
GHIDUL APLICANTULUI



DEBIT DIRECT

Pentru a putea desfășura o campanie de atragere de donații prin debit direct, mai întâi vă creați cont pe www.donatie.ro. După ce contul a fost aprobat de echipa donatie.ro, puteți completa formularul online. Acest formular conține rubricile evidențiate mai jos, pentru care veți avea nevoie de informațiile specificate la fiecare.

În plus, va trebui să încărcați ultimul bilanț contabil al organizației (pentru anul trecut), ultimul raport anual al organizației (tot pentru anul trecut) și bugetul campaniei.

Procesul de aplicare nu este închis, organizația având posibilitatea de a-și îmbunătăți aplicația, astfel încât aceasta să ajungă la forma care va asigura cele mai mari șanse de reușită pentru campania propusă

Coordonatorul de proiect

Introduceți numele și funcția în organizație a persoanei care va coordona campania de atragere de fonduri.

Descrierea organizației

Completați cu misiunea organizației, scurt istoric, aria geografică în care va desfășurați activitatea, beneficiarii cu care lucrați, problema/problemele pe care o/le abordați. Dați două sau trei exemple de proiecte de succes pe care le-ați desfășurat recent.

Enumerați membrii din consiliul de conducere.

Poziționarea și vizibilitatea organizației în comunitate

Prezentați pe scurt cum este percepută organizația de persoanele din comunitate și susținerea de care beneficiază din partea membrilor comunității, a liderilor de opinie, a autorităților etc. Dacă organizați evenimente publice, descrieți pe scurt impactul acestora.

Descrieți experiența anterioară a organizației în atragerea de fonduri din comunitate

Menționați cine este responsabil de strângerea de fonduri din comunitate, care sunt principalele metode de atragere de fonduri pe care le folosiți, cu ce rezultate, ce procent din bugetul organizației provine din surse private și care sunt aceste surse (indivizi, companii), care sunt principalii donatori ai organizației etc.

Descrieți experiența organizației în lucrul cu donatorii individuali

Precizați dacă ați mai avut campanii de atragere de fonduri pentru donatori individuali și care au fost rezultatele acestor campanii. Ce metode ați folosit pentru atragerea donatorilor individuali. Precizați care este numărul de donatori individuali constanți ai organizației și care este donația medie a acestora. Precizați cum comunicați cu donatorii individuali ai organizației.

Prezentarea proiectului pentru care se strâng fonduri și a beneficiarilor

Scrieți titlul proiectului, descrieți beneficiarii și problema/nevoia pe care o va rezolva proiectul, precizați obiectivele și activitățile principale ale proiectului. Aveți grijă că obiectivele să fie formulate scurt, să fie măsurabile, să fie posibil de atins prin acest proiect și să aibă un indicator clar de timp.

Obiectivele campaniei de strângere de fonduri

Precizați numărul de donatori constanți pe care credeți că organizația îi va avea în urma campaniei și donația medie lunară pe care aceștia o vor face prin debit direct.

Descrierea campaniei

Descrieți cum se va desfășura campania de atragere de donatori individuali prin debit direct. Precizați locațiile pe care le vizați, perioada în care doriți să desfășurați campania, numărul de fundraiseri care vor cere completarea de mandate de debit direct, mesajul campaniei, cum vor fi identificați fundraiserii etc.

Descrieți profilul donatorilor

Descrieți grupurile țintă cărora le adresați campania (cine credeți că sunt potențialii donatori): ce caracteristici sociale, economice și demografice au.

Comunicarea cu donatorul după achiziție

Precizați cum veți comunica cu donatorul după semnarea mandatului de debit direct: metode de comunicare, conținut al comunicării, perioade/momente ale comunicării.

Mesajul principal al campaniei

Precizați care va fi mesajul de baza al fundraiserilor și mesajul întregii campanii.

Canalele de comunicare pe care urmează să le folosiți

Precizați dacă veți avea o campanie de comunicare care să susțină campania propriu-zisă de colectare de mandate de debit direct. Dacă da, descrieți această campanie: canale de transmitere a mesajului, perioada derulării etc.

Acoperirea teritorială a campaniei

Precizați în ce orașe intenționați să colectați formulare de donație prin debit direct, aproximativ în ce locații, în ce zile ale săptămânii/perioade de timp doriți să colectați formularele, în ce perioade din zi. Acestea au un caracter orientativ, urmând că înainte de începerea campaniei, după ce ați obținut autorizațiile, să completați un tabel cu locațiile și orele exacte la care fundraiserii organizației se vor afla pe teren.

Resursele umane implicate/echipa de campanie

Precizați numărul de fundraiseri implicați, cine îi coordonează, dacă sunt împărțiți în echipe, componentă echipelor, ce alte persoane vor mai fi implicate în campanie (management, comunicare etc.).