

Crowdfunding pentru organizații nonprofit: definire



Advancing the Third Sector
through Innovation & Variation



Erasmus+

Organizațiile nonprofit au urmărit întotdeauna să primească sprijin financiar de la persoane fizice.

În mod tradițional, acest lucru a fost realizat prin campanii de strângere de fonduri, loterii, tombole, vânzarea de cupoane în anumite locații (de obicei asociate principalelor domenii de operațiune ale acelor organizații).

Acest proces are limite:

1. Sunt oamenii capabili să-i convingă pe alții să doneze?
2. Câți oameni am putea fi atrași într-un interval de timp dat?
3. Câte donații mici ar putea fi gestionate în ceea ce privește procedurile financiare?

O eră nouă

- Tot mai mulți oameni au acces la internet.
- Tot mai mulți oameni folosesc social media: Facebook, Instagram, Snapchat, etc.
- În plus, noua tendință este trans-generațională: oameni de toate vârstele, chiar și persoanele în vârstă, au acces și utilizează noile tehnologii.
- Utilizatorii nu sunt doar destinatari de știri și inițiative. Ei sunt potențiali transmițători ai acestora - sporind potențialul de viralitate al oricărui post pe social media/ internet.

O nouă eră

Incredibila dezvoltare a utilizării social media a transformat peisajul:

Impact pozitiv:

- Este tot mai ușor de ajuns la oameni.
- Crește posibilitatea de a utiliza mai multe elemente vizuale.

Impact negativ:

- Lipsa comunicării față-în-față crează probleme în sfera încrederii.

Noul crowdfunding

Ce este?

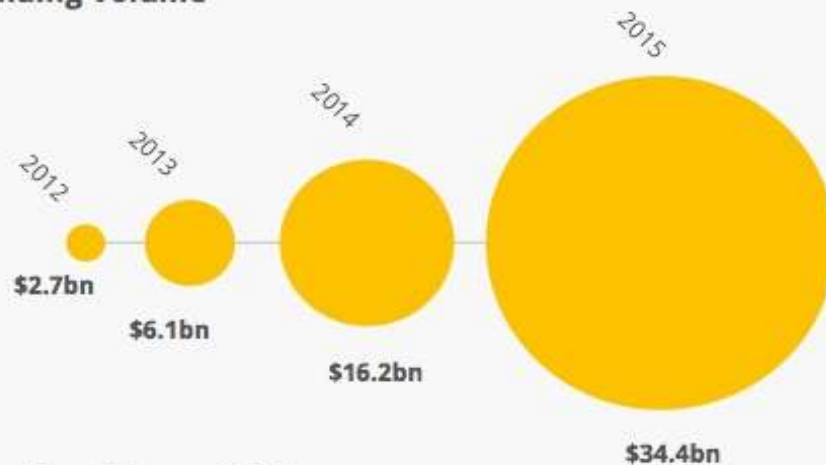
- Primirea de donații mici de la mulțimi mari de persoane - vă puteți adresa acestora prin intermediul social media!
- În principiu, mai rentabil.
- Teoretic, grupul nostru țintă poate include milioane de oameni.

Merită încercat?

În mod sigur, da!

- ✓ Una dintre cele mai mari cantități colectate vreodată a fost pentru jocul online “Star Citizen”, care a primit mai mult de 39 milioane US\$.
- ✓ Mai mult de 2 milioane campanii sunt active, la nivel global.
- ✓ World Bank a finanțat un studiu privind crowdfunding-ul, care reliefează că până în 2025 această “piață” poate atinge 90-96 miliarde US\$!

Total Funding Volume



Total Funding Volume: 2015

\$34.44bn



Source: Massolution 2015CF

Growth by crowdfunding model prediction for 2015 in millions of USD (research based estimate).

Cum a început?

Crowdfundingul a fost întotdeauna activ, dar media socială a potențat câștiguri potențiale.

La început, au fost în principal start-up-uri - aveți această idee interesantă pentru un produs, dar nu există finanțare pentru inițierea afacerii, nici un investitor („înger”) care să vă sprijine și nici o bancă să vă împrumute ... și încă nimeni nu are încredere suficientă pentru a vă oferi o mare cantitate de bani.

Cum a început?

Așadar, încercați să atrageți oameni care să vă susțină ideea nebună - oferind o sumă mică care vă poate oferi echitate sau acces la următorul iPhone!

Pe măsură ce start-up-urile și ideile de afaceri au obținut banii vizați, alte sectoare au încercat crowdfunding-ul: doriți să obțineți banii pentru un videoclip nou, o nouă piesă etc. - crowdfunding ar putea fi calea.

Astfel, cauzele sociale și, treptat, nonprofit-urile au început să utilizeze acest canal de finanțare ...

Cum funcționează?

Se începe prin pregătirea unei campanii.

O “campanie” este termentul pentru Solicitarea pentru un sprijin (financiar).

O campanie include un motiv pentru a cere sprijin, (de obicei) o cantitate de bani și o perioadă de timp asociată.

Cum funcționează? – Plarforme

Apoi încărcați campania într-o platformă de crowdfunding.

Așteptă! Ce este o platformă de crowdfunding ...?

Este de fapt o platformă online pe care sunt încărcate campanii de crowdfunding.

Ei acționează ca „omul de mijloc” între organizația nonprofit și donatorii individuali.

Cum funcționează? – Plarforme

Platforma este într-un fel un „constructor de încredere” pentru campanie: platforma este acolo și va continua să existe după încheierea campaniilor.

Platforma protejează, de asemenea, transparența și fiabilitatea și este un mod frumos de a afișa informațiile necesare.

Platformele oferă șablonul / pagina pe care încărcați campania.

Cum funcționează? – Plarforme

Acestea colectează banii pentru dvs. și îi vor expedia doar atunci când sunt îndeplinite condiții specifice: cea mai obișnuită este că ați reușit să atingeți suma stabilită ca obiectiv în campanie

Acestea vă vor oferi datele de contact ale donatorilor (dacă sunt date) la finalizarea campaniei, pentru a le mulțumi sau a le trimite beneficii specifice.

Cum funcționează? – Plarformele

Există o mare varietate de platforme de crowdfunding.

În mod normal, le puteți utiliza contra cost, care variază de la 0-15%

Deoarece donațiile sunt acordate electronic (depozite online, PayPal, cărți de credit etc.), se pot aplica și alte taxe suplimentare.

Cum funcționează? – Derularea campaniei

Când încărcați campania setați calendarul pentru primirea donațiilor, precum și suma vizată.

Există o mulțime de părți vizuale ale campaniei (fotografii, videoclipuri, link-uri etc.) de care trebuie să aveți grijă.

În plus, este recomandat să stabiliți câteva avantaje pentru potențialii dvs. donatori.

Perks (Beneficiile) sunt mici cadouri pe care donatorul le va primi dacă campania va avea succes - unii oameni vor fi atrași sau vor dona sume mai mari din cauza lor

Ce sunt *perks*?

Perks (beneficii) sunt mici cadouri pe care le oferiți potențialilor dvs. donatori.

Beneficiile din crowdfunding iau de obicei forma unei scări: atunci când oamenii donează mai mult, obțin beneficii mai bune.

Exemplu:

Prin donarea a maxim 10 USD, primiți o notă de mulțumire electronică.

Prin donarea a până la 20 USD, primiți o notă de mulțumire prin poștă.

Prin donarea a până la 50 USD, obțineți un tricou personalizat.

Prin donarea a până la 100 USD, numele tău va fi scris în Sala Donatorilor.

Cum funcționează? – Derularea campaniei

Când sunteți gata, trebuie să informați publicul că campania este în desfășurare.

Trebuie realizate mai multe acțiuni pentru distribuire - liste de e-mail, postări de socializare etc.

În mod ideal, ai putea încerca să ajungi la oameni atât la nivel național, cât și internațional.

Cum funcționează? – Derularea campaniei

O campanie de crowdfunding de succes presupune să obțineți donații mici / medii de la o mulțime mare - astfel veți viza cantitatea. Cu toate acestea, este foarte important ca primul val de donatori să dea bani, dar și să difuzeze campania prin intermediul social media: trebuie să găsiți acei „ambasadori” puternici ai campaniei dvs.

Cum funcționează? – După campanie

Când campania se încheie, în majoritatea cazurilor, organizația nonprofit obține banii strânși.

În plus, primește și o listă care include datele de contact ale donatorilor (dacă nu au selectat opțiunea „donați în mod anonim”). Aceasta din urmă este folosită pentru a mulțumi donatorilor și pentru a le trimite beneficiul lor (dacă acest lucru a fost furnizat).

Cum funcționează? – După campanie

Sunt două modalități privind modul de obținere a banilor colectați:

- a. Campanii închise
- b. Campanii deschise

În primul caz, primiți banii numai dacă campania are succes, adică dacă ați atins suma vizată.

În al doilea caz, primiți banii indiferent dacă campania a avut succes sau nu.

Câteva statistici (la nivel global)

- Donațiile medii au fost stabilite la 88 US\$.
- Grupuri de persoane (nu start-up-uri) au generat în medie 9.500-10.000 US\$ pe campanie.
- Aproximativ 2,9 miliarde USD au fost acordate prin crowdfunding în 2015, ca donații.
- La nivel de sector, 28% dintre donatori vor da din nou - acest lucru trebuie să fie mult mai mare în sectorul nonprofit.

De ce donează oamenii?

Există o mulțime de sondaje efectuate, care încearcă să înțeleagă de ce oamenii donează pentru cauze sociale. Acestea duc la o serie de presupuneri fără a defini un singur factor absolut care să îndemne persoanele să doneze pentru cauze sociale. Iată o listă neexhaustivă a factorilor principali:

- Postmaterialismul și ideea că oamenii au trecut treptat de la efortul pentru posesiuni materiale la aderarea la valori (inclusiv altruismul) au un număr tot mai mare de susținători.

De ce donează oamenii?

- Sentimentul împlinitor asociat ajutorării pare să joace un rol important.
- Apartenența la un grup - dacă prietenii mei au donat, voi dona și eu - poate avea și un efect.
- Obținerea avantajului promis poate impune donarea, dar nu pare să fie principalul motiv pentru a dona – ci mai degrabă pentru a dona puțin mai mult.

Există mai multe beneficii decât cel de finanțare?

Cu siguranță da - pentru a derula o campanie de crowdfunding de succes, trebuie să pregătiți o mulțime de aspecte care să vă consolideze organizația în general, inclusiv:

- Îmbunătățește-ți prezența pe social media.
- Îmbunătățește-ți site-ul și brandul general.
- Creați liste cu potențiali donatori, precum și cu jurnaliștii și media, care ar putea disemina campania dvs.
- Îmbunătățește-ți capacitatea de a genera încredere, convinge oamenii că ceea ce faci este important și merită finanțat.
- Obțineți o listă de donatori: aceștia sunt persoane sensibile la cauza dvs. și ar putea deveni suporteri obișnuiți (de exemplu, în noua campanie de crowdfunding pe care o veți iniția într-un interval de 9-12 luni.)

Resurse suplimentare:

- <http://www.seerc.org/atsiv/vle/>
- <https://www.facebook.com/trainingNGOs/>
- www.ngotraining.eu

Această lucrare face parte din resursele de dezvoltare profesională a ONG-urilor dezvoltate în cadrul proiectului Avansarea sectorului al treilea prin inovare și variație (ATSIV).

ATSIV este un proiect finanțat de ERASMUS + KA2, implementat în perioada 2016-2019 de un consorțiu de organizații grecești, bulgare, poloneze și române. Acesta urmărește creșterea competențelor profesionale ale colaboratorilor ONG-urilor prin dezvoltarea și punerea la dispoziție a unei platforme online de instruire cu acces deschis prin intermediul jocurilor online.



Erasmus+



Advancing the Third Sector
through Innovation & Variation

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Organizații partenere:



LAW AND INTERNET
FOUNDATION
RESEARCH CENTER FOR LAW AND
INFORMATION TECHNOLOGIES



Erasmus+