

# Что делать фандрайзеру НКО в 2023 году?

## Что сейчас происходит с фандрайзингом?

Исследования 2023 года фиксируют сокращение объема частных пожертвований в НКО в России. Но такое поведение рядовых частных доноров – мировой тренд.

Не измеряйте успех фандрайзинга только деньгами: частных доноров с небольшими пожертвованиями можно рассматривать как своего рода амбассадоров.

## А откуда деньги?

В экосистемах крупных технологичных компаний, ориентированных на масс-маркет, появляются собственные благотворительные программы и сервисы. Они популяризируют благотворительность и создают удобные инструменты для пожертвований.

СберВместе

МТС - Вместе

Ozon Забота

Знак добра

## Как выбирают партнеров?

Успешная деятельность НКО – «имиджевый актив» для бизнеса. Ваши ценности, миссия и настрей на системные изменения должны соответствовать их стратегии. А кроме набора критериев для верификации важна ваша публичность и открытость – это оценят по вашему сайту и соцсетям.

Не забывайте отвечать на комментарии!

### На сайте должны быть:

- ✓ устав,
- ✓ регистрационные и учредительные документы,
- ✓ ссылка на отчет в Минюсте,
- ✓ публичный отчет,
- ✓ реквизиты организации,
- ✓ список попечителей и учредителей,
- ✓ команда,
- ✓ хотя бы пара новостей в неделю



Отдельно смотрят на страницы руководителей НКО и их имидж – бизнес не выбирает конфликтных партнеров. Если вы поднимаете проблему – предлагайте конструктивные решения, основанные на вашей экспертной позиции.

## Что может повлиять на решение партнеров?

### Шансы на успешное партнерство снижают:

Агрессивные посты

Сборы на личную карту

«Неживые» соцсети

### Добавят плюсы к положительному образу:

Публичный разговор о том, над чем работает НКО

Упоминания в проверенных СМИ

## Действительно ли так важен годовой отчет?

Наличие публичного годового отчета – преимущество. Он может выглядеть очень просто, но в нем должны быть описаны ваши действия и результаты, источники поступления средств и расходы.

## Деньги не жертвуют без доверия. Как понять, доверяют ли нашей организации?

Спросите у своей аудитории в соцсетях: что для них доверие к благотворительным организациям вообще и к вам, в частности? Ответы помогут вам выстроить удачную коммуникационную стратегию.