

Twoja NGO finansowana z regularnych darowizn

**4 KROKI DO STAŁYCH
PRZYCHODÓW Z FUNDRAISINGU**

sprawdzony system Instytutu Fundraisingu

www.instytutfundraisingu.pl

Spis treści

- 1* WSTĘP: DLACZEGO POTRZEBUJESZ 4 ETAPÓW
- 2* ETAP 1: STRATEGIA FUNDRAISINGOWA
- 5* ETAP 2: KAMPAANIA FUNDRAISINGOWA
- 7* ETAP 3: BUDOWANIE LOJALNOŚCI DARCYŃCÓW
- 8* ETAP 4: KLUB REGULARNYCH DARCYŃCÓW
- 10* ĆWICZENIE STRATEGICZNE DLA LIDERA NGO
- 11* PODSUMOWANIE

4 kroki modelu

01

STRATEGIA FUNDRAISINGOWA - FUNDAMENT

- Wyznaczenie celów i priorytetów
- Audyt słabych i silnych stron + plan naprawy
- Plan działań fundraisingowych na 12 miesięcy

02

KAMPANIA FUNDRAISINGOWA – BUDOWANIE BAZY DARCYŃCÓW

- Stwórz profil idealnego darczyńcy
- Zaplanuj kanały dotarcia
- Przygotuj kreację i landing page

03

BUDOWANIE LOJALNOŚCI – ZATRZYMANIE DARCYŃCÓW

- Zaplanuj ścieżkę komunikacji po darowiźnie
- Prowadź bazę darczyńców w CRM, monitoruj
- Regularnie komunikuj się z bazą

04

KLUB REGULARNYCH DARCYŃCÓW – STALE PRZYCHODY CO MIESIĄC

- Stwórz ofertę Klubu Regularnych Darczyńców
- Zaprojektuj kampanię zapraszającą do Klubu
- Wprowadź możliwość cyklicznych wpłat online

Wstęp: Dlaczego potrzebujesz 4 etapów, a nie jednej zbiórki

Wyobraź sobie, że Twoja organizacja co miesiąc otrzymuje setki regularnych wpłat: po 30, 50, czasem 100 zł. Bez stresu, bez ciągłego proszenia, bez uzależnienia od jednorazowych akcji.

Po prostu: stałe, przewidywalne przychody co miesiąc, które pozwalają Ci planować budżet, rozwijać działania i spać spokojnie.

Masz już bazę regularnych darczyńców. Budujesz z nimi relację. Wiesz, ile pieniędzy przyniesie Ci ta baza darczyńców w ciągu najbliższych 12 miesięcy.

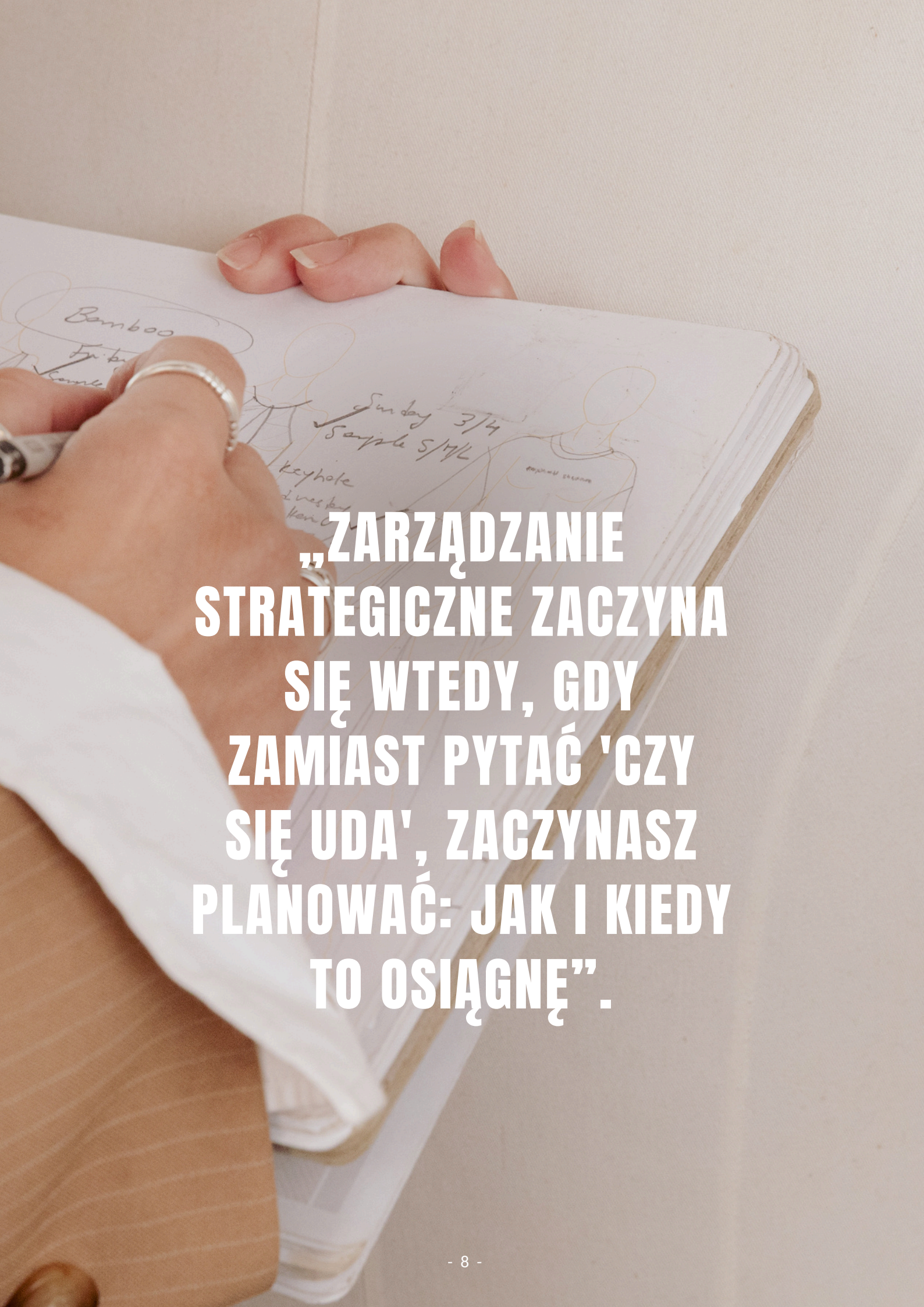
Przykład:

**500 regularnych darczyńców wpłacających średnio 50 zł miesięcznie
= 300 000 zł rocznie przychodu dla Twojej NGO.**

To realne. Ale nie dzieje się samo i od razu.

Wiele NGO szuka jednego magicznego triku, który rozwiąże ich problemy finansowe: jednej zbiórki, dobrego emaila, jednej firmy, która przekaże duże pieniądze. Ale fundraising to nie jeden trik. To PROCES oparty na 4 powiązanych ze sobą krokach. On pozwoli zbudować stabilne, przewidywalne finansowanie Twojej NGO. To strategia, która przyniesie długofalowy efekt na lata, a nie jednorazowy zastrzyk pieniędzy.

Te 4 etapy działają jak naczynia połączone – każdy z nich opiera się na poprzednim i prowadzi do kolejnego. Jeśli pominiesz któryś z kroków, system się sypie. Jeśli zastosujesz wszystkie – budujesz stabilność, spokój i przychody finansowe, które rosną z roku na rok.



**„ZARZĄDZANIE
STRATEGICZNE ZACZYNA
SIĘ WTĘDY, GDY
ZAMIĄST PYTAĆ 'CZY
SIĘ UDA', ZACZYNASZ
PLANOWAĆ: JAK I KIEDY
TO OSIĄGNĘ”.**

STRATEGIA FUNDRAISINGOWA – FUNDAMENT SYSTEMU

Potrzeba:

Wielu liderów NGO zbiera już 100 000–300 000 zł rocznie z darowizn, ma ponad 500 osób w bazie darczyńców, a mimo to nie czuje, że panuje nad finansami. Znają tylko przychód z fundraisingu – ale nie wiedzą ile kosztuje pozyskanie darczyńcy, jaka jest średnia darowizna, ani które kanały są najbardziej opłacalne. Nie mają planu działania, tylko „proszą o darowiznę” i liczą na to, że się uda ją pozyskać.

To jak jazda samochodem bez licznika paliwa i bez kierunku. Nie da się przyspieszyć, nie da się skalować. Nie da się dojechać do celu.

Cel:

Zbudować solidny fundament finansowania – oparty na realnych możliwościach organizacji, jej celach i zasobach.

Efekt:

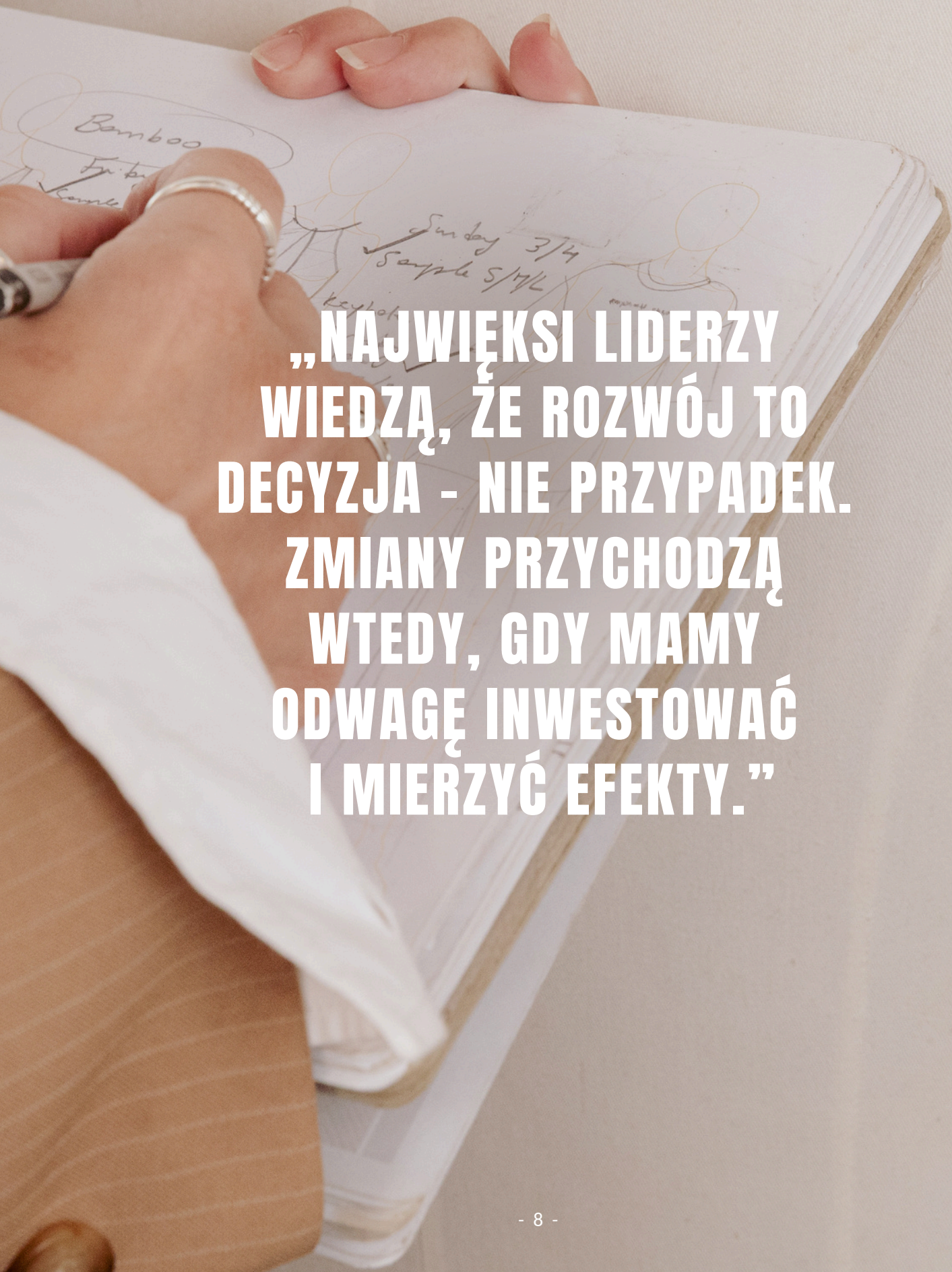
Masz gotowy plan fundraisingowy, który pokazuje, skąd, kiedy i jak pozyskiwać środki. Wiesz, na czym się skupić, a co odpuścić. Działasz z pewnością i spokojem. Masz zaplanowane działania fundraisingowe i komunikacyjne na 12 miesięcy do przodu. Znasz swoje silne i słabe strony jako NGO. Masz plan naprawczy krok po kroku. Wiesz jak osiągnąć zamierzony cel.

Rada dla Lidera NGO:

Myśl jak strateg. Sukces finansowy nie polega na szczęściu, lecz na planowaniu i mierzeniu. Rozwój organizacji wymaga odwagi – do podejmowania decyzji, do inwestowania oraz myślenia długofalowego. Poznaj swoje liczby – strategia to będzie Twoja mapa do celu. A cel wyznaczysz Ty sam. Zaplanujesz skąd, kiedy i jak pozyskiwać środki. Dowiesz się, na czym musisz się skupić w najbliższych 12 miesiącach, a co możesz odpuścić. Bedziesz działać z pewnością i spokojem.

Kroki:

1. Zrób analizę finansową i potencjału Twojej organizacji (audyt słabych i mocnych stron)
2. Określ cele finansowe i jakościowe, określ priorytety fundraisingowe na najbliższy rok
3. Przygotuj kalendarz działań fundraisingowych na 6-12 miesięcy
4. Sporządź dokument strategii fundraisingowej



**„NAJWIĘKSI LIDERZY
WIEDZĄ, ŻE ROZWÓJ TO
DECYZJA - NIE PRZYPADEK.
ZMIANY PRZYCHODZĄ
WTEDY, GDY MAMY
ODWAGĘ INWESTOWAĆ
I MIERZYĆ EFEKTY.”**

KAMPANIA FUNDRAISINGOWA – ZAPLANOWANE DZIAŁANIA, PRZEWIDYWALNE WYNIKI I BUDOWANIE BAZY DARCYŃCÓW

Potrzeba:

Organizacje często działają "na czuja". Mają wpłaty darowizn, ale nie wiedzą, dlaczego dana kampania zadziałała albo nie. Nie testują różnych wersji postów, nie mierzą skuteczności kanałów. Pieniądze przychodzą – ale nie wiadomo jak to powtórzyć, ani jak to zwiększyć. Co więcej, nie wykorzystują kampanii do aktywnego budowania bazy darczyńców, przez co liczba nowych kontaktów rośnie bardzo wolno lub wcale.

Cel:

Stworzyć kampanię fundraisingową, która przynosi pieniądze – bo została dobrze zaprojektowana i oparta na wskaźnikach. Jednocześnie zwiększać bazę nowych darczyńców dla dalszego rozwoju organizacji.

Efekt:

Masz gotową kampanię fundraisingową – z tekstami, grafikami, budżetem i przewidywalnym wynikiem. Po każdej kampanii baza Twoich darczyńców rośnie i staje się silniejszym zasobem strategicznym organizacji.

Po zrealizowaniu profesjonalnej kampanii z jasnym celem, komunikatami i budżetem:

- wpływy z jednej kampanii mogą wzrosnąć z 50 000 do 500 000 zł,
- organizacja testuje różne kanały i zna koszt pozyskania darczyńców w tych kanałach,
- znasz model skutecznej komunikacji fundraisingowej i wykorzystujesz go do pozyskiwania pieniędzy,
- każda kolejna kampania jest prostsza i tańsza, bo bazuje na poprzednich danych,
- baza nowych darczyńców rośnie systematycznie – np. + 500 nowych kontaktów po każdej dobrze zaplanowanej kampanii, co oznacza, że przyrost darczyńców w ciągu roku może zwiększyć się o kilka tysięcy,
- organizacja przestaje być zależna tylko od jednorazowych darowizn – zyskuje dźwignię do dalszego rozwoju.

KAMPANIA FUNDRAISINGOWA – ZAPLANOWANE DZIAŁANIA, PRZEWIDYWALNE WYNIKI I BUDOWANIE BAZY DARCYŃCÓW

Rada dla Lidera NGO:

Twoim celem nie jest tylko zbiórka pieniędzy ad hoc – ale stabilny rozwój organizacji. Traktuj każdą kampanię jak inwestycję z potencjałem wzrostu. Monitoruj dane, testuj i wyciągaj wnioski. Tu nie chodzi o perfekcję – chodzi o sprawdzony proces, który z czasem doprowadzi Cię do fenomenalnych wyników.

Kroki:

1. Stwórz profil idealnego darczyńcy (donor personę)
2. Wyznacz cel finansowy kampanii i załóż budżet
3. Zaplanuj kanały dotarcia (email, social media, media ATL, direct mail)
4. Napisz teksty i hasła fundraisingowe
5. Zaprojektuj grafiki i materiały wizualne
6. Przygotuj landing page i formularz wpłat on-line
7. Ustal harmonogram wysyłki i publikacji

BUDOWANIE LOJALNOŚCI – ZATRZYMANIE DARCYŃCÓW I PRZEWIDYWALNE PRZYCHODY

Potrzeba:

Wiele NGOs ma już bazę darczyńców > 1000 osób, które wpłaciły darowiznę. Ale tylko niewiele z nich wspiera regularnie. Reszta znika. Dlatego każda zbiórka pieniędzy to jakby zaczynanie wszystkiego od nowa. NGO nie mierzy retencji, nie ma ścieżki życia darczyńcy, ani modelu komunikacji i nie wie, jak przewidzieć, ile środków wpłynie w kolejnym miesiącu. Przychody z darowizn są „miłym zaskoczeniem” – ale nie można na nich polegać, ani sfinansować budżetu NGO.

Po wdrożeniu systemu lojalności i analizy zachowań darczyńców:

- retencja rośnie do ponad 50%,
- jedna osoba w zespole może efektywnie zarządzać relacjami z wielotysięczną bazą darczyńców,
- średnia liczba wpłat na osobę rośnie do kilku darowizn w ciągu roku,
- średnia darowizna wzrasta z 100 zł do 260 zł i więcej dzięki lepszej relacji,
- organizacja może przewidywać przychody z darowizn z dokładnością do 10–15% i planować działania programowe i budżetowe z wyprzedzeniem.

Cel:

Zatrzymać darczyńców na wiele lat. Zbudować zaufanie i systematyczne, przewidywalne wsparcie finansowe, które rośnie z każdym rokiem.

Efekt:

Darczyńcy wspierają Twoją NGO przez 5, 10, 15 lat – bo czują się ważni i widzą efekty. Organizacja nie tylko ma więcej pieniędzy, ale też może planować działania jak firma – z budżetem, prognozami i kontrolą.

BUDOWANIE LOJALNOŚCI – ZATRZYMANIE DARCYŃCÓW I PRZEWIDYWALNE PRZYCHODY

Rada dla Lidera NGO:

Lojalność darczyńców to efekt budowania długofalowych relacji, a nie przypadek. Traktuj darczyńców jak przyjaciół, a nie jak jednorazowe transakcje. Stabilność finansowa przychodzi z wdrożenia programu lojalnościowego, a nie z publikacji postów na Facebooku. Zarządzanie na poziomie strategicznym oznacza budowanie systemów, które przynoszą przewidywalne efekty – zaufanie to nie intuicja, to wynik świadomego procesu.

Kroki:

1. Zaplanuj ścieżkę komunikacji po darowiznie (thank-you flow)
2. Segmentuj darczyńców wg wartości i częstotliwości wpłat
3. Analizuj wskaźniki retencji, CLV i średnią darowiznę
4. Prowadź bazę darczyńców w CRM i prognozuj wpływy
5. Wysyłaj cykliczny newsletter raz w tygodniu

Etap 4

KLUB REGULARNYCH DARCYŃCÓW – STABILNOŚĆ, SKALOWALNOŚĆ I STAŁE PRZYCHODY CO MIESIĄC

Potrzeba:

Organizacja ma pojedyncze wpłaty, ale nie ma stałych, comiesięcznych wpływów. Żeby pozyskać pieniądze – musi o nie poprosić, a to wiąże się z pracą nad kampanią i kosztami kampanii. Może mieć 2000 darczyńców w bazie, ale tylko 30 z nich wspiera regularnie. To oznacza brak stabilności, brak możliwości planowania i ciągły stres o przyszłość. Fundraising wciąż kojarzy się z „akcjami” – zamiast działać jak comiesięczna subskrypcja.

Po uruchomieniu Klubu Regularnych Darczyńców:

- Masz bazę osób, które wpłaca co miesiąc ustaloną kwotę,
- Kiedy 100 osób daje średnio 100 zł miesięcznie = 10 000 zł stałych wpływów miesięcznie, daje to 120 000 zł rocznie tylko z regularnych darowizn,
- przy rocznym wzroście Klubu o 100% w ciągu 3 lat baza może osiągnąć 800 osób i 960 000 zł przychodu rocznie,
- organizacja ma stałe źródło finansowania, które rośnie z miesiąca na miesiąc,
- lider NGO nie planuje z nadzieją – planuje z kalkulatorem.

Cel:

Stworzyć Klub Darczyńców Regularnych – system comiesięcznych darowizn, który zapewnia finansową stabilność i pozwala skalować działania organizacji.

Efekt:

Masz stałe, przewidywalne wpływy co miesiąc. Możesz planować budżet roczny, nowych pracowników, podwyżki, inwestycje, rozwój. Zmieniasz fundraising z „ciągłego ratowania sytuacji” w system, który rozwija Twoją organizację.

KLUB REGULARNYCH DARCYŃCÓW – STABILNOŚĆ, SKALOWALNOŚĆ I STAŁE PRZYCHODY CO MIESIĄC

Rada dla Lidera NGO:

Stałe przychody to efekt odwagi, nie tylko znajomości strategii. Podejmij decyzję, że rozwój to nie koszt – to inwestycja. Jeśli znasz swoje liczby, możesz działać z rozmachem i spokojem. Myśl skalownie i długofalowo. Zaplanuj swoje cele ambitnie i rozłóż je na kilka lat. W ten sposób Klub regularnych darczyńców na 1000 osób to bardzo realny plan, a nie marzenie.

Kroki:

1. Stwórz ofertę Klubu Regularnych Darczyńców
2. Zaprojektuj kampanię zapraszającą do Klubu
3. Wprowadź możliwość cyklicznych wpłat online
4. Przygotuj landing page Klubu
5. Komunikuj efekty działań i rozwijaj relacje

Twoja mapa do milionów z fundarisingu

**KROK 1: PRZYGOTUJ
STRATEGIĘ
FUNDRAISINGOWĄ OPARTĄ
NA WSKAŹNIKACH**

**KROK 2: ZBUDUJ BAZĘ
DANYCH DARCYŃCÓW.
5000 OSÓB NA POCZĄTEK**

**ETAP 3: ZBUDUJ RELACJE Z
NIMI I POZYSKUJ FUNDUSZE OD
DARCYŃCÓW Z BAZY**

**ETAP 4: STWÓRZ KLUB
REGULARNYCH DARCYŃCÓW I
POPROŚ DARCYŃCÓW O
COMIESIĘCZNE DAROWIZNY**

**ETAP 5: STWÓRZ PROGRAM DLA
DARCYŃCÓW VIP**

**W DOBRZE
ZARZĄDZANYCH
ORGANIZACJACH
FUNDRAISING TO
NIE CO CHWILĘ
NOWE ZBIÓRKI, ALE
POWTARZALNY,
PROCES.**

Zrób dziś 3 kroki, które zbliżą Cię do Klubu Regularnych Darczyńców

ZADANIE 1: POLICZ, ILU DARCZYŃCÓW JUŻ MASZ

Sprawdź, ile osób przekazało darowiznę na Twoją organizację w ciągu ostatnich 12-24 miesięcy. Czyli ilu darczyńców masz obecnie w bazie (imię, nazwisko, email lub adres). Jeśli nie masz takiej listy – zapisz to jako pierwszy krok do wykonania. To Twoja początkowa baza – fundament, na którym zbudujesz Klub Regularnych Darczyńców.

💡 Nie masz takiej listy? To znaczy, że czas ją stworzyć. Bez niej nie możesz świadomie rozwijać fundraisingu.

ZADANIE 2: PRZEKSZTAŁĆ MARZENIE W PLAN

Zastanów się, jakiej regularnej kwoty potrzebuje Twoja NGO co miesiąc, aby mogła działać spokojnie – bez stresu o to czy przyjdą granty, dotacje i subwencje.

Zadaj sobie pytania:

- Ile pieniędzy miesięcznie od darczyńców da nam finansowy spokój?
- Jaka kwota będzie dobrym początkiem?
- Czy to 10 000 zł? 20 000? 30 000? Zapisz ją.

💡 To nie musi być perfekcyjna liczba. Ważne, by zacząć mierzyć potrzeby, a nie tylko je przeczuwać.

ZADANIE 3: OBLICZ, ILU DARCZYŃCÓW POTRZEBUJESZ, ŻEBY OSIĄGNĄĆ PLAN

Weź kwotę z poprzedniego zadania i podziel ją przez miesięczną darowiznę, jaką mogłaby przekazywać przeciętna osoba (np. 30, 40 lub 50 zł).

Przykład:

- Jeśli chcesz zebrać 30 000 zł miesięcznie to:
 - 750 darczyńców x 40 zł miesięcznie
 - 600 darczyńców x 50 zł miesięcznie
 - 300 darczyńców x 100 zł miesięcznie

Teraz policz swoją własną wersję. Ilu regularnych darczyńców potrzebujesz?

💡 Nagle wszystko staje się konkretne i przewidywalne. To nie jest już odległa wizja – to cel, który możesz zacząć zrealizować!

Wypisz największe zasoby Twojej NGO

Pomyśl o zasobach, które już macie. Czy jest coś, za co darczyńcy mogliby Was docenić? Czy jest coś, czym możecie się pochwalić przed światem? Wpisz w każdym z poniższych obszarów min. 1 rzecz, o której napiszesz w najbliższych postach na Facebooku.

MIND MAP

NASZA MARKA,
KOMUNIKACJA,
DARCZYŃCY

LUDZIE

NASZA NGO

PROGRAMY,
PROJEKTY

BENEFICJENCI

Podsumowanie

Dlaczego potrzebujesz 4 etapów, a nie jednej zbiórki?

Fundraising to nie magiczny post, ani jeden hojny darczyńca, czy bogata firma. To system – sprawdzony proces składający się z 4 etapów, które działają jak naczynia połączone. Dzięki nim budujesz stabilność finansową i przewidywalność przychodów, poprzez Klub Regularnych Darczyńców.

Etap 1 to strategia fundraisingowa – fundament, bez którego nie da się planować, ani skalować działań.

Etap 2 to kampanie fundraisingowe – zaprojektowane z celem, testami i danymi, dzięki którym pozyskasz nowych darczyńców.

Etap 3 to lojalność – system, który buduje relacje i zatrzymuje darczyńców na lata i sprawia, że Twoja baza darczyńców rośnie.

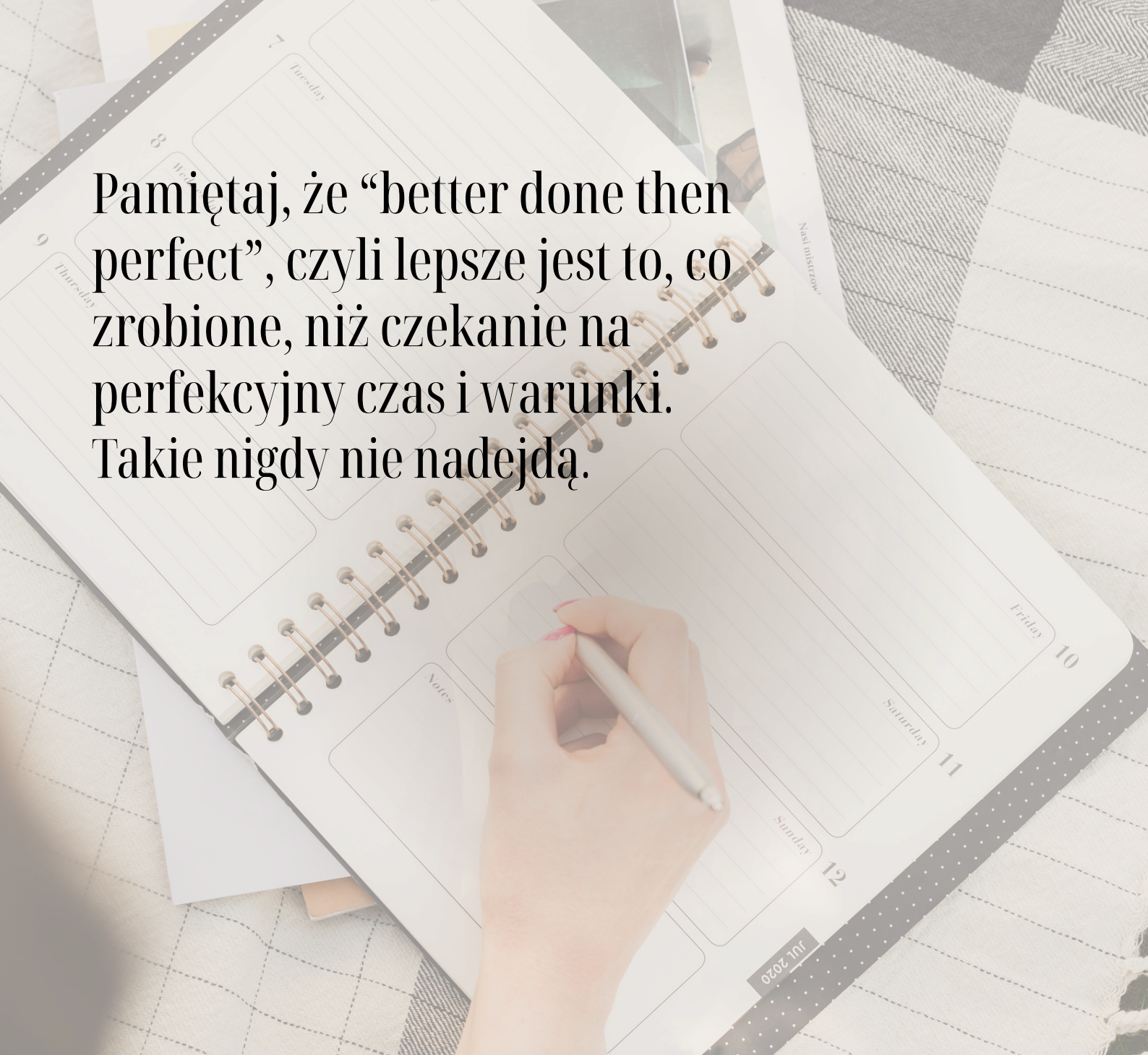
Etap 4 to Klub Darczyńców Regularnych – comiesięczne wpływy z darowzin, które uwalniają Cię od ciągłego stresu o kolejny rok.

Pominiesz jeden krok – system się sypie. Przejdiesz wszystkie – zbudujesz finansową wolność i spokój działania.

„Najlepszy moment na zasadzenie drzewa był 20 lat temu. Drugi najlepszy moment jest teraz.” – przysłowie chińskie

Nie czekaj. Zrób pierwszy krok.

To nie gotowość tworzy rozwój – to Twoja decyzja.



Pamiętaj, że “better done than perfect”, czyli lepsze jest to, co zrobione, niż czekanie na perfekcyjny czas i warunki. Takie nigdy nie nadejdą.

Zacznij działać już dziś! Zrób pierwszy krok do milionów z fundraisingu: wykonaj ćwiczenia i przygotuj kampanię fundraisingową, której celem będzie pozyskanie funduszy i nowych darczyńców do bazy.

*Z pozdrowieniami
Martyna Mazela*




Instytut
Fundraisingu

ul. Hoża 27A/13
00-521 Warszawa
kontakt@i-fr.pl
www.instytutfundraisingu.pl