

Anna Anioł

FUNDRAISING
dla ludzi
KOŚCIOŁA



Sobolów 2020

Nie omijaj wstępu

Zbieranie pieniędzy w Kościele to nic nowego. Od wieków ludzie wspierają swoje wspólnoty i kościoły. Dzięki ich hojności możemy podziwiać wspaniałe katedry, rozwijać się duchowo w zacisznych klasztorach i pustelniach, uczestniczyć w wyjątkowych wydarzeniach. Zbieranie pieniędzy na dobre cele my, ludzie Kościoła, mamy opanowane... A przynajmniej tak się wydaje.

W takim razie co nowego możesz przeczytać w tej książce poświęconej zbieraniu pieniędzy przez ludzi Kościoła? Czy jest coś, z czego na co dzień nie korzystamy?

Tak. To fundraising.

Takie działanie i myślenie, które w niezwykły sposób łączy ludzi i pieniądze, a w którym Ty, jako proszący o wsparcie, nie będziesz się czuć jak żebrak.

Czym zatem jest fundraising? Czy jest trudny?

Czy może się przydać właśnie Tobie, gdy chcesz jako człowiek Kościoła rozpałić siebie i innych do robienia rzeczy dobrych?

Czy masz szansę na sukces, gdy zaczynasz zupełnie od zera?
I znowu: czy to Ci się naprawdę może przydać?

Na te pytania odpowiada moja książka.
Odpowiada też na wiele innych, które dopiero przyjdą Ci do głowy, gdy zaczniemy się przyglądać kolejnym tematom, narzędziom i krokom do wykonania. A poza odpowiedziami dostaniesz do ręki bardzo konkretne, skuteczne i działające narzędzia do zbierania pieniędzy i do budowania relacji.

Bo tym właśnie jest fundraising. I Ty też możesz skorzystać z tego świetnego podejścia.

Zacznijmy od początku.

Jestem fundraiserem. Od 2018 roku wraz ze Szczepanem Kasińskim tworzymy agencję fundraisingową Armiger. Pomagamy organizacjom pozarządowym i zgromadzeniom zakonnym zbierać więcej pieniędzy, a nasze doświadczenia pozwoliły nam zbudować model fundraisingu relacyjnego. Jego fundamentem jest sześć zasad, o których przeczytasz za chwilę. Są jak kodeks zbierania pieniędzy na podstawie relacji z ludźmi. Dzięki tej metodzie od początku istnienia naszej agencji pomogliśmy zebrać 10 milionów zł na bardzo różnorodne cele – charytatywne, kulturowe, edukacyjne, budowlane. Co ciekawe, większość z nich prowadzona była przez ludzi Kościoła – księży, siostry zakonne czy ludzi świeckich. Mamy to szczęście, że pracujemy z tymi, którzy kierują się w życiu tymi samymi wartościami co my.

Wszystko, co przeczytasz w tej książce, wypływa z naszych doświadczeń – doświadczeń zespołu Armigera. Choć już teraz Ci zdradzę, że przeczytasz także o mojej pierwszej zbiorce, którą prowadziłam, gdy moja wiedza o fundraisingu ograniczała się do tego, co wyczytałam w Internecie (i nie było tego dużo). Od tamtego czasu bardzo wiele się zmieniło w polskim fundraisingu, w czym, mocno wierzę, mamy ze Szczepanem udział.

Moja praca ma dwa aspekty. Pierwszy: pomagam organizacjom pozarządowym, zgromadzeniom zakonnym i działaczom społecznym budować relacje z Darczyńcami i zbierać pieniądze. Drugi: szerzę idee dobroczynności. Ważną i potrzebną.

Z tej książki dowiesz się, jak budować społeczność wokół swojej misji i prosić ludzi o zaangażowanie w realizację wspaniałych celów. Zobaczysz, że by poprosić o pieniądze, trzeba dać innym doświadczyć rzeczywistości, którą się zajmujesz. Przekonasz się, że budowanie trwałych relacji z Darczyńcami opiera się na zaufaniu i etyce oraz na wdzięczności, którą będziesz okazywać swoim dobrodziejom.

Na koniec tego wstępu pokażę Ci jeszcze, co rozumiem pod używanymi w książce pojęciami – żebyśmy mogli dobrze się rozumieć. Gdy używam słowa „organizacja”, mam na myśli fundację, stowarzyszenie, misję, dom pomocy czy przedszkole, które prowadzisz, albo cykliczne wydarzenia, które organizujesz, jak spotkania młodzieży czy rekolacje. „Ludzie Kościoła” to dla mnie wszyscy księża, ojcowie i bracia zakonni, siostry zakonne oraz świeccy współpracownicy.

CZĘŚĆ I

**Fundraising:
co to jest
i do czego służy?**

Niemal każda organizacja lub przedsięwzięcie przechodzi w pewnym momencie przez trudności, na początku związane tylko z finansami. Trochę później wiele osób zaangażowanych w działanie orientuje się, że same pieniądze nie są w stanie rozwiązać problemów ich organizacji czy przedsięwzięcia.

Fundraising ma na to szansę.

Chwileczkę – powiesz – fundraising, jak sama nazwa wskazuje, to zbieranie pieniędzy. Czy to znaczy, że pieniądze jednocześnie są i nie są rozwiązaniem? Mogę odpowiedzieć tak: pieniądze są rozwiązaniem jednorazowym. A fundraising – o wiele trwalszym, bo jego siła polega nie na samym zbieraniu pieniędzy, ale na oparciu go na ludzkich relacjach.

Dlatego **najważniejsi w fundraisingu są ludzie – to oni, nie pieniądze, zmieniają świat.**

**Najważniejsi
w fundraisingu
są ludzie – to oni
zmieniają świat.**

Na czym polega fundraising?

Fundraising to tworzenie wokół Twojej organizacji wiernej i zaangażowanej grupy ludzi (społeczności) i proszenie jej o pomoc w realizacji Twoich istotnych celów. Jest drogą do tego, aby działać lepiej, skuteczniej i na większą skalę. I ta skala ma znaczenie – powinna być jak największa. Bo to, co chcesz zrobić za zebrane pieniądze, da ludziom konkretne dobro. To może być nowy dom dla niepełnosprawnych podopiecznych, doroczne ewangelizacyjne spotkanie dla młodzieży, zakup sprzętu dla telewizji internetowej, nowe nagłośnienie dla parafialnej scholi, bus do wożenia pomocy charytatywnej potrzebującym rodzinom, pokrycie kosztów noclegu pielgrzymki, odnowienie ołtarza, zagospodarowanie terenu wokół kościoła – wymieniać można długo. Dlatego warto dążyć do zwiększania zakresu działań i niesionej dzięki nim pomocy.

Gdzie w tym wszystkim są pieniądze?

Jakie miejsce zajmują w pracy fundraisera?

Z pewnością nie najważniejsze, bo fundraising to zapraszanie ludzi do współpracy, współtworzenia, współodpowiedzialności. Dlatego nie

jest zwykłym zbieraniem funduszy, ale tworzeniem okazji do czynienia dobra, dawaniem innym ludziom możliwości zaangażowania się w bardzo ważną inicjatywę.

Fundraising jest misją samą w sobie. Jest otwieraniem głów i serc ludzi na te problemy świata, które są rozwiązywane przez ludzi Kościoła.

Bo w fundraisingu nie chodzi wyłącznie o pieniądze, ale o rozwiązanie przy ich pomocy jakiegoś problemu i o zaangażowanie w to jak największej liczby osób. Pieniądze są narzędziem, środkiem do osiągnięcia dobrego celu. A wpłacenie pieniędzy i bycie Darczyńcą to uczestnictwo w wartości, którą żyje i jaką głosi Twoja organizacja czy zgromadzenie. Gdy zamiast skupiać się na pieniądzach, zaczniesz zapraszać do zaangażowania w Twoją misję, doświadczysz przychylności i życzliwości i spotkasz ludzi, którzy są gotowi oddać wiele z tego, co mają, aby pomóc Ci w Twojej wielkiej sprawie.

Jak więc przekonać ludzi, żeby wpłacali na Twój cel?

Zgrabnie to brzmi po angielsku: *don't make them, let them*. W tłumaczeniu: *nie zmuszaj, pozwól*. Czyli tak naprawdę nie mówimy o przekonaniu kogokolwiek, zwłaszcza na siłę, przedstawiając argumenty nie do zbiać i forsując swoją rację. Zbieranie pieniędzy rządzi się kilkoma podstawowymi zasadami. Jedną z nich jest wolność. Prosząc o pieniądze, szanujemy człowieka, naprzeciwko którego stoimy, bez względu na to, czy odpowie „tak” czy „nie”. Twoim zadaniem jest stworzenie okoliczności do zrobienia czegoś dobrego – jednak ostatecznie to Darczyńca decyduje, czy chce wziąć udział w Twojej misji czy nie. Dlatego tak ważne jest budowanie zaufania i relacji z ludźmi, którzy pojawiają się wokół Twojej organizacji i inicjatywy. Gdy będą Ci ufać, pójdą za Tobą bardzo daleko i zrobią z Tobą najwspanialsze rzeczy – takie, jakich świat jeszcze nie widział.

Kto powinien być fundraiserem?

Ty, Czytelniku!

I to bez względu na to, czy jesteś prezesem organizacji, samodzielnym inicjatorem akcji czy wyznaczonym przez przełożonych duchowym opiekunem jakiegoś dzieła. Fundraiser to nie jedynie ten, kto jest zatrudniony w tym konkretnym celu – zbierania pieniędzy na działalność. To każdy, kto zaprasza do włączenia się w dobrą akcję. Kto mówi o tym, co dobrego może zrobić Darczyńca i jak może zmieniać świat.

Jednak zanim zaczniesz praktykować ten model pozyskiwania funduszy na swoje dobre cele, musisz wiedzieć cztery rzeczy.

Proces. Fundraising jest procesem. By zebrać pieniądze na określony cel, potrzebny jest czas. Nie oczekuj imponujących efektów finansowych w krótkim czasie. Pieniądze nie pojawiają się od razu. Będą wynikiem Twoich relacji z ludźmi – owocem ich zaufania do Ciebie i Twoich działań. A na zaufanie trzeba po prostu zapracować.

Etyka. W działalności fundraisingowej masz do czynienia z pieniędzmi, w dodatku cudzymi. Dlatego ich zbieranie musi być etyczne. Oznacza to troskę o przejrzystość. A także – znowu – budowanie zaufania, a nie manipulowanie potencjalnym Darczyńcą. Jego decyzja o darowiznie powinna wynikać z wyznawania tych samych wartości, które wyznajecie Ty i Twoja organizacja czy inicjatywa.

Skuteczność. Efekty działań fundraisingowych wydają się łatwe do zmierzenia – pieniądze albo są, albo ich nie ma. Ale zebrana kwota to nie jedyny wskaźnik. Swoją skuteczność zobaczysz także w innych liczbach: w liczbie Darczyńców, w liczbie darowizn, w liczbie fanów i obserwujących w mediach społecznościowych, liczbie publikacji w mediach, liczbie zaangażowanych firm. A także w liczbie powtórnice wpłacających i rezygnujących Darczyńców. Od początku staraj się budować bazę Darczyńców i monitorować zmiany (możesz to robić przy pomocy arkuszy kalkulacyjnych, np. w programie Excel).

Relacje. Kluczowe w fundraisingu są relacje z ludźmi zebranymi wokół Twojej idei – budowane przez dłuższy czas i systematycznie

podtrzymywane, oparte na zaufaniu i wspólnych wartościach. Darczyńca z chwilą wpłaty staje się członkiem Twojego zespołu, bez którego nie możesz zrealizować swojego celu. Nie jest portfelem ani bankomatem, z którego wyjmujesz potrzebną Ci akurat kwotę, dlatego Twoja relacja z Darczyńcą czy sympatykiem powinna być relacją partnerską. To sprawia, że w świecie fundraisingu nie ma miejsca na żebranie. Owszem, prosimy o pieniądze, ale ta prośba jest wynikiem zaangażowania w ważną sprawę i wyrazem zaufania. Nie obawiaj się więc, że prośba o finansowe wsparcie Twoich działań będzie zawstydzającym żebraniem o pieniądze. Zamień ją w propozycję wspólnego działania na rzecz ważnego celu, a wtedy Ciebie i tego, kto przekaże pieniądze na Twoje działania, połączą wartości i poczucie wspólnej misji. Pamiętaj, że to Ty stwarzasz osobie, którą prosisz o zaangażowanie, okazję do zrobienia czegoś dobrego. Jesteście równi – i wzajemnie sobie potrzebni.

Spis treści

Nie omijaj wstępu › 5

CZĘŚĆ I FUNDRAISING: CO TO JEST I DO CZEGO SŁUŻY?

ROZDZIAŁ 1

Na czym polega fundraising? › 11

ROZDZIAŁ 2

Sześć zasad skutecznego fundraisingu › 15

- Zasada 1. Poproś › 16
- Zasada 2. Praktykuj wzajemność i dziękuj › 17
 - Pierwsze „daj” i darmowy e-book › 17
 - Drugie „daj” i cykl #poznajmsię › 18

- Trzecie „daj” i spektakl teatralny › 18
- Zasada 3. Ludzie dają ludziom › 20
 - Wpłacam, bo Ty mnie prosisz › 21
 - Wpłacam, bo wiem, komu pomogę › 22
 - Opowiedz, jaką pomoc niesiesz › 22
- Zasada 4. Zapraszaj do działania › 23
- Zasada 5. Testuj. Próbuj. Szukaj › 24
- Zasada 6. Wolność › 26

ROZDZIAŁ 3

Etyka fundraisera › 29

- 5 uniwersalnych zasad Deklaracji › 30
- 6 standardów działalności fundraisera › 30
 - Pracuj za płacę, nie za procent lub darowizny › 31
 - Wydawaj pieniądze zgodnie z przeznaczeniem › 32
 - Zdecyduj, z kim chcesz współpracować › 32
- Etyka i chrześcijaństwo › 33

ROZDZIAŁ 4

Darczyńcy – kim są i jaka jest ich rola? › 37

- Kim dla Ciebie powinien być Darczyńca i jaką rolę pełni w Twoich działaniach? › 37
- Dlaczego Darczyńca decyduje się na wpłatę? › 38
- Jak traktować Darczyńcę, by chciał nadal się angażować? › 40

ROZDZIAŁ 5

Digital fundraising › 45

- Jakie możliwości daje Internet? › 45
- Jak oswoić Internet? › 46

CZĘŚĆ II

FUNDRAISING W KOŚCIELE

ROZDZIAŁ 1

Jak rozwinąć działalność ludzi Kościoła w fundraisingu? ▸ 51

- Pokonać stereotypy o pieniądzach ▸ 51
- Prosić odważnie ▸ 53
- Zbudować sieć wsparcia ▸ 54
- Uporządkować pracę ▸ 55
- Zadbac o relacje dwóch stanów: duchownego i świeckiego ▸ 56
 - Zaufanie ▸ 56
 - Zatrudnianie i umowy ▸ 57
 - Wzajemne zrozumienie ▸ 58
- Być obecnym w Internecie ▸ 59
- Dbać o swój wizerunek i... charyzmat ▸ 59
- Mówić przyjacielskim językiem ▸ 62

ROZDZIAŁ 2

Studium przypadku – fundraising w wykonaniu ludzi Kościoła ▸ 63

- 1. Nikt już nie mówi „DPS”, wszyscy mówią „Dom”
Siostry dominikanki z Broniszewic – akcja „Dom Chłopaków” ▸ 65
- 2. Przyjaźń, zaufanie, współpraca, sukces
Budowa Sanktuarium Jana Pawła II w Radzyminie na 100. rocznicę zwycięstwa w Bitwie Warszawskiej i 100. rocznicę urodzin Karola Wojtyły ▸ 79
- 3. Samochód dla Pariacoto i mocna grupa stałego wsparcia
Zbiórka na samochód dla misjonarzy franciszkańskich w Peru – kampania „Samochód dla Pariacoto” ▸ 93
- 4. „Pomóż otworzyć łożnię”
Prywatna zbiórka na pomoc osobom w kryzysie bezdomności podczas pandemii ▸ 102
- Zbierać możesz na wszystko – ważne jest, jak to robisz ▸ 113

CZĘŚĆ III

CO JEST NIEZBĘDNE, BY ZBIERAĆ PIENIĄDZE?

ROZDZIAŁ 1

Komunikacja ▸ 117

- Język ▸ 117
- Opowieść ▸ 119
- Emocje ▸ 121
- Wartość ▸ 122
- Spójny i autentyczny wizerunek ▸ 126
- Persona, czyli wzorcowy Darczyńca ▸ 129
- Komunikacja podczas zbiórek w sieci ▸ 130
- Wezwanie do działania ▸ 131

ROZDZIAŁ 2

Zanim poprosisz o pieniądze ▸ 133

- Jak dobierać narzędzia? ▸ 133
- Zbieraj tradycyjnie ▸ 134
- Zbieraj przez Internet ▸ 135
 - Sposób dokonania płatności ▸ 135
 - Miejsca docelowe ▸ 136
 - Strona internetowa organizacji ▸ 136
 - Strona internetowa zbiórkowa ▸ 138
 - Portale crowdfundingowe ▸ 139
 - Zbiórka przez Facebooka ▸ 141

ROZDZIAŁ 3

Narzędzia do zbierania pieniędzy ▸ 145

- Narzędzia strategiczne ▸ 145
 - Plan kampanii fundraisingowej ▸ 146

- Narzędzia relacyjne ▸ 156
 1. Spotkania osobiste ▸ 156
 2. Osobista rekomendacja ▸ 157
 3. Rozmowa telefoniczna ▸ 158
 4. Zbiórki rodzinne ▸ 159
 5. List ▸ 160
 6. Media społecznościowe ▸ 161
 - Facebook ▸ 162
 - Instagram ▸ 167
 - Twitter ▸ 168
 - YouTube ▸ 169
 7. System mailingowy ▸ 169
 - Newsletter ▸ 171
 - Mailing informacyjny ▸ 171
 - Mailing fundraisingowy ▸ 172
 - Mailing alarmowy ▸ 174
 - Cykl autoresponderów ▸ 175
- Narzędzia promocyjne ▸ 176
 1. Zdjęcie ▸ 176
 2. Ulotka ▸ 176
 3. Insert ▸ 178
 4. Biuletyn ▸ 179
 5. Wideo ▸ 179
 6. Webinar ▸ 180
 7. Podcast ▸ 181
 8. Kwesta ▸ 182
 9. Kwesty przy kościołach – głoszenie kazań, rekolekcji ▸ 184
 10. Spotkania otwarte, eventy ▸ 186
 11. Media tradycyjne – radio, telewizja, prasa ▸ 187
 12. Media internetowe ▸ 188

To nie jest koniec ▸ 189

Kluczowy moment ▸ 191