



Стратегический арт-фандрайзинг

Евгения
Карпанина

Или

как спонсоры и арт-проекты находят
друг друга

Самые популярные музейные инструменты арт-фандрайзинга

- Грантрайтинг

- Государственные
- Корпоративные
- Персональные
- Институциональные

- Спонсорство

- КСО

- Работа с физическими лицами

- Меценаты
- Краудфандинг
- Разовые пожертвования (форма на сайте, Клуб друзей)

Работайте со всеми инструментами фандрайзинга

Составьте карту инструментов.

Работайте системно в течение года.

Выделите время для постоянной **ежедневной** работы.

	Направление фандрайзинга	янв.20	План	Факт	фев.20	План	Факт	мар.20	План	Факт
Гранты										
Фонды	Фонд Культурных инициатив									
	Фонд "Анастасия"									
	Фонд М. Прохорова									
	Фонд Тимченко									
	Фонд В. Потанина									
международные культурно-образовательные центры	Институт Конфуция									
	Институт Гете									
Корпоративные доноры										
Корпоративные фонды	Сибур									
	Лукойл									
	Центр социальных программ (РУСАЛ)									
	«Татнефть»									
КСО	Ростелеком									
	Газпромбанк									
Спонсорство	Альфа Банк									
	Tele2									
Частные доноры	Меценаты (персональные взносы)									
	Краудфандинг									
	Взносы через сайт									
Коммерческая деятельность	Продажа образовательных материалов									
	Продажа сувенирной продукции									
	Билет Мецената									
	Кобрендинговые акции									
	Аукцион									

ФИНАНСОВЫЙ ГОДОВОЙ
(ПРИХОД) ПЛАН

Операционный фандрайзинг

Стратегическое сотрудничество.

Цель бизнеса: с помощью значимой на данной территории арт-институции зайти в аудиторию творческой интеллигенции, креативного кластера для популяризации своих ценностей

Лайфхаки:

- Оговаривайте рамки временные.
- Оговаривайте рамки тематические: «Технический», но не «Генеральный».
- «Ресурсы» не всегда равно «Деньги»
- Для начала нужен прецедент.

Проектный фандрайзинг

- Какие проекты мы хотим реализовать?
- Сколько средств на это потребуется?

Календарный план \ Годовой план



Программы КСО (корпоративная социальная ответственность)

Цель бизнеса: показать общественности, что компания видит всех и реально помогает делать жизнь лучше. Репутационный капитал

Где искать: мониторить рейтинги крупнейших компаний региона:

ИТ \ Банки \ Ресурсодобывающие компании \ Крупное производство и тп

Лайфхаки:

Иногда те, кто рядом, независимо от размера

Поддерживают только смыслы. Вы знаете что и зачем вы делаете?

Корпоративные гранты и акселераторы коммерческих компаний

Цель бизнеса – поддержка проектов ресурсами интеллектуальными или финансовыми (микрогранты, инвесторы, льготные условия сотрудничества)

Где искать: мониторить сайты крупнейших компаний региона
ИТ \ Банки \ Ресурсодобывающие компании

Лайфхаки:

- Часто это именно региональная история
- Идите смело в этот опыт: даже если не выиграете – здорово расширите горизонт, заведете новых знакомых, перезагрузитесь
- Идите смело в этот опыт, даже если не понимаете что за инструмент вам предлагаете – отказаться и «слиться» еще успеете

Коллаборации

Цель: бизнеса трансляция ценностей бизнеса на определенную ЦА с помощью арт-проекта как особый формат воздействия на эмоции. Бизнес как со-продюсер

Лайфхаки:

- Подойдет если вы делаете легкий по финансам проект
- Подойдет если вы знаете какие смыслы транслируете через свой проект, кому, сколько их ? В каких каналах коммуникации Они живут? Как интегрируется партнерский бренд?
- Идеально зайдут променады!

Спонсорство проектов

Цель бизнеса: зайти в аудиторию творческой интеллигенции, креативного кластера со своими ценностями с минимальными усилиями и получить максимальный охват

Лайфхаки:

- Учимся думать проектами
- Учимся формулировать ценности
- Видеть свою аудиторию
- Проектов может быть МНОГО!

Спасет только система.

Стратегия маленьких шагов актуальна как никогда.

Проще найти 10 раз по 100 000 руб., чем 1 раз миллион:

1) Лайт-проекты (КСО)

2) Микрогранты

3) Работа с физическими лицами.

- Лайт -краудфандинг
- Народный сбор.

Считайте.

Понимайте оценку эффективности вашего фандрайзинга. Оценивайте ее в динамике

ТОП-5 показателей эффективности вашего фандрайзинга

Процент отклика (будет расти)

Скорость отклика (будет сокращаться период от отправленного предложения до согласия)

Стабильность отклика (будет расти)

Максимальная величина взноса (будет расти, но в рамках региональных бюджетов)

Количество спонсоров (будет расти но с учетом спонсорской ёмкости проекта)

Будьте актуальны.

Сотрудничество - это всегда про общие интересы в данный момент времени

Какие темы и форматы сотрудничества интересны сегодня?

Учитесь.

Учите сотрудников. Дружитесь с сильными специалистами.

Фандрайзинговые заповеди для директора

- ✓ Знать самому как работает фандрайзинг (чудес не бывает);
 - ✓ Выделить в структуре отдела маркетинга театра специалиста, отвечающего за фандрайзинг (эта работа лучше делается в команде);
 - ✓ Если некого напярчь – значит делать самому;
 - ✓ Обучать, бодрить и мотивировать команду!
- Книги
 - Тренинги в сети (продажи, переговоры, фандрайзинг от НКО)
 - Живые тренинги по продажам, маркетингу и арт-проектированию.

Полезные телеграм-каналы

- «Капитан Грантов»
 - «Культура. Гранты России»
 - «Росмолодежь. Гранты»
 - «Фонд Прохорова»
 - «Фонд Потанина»
 - «Planeta.ru: краудфандинг»
 - «Лайфхаки фандрайзинга»
 - «Digital fundraising»
- и др.



РАБОТА
со спонсорами



Развивайте свои соцсети.

Это ваша сила и ваше богатство

ЦА считается оффлайн +онлайн (суммарно по всем каналам)

Работайте со своей аудиторией.

Исследования.

Микросегментация.

Развитие каналов коммуникации

Чем точнее вы будете попадать в свою аудиторию, тем сильнее будет ваше спонсорского предложение

VK

Карпанина Евгения

Karpanina.e.n@yandex.ru

Успех притягивается к успеху