zorganizuj koncert uliczny lub w lokalnym domu kultury. Dochody z biletów lub darowizny przechodniów wesprą Twoją inicjatywę.

TWÓRCZOŚĆ W SŁUŻBIE FUNDRAISINGU

Sprzedaż unikalnych produktów: Lubisz personalizowane rzeczy? Wykorzystaj swoje talenty, by stworzyć produkty na sprzedaż. Mogą być to, np. kubki z grafikami, naszywki, bawełniane torby, czy bransoletki. Możesz też zorganizować kiermasz charytatywny, gdzie inne osoby wystawią swoje prace.



Internetowe aukcje charytatywne: Masz talent do tworzenia? Aukcje charytatywne w internecie to świetny sposób, aby połączyć swoją pasję z pomaganiem. Wystaw na sprzedaż swoje prace. Mogą to być ilustracje, ręcznie robiona biżuteria, grafiki, zdjęcia czy nawet unikatowe przedmioty DIY.

Platformy takie jak Allegro Charytatywni umożliwiają łatwe zorganizowanie takiej aukcji.

Ludzie chętnie licytują, gdy widzą coś wyjątkowego, zwłaszcza jeśli wiedzą, że ich pieniądze trafią na dobry cel. Co więcej, wspieranie młodych talentów budzi duże zainteresowanie – twoje prace mogą znaleźć nowych właścicieli, a Ty zdobędziesz szansę, by zaprezentować swoją twórczość szerszej publiczności.

Pamiętaj, aby zadbać o odpowiednie zdjęcia i opisy swoich aukcji – atrakcyjna prezentacja zwiększa szansę na sukces. Możesz także nagłośnić swoją akcję w social mediach, zapraszając znajomych do udziału w licytacji lub udostępnienia informacji.

5. Grywalizacja i wyzwania – jak zmotywować rówieśników?

Zbiórka funduszy wcale nie musi być poważna i oficjalna! Wprowadzenie gier, rywalizacji i wyzwań to świetny sposób na zaangażowanie innych. Od prostych i zabawnych wyzwań w social mediach po turnieje, czy loterie – takie działania motywują do wspierania różnorodnych inicjatyw. Poznaj kilka pomysłów, które uczynią Twój fundraising dynamicznym i ekscytującym!

WYZWANIA SPOŁECZNOŚCIOWE

Wyjątkowe wyzwania: Wymyśl angażujące wyzwania, które będzie motywować innych do wsparcia. Możesz zaproponować, że za każdą darowiznę wykonasz kreatywne zadanie, jak np. stworzenie krótkiego filmu, narysowanie portretu wspierającej osoby itp. Celem jest połączenie przyjemności z pomocą.

Viral: Zainspiruj się sukcesami takich kampanii jak, np. Ice Bucket Challenge.

Zaproś znajomych do udziału w prostych, zabawnych akcjach (np. nagrywanie śmiesznych filmików), które jednocześnie będą promować Twój cel.



NAGRODY ZA UDZIAŁ

System nagród: Pamiętaj, że podziękowania mają moc. Stwórz, np. personalizowane e-maile, rysunki czy zdjęcia z dedykacją. Dzięki takim prostym podziękowaniom Twój odbiorca będzie czuł się częścią Twojej akcji.

Loterie: Zorganizuj konkurs, w którym każdy darczyńca bierze udział w losowaniu małych nagród – może to być wejściówka na wydarzenie, gadżet czy możliwość wykonania czegoś kreatywnego razem z Tobą.

Odznaki i wyróżnienia: Zaprojektuj wirtualne odznaki czy dyplomy, które możesz wysyłać uczestnikom, np. za największy wkład lub za najbardziej kreatywne wsparcie.

TURNIEJE I RYWALIZACJA

Zawody sportowe: Zorganizuj mini-turniej piłkarski, siatkarski lub koszykarski w swojej szkole czy na podwórku. Wpisowe na zawody może wspierać wybraną przez Ciebie zbiórkę.



E-sport dla dobra: Jeśli Twoi znajomi są fanami gier, zorganizuj turniej w ulubioną grę, np. Fortnite, Minecraft czy League of Legends, gdzie wpisowe przeznaczasz na szczytny cel.

6. O mocy podziękowań – relacje z darczyńcami

Dziękując darczyńcom ważne jest, aby pamiętać o dwóch zasadach:

- dziękować niezwłocznie,
- dziękować w taki sposób, którego się nie spodziewają.



Badacz fundraisingu, prof. Adrian Sargeant pochodzący z Wielkiej Brytanii, na podstawie swoich badań kampanii fundraisingowych sformułował konkluzję, według której podziękowanie otrzymane **po upływie 48 godzin od wpłaty** powoduje aż 4-krotny spadek szans na ponowną wpłatę.

O co warto zatem zadbać? **Należy dziękować szybko!**

Dobłą praktyką jest przygotowanie wcześniej. Warto też zadbać o to, by okazywana wdzięczność przekazywana była w sposób wyjątkowy, który podkreśli jak cenny dla nas był wkład darczyńcy. Form podziękowań istnieje wiele. Możesz wypracować swój własny model.

Zainspiruj się dobrymi praktykami podziękowań:

- wyślij listowne podziękowania,
- nagraj filmik, w którym dziękujesz darczyńcy personalnie,
- zaproś darczyńcę na spotkanie do organizacji, w której działasz,
- wyślij certyfikat lub dyplom,
- zgłoś darczyńcę do konkursu na Dobroczyńcę Roku,
- wyślij kartkę świąteczną,
- powieś tabliczkę z danymi darczyńcy w siedzibie organizacji,
- wyślij podziękowania do darczyńcy, np. w formie rysunków przygotowanych przez dzieci,
- zaproś darczyńcę na wydarzenie organizowane przez organizację, w której działasz,
- zamieść posty na social mediach z podziękowaniami.
- Jakie kreatywne pomysły na podziękowania przychodzą Ci jeszcze do głowy?

Pamiętaj! Każdy może być fundraiserem, niezależnie od wieku czy doświadczenia. Liczy się kreatywność, wytrwałość i szczerze zaangażowanie. Teraz czas, by wcielić zdobytą wiedzę w życie. Nie bój się próbować, eksperymentować i szukać własnej drogi. To właśnie twoje pomysły i działania mogą zrobić różnicę. Powodzenia!

Piśmiennictwo:

1. Aleksandrowicz A., Chojko-Bartoszka K., Kasperska P., Kasiński Sz., Kawałko R., Langer-Gniłka D., Mika J., Ostafil M., Pawlak M., Rabka Z., Rżysko M., Szczudło M. (2014) Fundraising Teoria i praktyka. Kraków.
2. Charycka B., Gumkowska M., Bednarek J. (2021) Kondycja organizacji pozarządowych - najważniejsze fakty. Warszawa.
3. Gałka E., (2020) Fundraising, czyli jak pozyskać środki na działalność, ROPS Poznań.
4. Gumkowska M., Charycka B., Bednarek J., Chimiak Galia (2022). Efekt mrozący. O kondycji rzecznictwa organizacji pozarządowych. Warszawa.
5. Nowicka M., Kawałko R., Rżysko M., Wzorek A., Fundraising w polskich szkołach – poradnik dla szkół, czyli jak znaleźć środki na wsparcie zdrowia psychicznego dzieci i młodzieży. Publikacja współfinansowana ze środków Narodowego Programu Zdrowia na lata 2016-2020 przekazanych przez Ministerstwo Edukacji Narodowej.

Strony internetowe:

- <https://bankwiedzy.org/>
- <https://fakty.ngo.pl/>
- <https://kondycja.ngo.pl/>
- <https://ngo.pl>
- <https://www.parp.gov.pl/>
- <https://semcore.pl/slownik/crowdfunding/>
- www.raknroll.pl
- www.otwarteklatki.pl

- <https://www.malibracia.org.pl/>
- www.centrumcreo.pl
- www.szlachetnapaczka.pl
- www.zrzutka.pl
- www.siepomaga.pl
- www.polakpotrafi.pl
- www.kickstarter.com
- www.beesfund.com
- www.findfund.pl
- www.mintos.com/pl
- www.bondora.com
- www.fundraising.org.pl



Broszura przygotowana w ramach projektu

„Działamy dla młodych!”



Działamy!

Projekt dofinansowany ze środków

Rządowego Programu Fundusz Młodzieżowy na lata 2022-2033



**KOMITET
DO SPRAW
POŻYTKU
PUBLICZNEGO**



Narodowy Instytut Wolności
Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego

**Sfinansowano ze środków Narodowego Instytutu Wolności –
Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego
w ramach Rządowego Programu Fundusz Młodzieżowy na lata 2022-2033**



Rządowy Program
Fundusz Młodzieżowy
na lata 2022-2033
**Fundusz
Młodzieżowy**