

PR — ЭТО ПРОСТО

**РОМАН
МАСЛЕННИКОВ**

ФАНДРАЙЗИНГ:

ГДЕ И КАК ВЗЯТЬ ДЕНЬГИ?

МИФЫ. ЗАКОНЫ. ФИШКИ.

ЛИЧНЫЙ ОПЫТ

12+

PR – это просто

Роман Масленников

**Фандрайзинг: Где и как взять
деньги? Мифы. Законы.
Фишки. Личный опыт**

«Автор»

2013

Масленников Р. М.

Фандрайзинг: Где и как взять деньги? Мифы. Законы. Фишки.
Личный опыт / Р. М. Масленников — «Автор», 2013 — (PR –
это просто)

Кто хоть раз задумывался над вопросом «Где взять деньги на проект», просто обязан пролистать данную мини-книгу. Те, кто прочтет и применит все, что написано — найдет деньги. Если у вас социальный проект, новый бизнес, издание творческого продукта — добро пожаловать за знаниями. Данная книга — это не деньги. Это ключ к деньгам. «Я предпочитаю давать не рыбу, а удочку тем, кто хочет кушать», — говаривал кто-то мудрый. Так вот, эта книга — та самая удочка. Удачи!

© Масленников Р. М., 2013

© Автор, 2013

Содержание

Вступление	5
Предупреждение!	6
Бонусы	7
Отзывы	8
Что такое фандрайзинг и фандрайзер?	9
Мифы о фандрайзинге	10
Миф 1: Денег не дадут	11
Миф 2: Денег ни у кого нет	12
Миф 3: Проект должен быть супер-интересным	13
Миф 4: У государства денег не допросишься!	14
Конец ознакомительного фрагмента.	15

Роман Масленников

Фандрайзинг: Где и как взять деньги? Мифы. Законы. Фишки. Личный опыт

Вступление

Вашему вниманию – мои наработки в области фандрайзинга («поиска денег»). Они пригодятся как начинающего свой путь, так и матерого профессионала.

Принято разделять аудитории «чайников» и «профи». Но сегодня – не тот случай. Это про деньги. Которые лишними, как известно, не бывают никому.

Формат «мини-книги» будет соблюден. Никакой воды. Только практика.

Конечно, Вы вправе послушать аудио-запись данного вебинара или мастер-класса – купить или скачать¹. Но книга есть книга. Здесь есть бонусы!

P.S. Конечно, я мог бы опубликовать данный текст в виде простой статьи. Но я не хочу очень быстрого обесценивания предложенной Вам здесь информации. Первыми ею должны воспользоваться только избранные -скачавшие (и оплатившие!) данную книгу, то есть Вы!

Вперед!

Роман Масленников

Автор книг «СуперФирма», «СуперЛичность», «СуперКонсалтинг», «101 совет по PR» и др.

¹ <http://makingofpr.ru/productshop/goods/> – магазин инфо-продуктов – лекций о PR

Предупреждение!

Данная мини-книга является стенограммой одноименного аудио-семинара. Поэтому, текст в ней – «как есть». Не сильно корите меня за это, пожалуйста.

Этот ход – «публикация стенограммы без редактуры», – преследует 2 две цели: экономия места на бумаге и своеобразная шифровка информации. Кто захочет, тот поймет!

А чтобы был стимул за то, что вы решились продраться через «надиктованный текст», – (признаюсь, сам часто ругаю авторов, которых хочется прочесть, но у которых книги надиктованы), – вот вам подарки за некомфортное чтение.

Бонусы

Все, кто купит **(не скачает бесплатно, а именно приобретет и подтвердит это!)** данную книгу – получит от меня бесплатную 15-минутную консультацию по скайпу по теме книги.

Добавляйте меня – rmaslennikov, чтобы условиться о времени Вашей консультации.

Когда данный материал выйдет в виде полноценной книги – вычитанной, отредактированной, комфортной для чтения – вы узнаете об этом первыми!

Будем с Вами на связи!

ОТЗЫВЫ

Большое БЛАГОДАРЮ за важные наработки, господин Масленников! Аямечтаю.рф – сложный благотворительный проект с точки зрения реализации. Ваши консультации и вебинары очень продуктивно воздействуют даже на видавших виды фандрайзеров!

Любовь Савченко

Руководитель проекта

www. аямечтаю.рф

Здесь может быть Ваш отзыв или история о Вашем опыте поиска денег!

Присылайте мне на почту R@msk-pr.ru – опубликую в переиздании данной книги.

Что такое фандрайзинг и фандрайзер?

Я не могу похвастаться, что миллиарды привлек. Но где-то в сумме миллион долларов спонсорских денег за лет пять удалось «поднять». Понятно, что это не так много за такой период, но какой-то опыт интересный получил, которым хочу с вами поделиться.

Итак, в программе, как вы уже видели, мифы, законы, фишки и ответы на ваши вопросы. В общем, поехали!

Фандрайзинг – все знают, что это такое. Коротко – это добывание или «поднимание» денег или «фондов» (от английских слов «to rise» и «fund»).

Под фандрайзингом понимается процесс привлечения денежных средств и иных ресурсов (человеческих, материальных, информационных и т. д.), «которые организация не может обеспечить самостоятельно и которые являются необходимыми для реализации определенного проекта или своей деятельности в целом»². Но в этой книге мы будем говорить только о деньгах. Будут деньги – будет и всё остальное!;) А проблемы нужно решать в порядке их поступления, как известно.

Тот, кто добывает деньги – это, соответственно, фандрайзер.

Начинающий фандрайзер, да и, в принципе, то, что роднит начинающего с матерым фандрайзером, пасует перед рядом мифов. Опытный, потому что он считает, что все знает, а начинающий – потому что он ничего не знает.

Рассмотрим эти зловредные мифы поподробнее.

² <http://ru.wikipedia.org/wiki>

Мифы о фандрайзинге

Миф 1: Денег не дадут

Миф главный и самый убийственный таков: денег не дадут. Отвечу так: «Ну, смотря кто не даст, смотря когда не даст». Почему-то такая стойкая убежденность есть – денег не дадут.

Как с ней бороться? Здесь только пробовать, пробовать и пробовать. По опыту – дадут! Если очень хотите – дадут! Кто – читаем дальше.

Миф 2: Денег ни у кого нет

Второй миф: денег ни у кого нет. Здесь все ссылаются на кризис, на какие-нибудь бюджетные сокращения, всякие «секвестирования» и прочие «урезания».

На самом деле, деньги есть, и они есть даже у тех, у кого их, казалось бы, нет. То есть даже в конце года, скажем, в ноябре, когда уже, казалось бы, все бюджеты у корпораций разделены, распланированы, все равно деньги находятся даже у тех, у кого их, казалось бы, нет. Есть даже специальный термин «потратиться до конца года». Поэтому можно специально рассчитывать поиск денег именно на этот период – ноябрь-декабрь. А в начале года или летом эти же самые люди заявляют уверенно «денег нет», ничего не объясняя. Теперь вы знаете, что к чему.

Миф 3: Проект должен быть супер-интересным

Следующий миф: проект должен быть интересным, тогда дадут деньги. В остальных случаях не дадут, если он не интересен.

Во-первых, что такое интересный? Под этим сразу подразумевается: весёлый, прикольный, актуальный. Но совершенно не обязательно он должен быть таким.

Проект должен быть просто, что называется, «в кассу». Он должен быть в соответствии либо с корпоративной какой-то линией компании (допустим, ориентация на молодежь, или «а давайте-ка сделаем что-нибудь со стариками-пенсионерами-ветеранами», или «давайте вложимся куда-нибудь в инновацию», или «во что-то «нано-»»), либо он должен быть созвучен с конкретной убежденностью человека, который деньги выделяет.

Это кто у нас, деньги дает, кстати? Директор по маркетингу, либо бренд-менеджер, либо руководитель бренд-группы.

Вот, кстати, эти словосочетания советую запомнить, потому что мы долго-долго опытным путем всех искали, там: «Позовите человека, который выделяет деньги». Естественно, ответ: «Присылайте все на почту» или хуже – «по факс» или вообще, как в Газпроме говорят: «Приносите нарочным с курьером» (красавцы! и это 21 век!).

На самом деле, нужно говорить, чтобы вас соединили либо, естественно, «с директором по маркетингу», либо «с пиарщиком». Но, честно говоря, бесполезно с пиарщиком, потому что наш брат – еще тот товарищ, футболит очень, так скажем, прозрачно, вы это понимаете. То есть, так скажем, упивается этим отфутболиванием, поэтому к пиарщикам за деньгами лучше не идти, к своим коллегам, как ни странно.

К директорам по маркетингу, и вот главное словосочетание – **руководитель бренд-группы**. То есть, если вы там пишете в «Кока-Колу» – «Дайте денег», то нужно писать руководителю бренд-группы «Спрайт» или руководителю бренд-группы какого-то определенного напитка. Вот это словосочетание дает гарантию, что предложение попадет, по крайней мере, в тот отдел, куда нужно.

Итак. То есть проект совершенно не обязательно должен быть мега-супер-актуальным, инновационным каким-нибудь, но главное – он должен быть в русле либо конкретного чела, который деньги дает, либо компании. В принципе, и то, и другое установить не сложно по начинающимся рекламным и пиар-кампаниям, и, например, за чашечкой кофе с этим руководителем бренд-группы. На чашку кофе у них всегда время найдется даже в компаниях крупных и западных, где у них там все по карточкам, выход распланирован. То есть там зашел-вышел пять минут – расстрел. Все равно они на пять минут могут выйти кофе попить.

Миф 4: У государства денег не допросишься!

Следующий миф: с государством связываться бесполезно. Якобы все попилено, распилено и вообще.

На самом деле, это не так, потому что у государства тоже есть деньги, и в этом никто не сомневается, что у него есть деньги, но у него есть свободные деньги, которые оно направляет на что-нибудь эдакое. То есть, имеется в виду то, чего раньше не было. То есть: есть проект ежегодный, ежемесячный, ежеквартальный, а вот нечто новенького не было. И вот они туда, бывает, что отправляют деньги, про это занимает несколько больше времени, уговорить их сдать на вашу милость.

Я попозже об этом расскажу, но, в принципе, у государства тоже можно деньги в фонды поднимать, что, в принципе, было показано нами в совершенно разных министерствах – в Минобразования, в Роспечати – и, что самое главное, они поднимались без привычных «серых» схем. То есть всё абсолютно легально. Только дольше по времени, чем в коммерческих компаниях. Намного дольше... Но бывают и исключения! Вот исторический пример:

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.