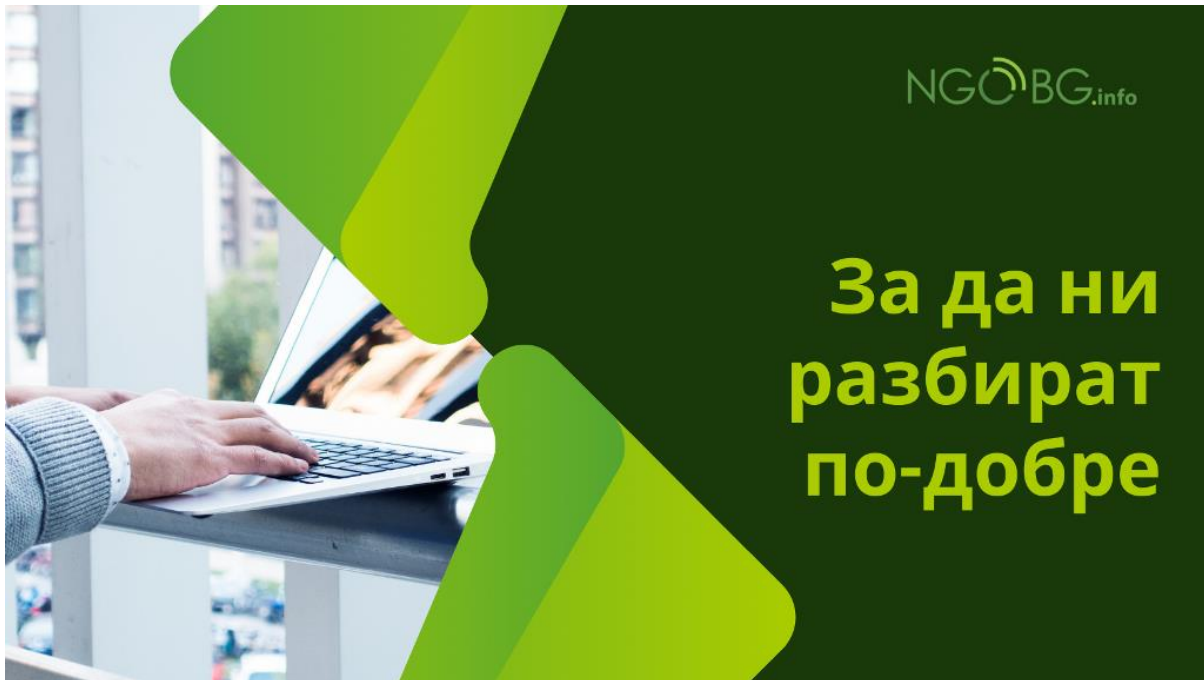


Предложение за дарителска подкрепа Как да се обръщаме към потенциалните дарители на организацията ни



Когато планирате как да подходите към дарителите с искане за подкрепа, започнете с определяне на това кои всъщност са те. **Кои са онези хора, които биха избрали да дарят за каузата, зад която заставате?**

Когато говорим за дарители, имаме предвид две основни групи:

- 1) **индивидуални дарители** – всички онези хора, които се чувстват емоционално обвързани с една или друга кауза или споделят това, което НПО правят, и биха искали лично да допринесат, дарявайки ресурс, съответните организации да са по-успешни в своята работа;
- 2) **корпоративни дарители** – фирми/компани, които имат желание да насърчат решаването на общественозначими проблеми чрез предоставяне на ресурс на граждански организации, които работят в определена сфера;

За да достигнете до потенциални **индивидуални дарители**, използвайте платформи за набиране на средства, социални и други медии. Често платформи за набиране на средства имат собствен формат за представяне на каузата.

Повече информация за това как да идентифицирате своите дарители можете да намерите в [наша статия тук](#).

Когато се обръщате към **корпоративни дарители**, важно е не просто да поискате финансови или материални дарения, а да привлечете компанията за Ваш **партньор в решаването на определен въпрос**. Затова и по-подходящата форма на Вашето писмо е предложение за партньорство. За корпоративните дарители е важно предложението Ви да отговаря на **сферите, в които те оказват подкрепа** и развиват своята политика за корпоративна социална отговорност. Темата за отношенията между граждански организации и корпоративни дарители е много широка и няма как да бъде обхваната в този текст, чиято цел е да подпомогне организацията в първоначалния писмен контакт с потенциални техни дарители/партньори.

Преди да изпратите писмено предложение, опитайте се да изградите личен контакт със служител/и на компанията. Не е необходимо непременно да търсите хора от ръководството – напълно възможно е един мотивиран от Вас служител да повдигне въпроса пред ръководителите си и да Ви „отвори вратата“ към компанията, като Ви насочи към кого да адресирате писмото си. Имайте предвид, че компаниите трудно се доверяват и **изграждането на доверителна връзка отнема време**, изисква усилия и рядко става от първия опит.

Ако нямате такъв контакт, изпращайте Вашето **предложение за партньорство** до служителите, които отговарят за корпоративната социална отговорност на компаниите. Ако такъв човек няма, писмата обикновено се адресират до служителите за връзки с обществеността и/или до отдел „Човешки ресурси“.

В писмото си трябва **убедително и кратко** да разкажете защо търсената подкрепа е важна, защо компанията, към която се обръщате, трябва да се интересува от Вашата кауза. В писмо за партньорство трябва да предложите на компанията и какво Вие ще направите за нея, напр. възможност за корпоративно доброволчество, популяризиране на приноса на компанията, участие във Ваши събития и други неща, които можете да измислите заедно.

Предложението за партньорство към корпоративни дарители включва описание на каузата и отговорите на въпросите кой, какво, защо, кога и как:

- **Кои сте Вие** – защо съществува Вашата организация;
- **Каква е каузата – конкретен проблем или нова възможност** – за която търсите подкрепа и какъв е Вашият опит по конкретния въпрос. Бъдете конкретни и при възможност се позовавайте на статистически данни – компаниите мислят и в цифри.
- **Какво решение предлагате**, към каква промяна се стремите, кога очаквате да бъде постигната;
- **Призив за дарение** – колко са необходимите ресурси (пари, материали, услуги, доброволен труд или друго) за осъществяването на Вашето решение и колко търсите от съответния дарител. До кога трябва да бъдат осигурени. За какво конкретно ще бъдат изразходвани;
- **На кого и как конкретно ще помогне дарението**. Избягвайте общи фрази и формулировки от типа „подкрепа за деца в риск“. Необходимо е да кажете по-конкретно какви деца, какъв е рискът, на който са подложени, колко са и пр. Не забравяйте винаги да **пазите достойнството на хората, за които търсите подкрепа и да спазвате правилата за защита на деца и хора в уязвимо положение**.

Добре е предложението Ви да бъде не повече от **2 страници**, като задължително да съдържа логото на организацията и информация за контакти. Можете допълнително да приложите неговлям брой снимки, илюстрации, графики, презентации и др., които подкрепят казаното в писмото. Ако изпращате такива материали, посочете ги в края на писмото си като приложения – водещият документ е писмото Ви.

Ето и няколко съвета за подготовката на предложението:

1. **Проучете компанията**, от която търсите финансиране – сектор, в който работи, сфери, които подпомага, проекти, зад които застава, ценности, проекти, които традиционно или извънредно подкрепя или е подкрепяла през последните няколко години.
2. **Позовавайте се на политиката за корпоративна социална отговорност на компанията** – прави добро впечатление, че сте се информирали предварително за инициативите, които тя подкрепя.
3. **Поддържайте актуален своя уебсайт, фейсбук страница** и други профили в социалните медии. Това е Вашето „лице“ и най-лесният начин дарителите да проверят кои сте.
4. **Демонстрирайте професионализъм и експертност по проблема**, за чието решение търсите подкрепа – наличие на специалисти, постижения в сферата, награди, препоръки, обратна връзка от ползвателите на Вашите услуги и подкрепа.
5. **Посочете ясно какво очаквате от дарителя** – пари, експертна помощ или друго. Имайте предвид, че парите не са единственото нещо, което можете да искате от компаниите. Често по-лесен вход и възможност за опознаване на Вашата организация и дейност дават доброволчески инициативи, подкрепа със знания и умения, материални дарения.

6. **Посочете каква обратна връзка и отчетност ще получава компанията**, ако подкрепи Вашата инициатива, и с каква регулярност.
7. **Постарайте се предложението да бъде добре оформено**, без правописни грешки, с подбрани важни визуални елементи (снимка, инфографика и др.);
8. **Пишете на разбираем език**, без специфични термини, с кратки и ясни изречения, за да бъдете лесно разбрани.
9. **Обърнете внимание на съдържанието на имейла**, с който ще изпратите Вашето предложение за партньорство. Неговата цел е да спечели интереса на получателя и накратко да предаде същността на предложението. Винаги предлагайте възможност за среща, за да разкажете повече за Вас, за въпросите, чието решение търсите с дарителска подкрепа, за постиженията Ви до момента.

НПО Порталът благодарни на [Български дарителски форум](#) за експертния принос в написването на този материал