

SPIS TREŚCI

PRZEDMOWA	9
O CZYM JEST TA KSIĄŻKA	11
1. ZBUDUJ SWOJE NGO NA SKALE	15
Krok 1. Od czego zacząć?	15
Złoty krąg Sinka	16
Why?	18
How & What?	19
Krok 2. Gdy już wiesz dlaczego	23
Krok 3. Dlaczego Darczyńcy przekazują darowizny?	26
Krok 4. Historia dwojga staruszków	30
Krok 5. Postaw się w sytuacji Darczyńcy	31
Krok 6. Jak dotrzeć do Darczyńców?	32
Spotkanie osobiste	33
Telefon	34
E-mail, newsletter	36
List — direct mailing	38
Krok 7. Pięć rodzajów Darczyńców według rodzaju wpłat	40
Wpłaty tradycyjne	40
Wpłaty online z Polski	40

Wpłaty online ze świata	41
Wpłaty zbiorowe	41
Wpłaty SMS	42
Krok 8. Jak zachować się wobec poszczególnych Darczyńców?	42
Darczyńcy, do których mamy wyłącznie adres	42
Darczyńcy, do których mamy adres e-mail	44
Materiały papierowe	45
Ile zostaje z Twojej opowieści?	46
Krok 9. Przebieg spotkania	47
Krok 10. Relacja z Darczyńcą	51
To nie my, tylko Wy	51
Nie prosimy dla siebie	52
Banał, który daje do myślenia	52
Prosty język	53
Konkretna prośba	53
Jak prosić o darowiznę?	54
Strategia szerokiego lejka	54
Jak poradzić sobie z zastrzeżeniami?	55
Fundraising to nie sprint	56
Personalizacja	57
Maksymalne ułatwienie przekazania darowizny	58
Skuteczny przekaz	59
System zarządzania kontaktami	60
Krok 11. O czym nie może zapomnieć fundraiser	61
Pasja i naturalność	61
Akcja generuje koszty	63
Pokaż, że NGO to ludzie	63
Wykorzystuj okazje do fundraisingu	64
Krok 12. Cztery złote zasady fundraisingu	65
1. Związek emocjonalny — emocje	65
2. Co się zmieniło — efekt	68
3. Pokaż, że inni też pomagają	68
4. Ile potrzeba — cel	70
Ćwiczenie	70

2. NARZĘDZIA FUNDRAISERA	71
Darowizny	71
Składki członkowskie	73
Kwesty	73
Skarbonka	76
Payroll	77
Loterie	78
Testamenty	80
SMS-y	81
Click & donate	81
1% podatku	82
Wpłaty WWW	86
Direct mailing	88
Bale charytatywne	97
Wolontariat	99
Sprzedaż produktów lub usług	102
Wydarzenia specjalne	103
Direct debit	105
Cegielki	106
Crowdfunding	107
Aukcje w internecie	114
Stale zlecenie przelewu	116
Nawiązki	118
Sprzedaż wiązana	119
Terminal	122
 3. WZMOCNIENIE DZIAŁAŃ FUNDRAISINGOWYCH	 125
Cykl Gnyszki	125
Trójkątna teoria miłości w służbie fundraisingu	128
Ciotka Dobra Rada	130
Mentalność	132
Unikaj pokusy drwala	133
Dwa podejścia w działaniu	134
D & D	134
Kontakt z mediami	135

Kampanie społeczne	138
Jak angażować wolontariuszy?	141
Jak do działań NGO pozyskać znaną osobę?	141
4. FUNDRAISING WOBEC BIZNESU	145
Jak pozyskać Sponsora?	145
Networking w fundraisingu	145
Prośba do przekonanych	146
CSR zbieżny z naszą działalnością	146
Firmy sąsiedzi	148
Przegląd biografii prezesów	149
Reżim komunikacyjny	149
Silna marka jak magnes	150
MiŚ jak Darczyńca indywidualny	151
Dopasuj się do potrzeb Sponsora	152
Reżim komunikacyjny	155
Jak stworzyć skuteczną ofertę?	158
Jak powinno przebiegać spotkanie?	163
Podtrzymywanie relacji	167
Gdzie szukać Sponsora?	168
Jak rozmawiać z biznesem?	169
5. SIEDEM ZASAD FUNDRAISINGU W SOCIAL MEDIA	173
Zasada 1. Fenkju wery macz	173
Zasada 2. Ile jeszcze brakuje?	174
Zasada 3. Te pieniądze poszły na... ..	175
Zasada 4. Pokaż, co się zmieniło	176
Zasada 5. Trzy razy korzyść, raz prośba	176
Zasada 6. Pokaż, że inni też pomagają	176
Zasada 7. Nie zapomnij o CTA	177
6. JAK ZEBRAĆ 100 000 ZŁ W DWA TYGODNIE?	179
LISTA 104 PYTAŃ	185
PROPOZYCJA PODZIAŁU	
NA ZESPOŁY NIEFORMALNE + ZADANIA	187