**FANDREYZİNQ HAQQINDA**

**Fandreyzinq komandanızı yığın,**

**Aktivlərinizi (“assets”) müəyyənləşdirin:**

* Təşkilatınızın bacarıqlarını, təcrübəsini və biliklərini əsaslandıracaq faktlar
* Əməkdaşlarınızın və İH üzvlərinizin keçmişi (“background”),
* Uğurlarınız,
* Hədəf kütləniz (bundan sonra “auditoriya”) və liderləri arasında sizə inamın səviyyəsi

**Təşkilatınızı donor üçün cəlbedici edən amillər:**

* Fəaliyyət və xidmətləri təkcə sizin göstərməyiniz, müəyyən qrup vətəndaşlara yaxud icmalar yalnız sizin xidmət etməyiniz,
* Xidməti göstərmək təcrübəniz,
* İnnovativ ideyalarınız və yeni yanaşmalarınız.

**Aşağıdakı aktivlərin əhəmiyyətini qiymətləndirin:**

* Layihələriniz,
* İşçiləriniz,
* İdarə Heyəti,
* Könüllüləriniz,
* Təşkilati struktur və administrasiya,
* Gəlir əldə etdiyiniz mənbələr,
* İcma ilə əlaqələriniz,
* Vətəndaşlar/Sifarişçilər (“customers”)/Auditoriya
* KİV-ə əlçatanlıq və reputasiyanız
* Digər (vebsayt, nəşrlər, başqa?)

**Təşkilatınızın aktivlərini müəyyənləşdirin:**

**Təklifinizi (“case statement”) hazırlayın**

Təklif dedikdə, o sənəd nəzərdə tutulur ki, o

* Təşkilatınızın və ya proqramınızın dəyərini əsaslandıran inandırıcı arqument irəli sürür,
* Daxili sənəd kimi saxlanılır,
* Layihə təkliflərinizin, çıxışlarınızın hazırlanmasında istifadə olunur,
* 2-10 səhifəsi arasında olur,
* Şövqlər yazılmış olur və məsələyə verdiyiniz önəmi aydın ifadə edir.

**Təklifin elementləri aşağıdakılardır:**

* Missiya
* Məqsədlər (o cümlədən, aralıq məqsədlər)
* Hekayəniz (keçmişdə hansı məqsədlərə artıq nail olmusunuz),
* Təşkilatın strukturu (məqsədlərə çatmaq üçün kimlər çalışır),
* Fandreyzing plan (təşkilatın mövcud və potensial gəlir mənbələri onun missiyasısının həyata keçirilməsinə imkan verir),
* Büdcə (xərclər missiyaya uyğundur və təşkilat fəaliyyətin neçəyə başa gələcəyindən xəbərdardır)

**Elevator pitch!**

30 san. – 2 dəq. Arası çıxış

**Məqsədi: təşkilat, göstərdiyi xidmət və yaratdığı dəyər barədə qısa, aydın və məzmunlu təqdimat etmək.**

1. **Gəlir imkanlarınızı qiymətləndirin:**
2. Təşkilatınızın adını mərkəzdə qeyd edin,
3. Əvvəlcə, gəlirlərinizin hardan gəldiyini müəyyən edin, birinci, bu gəlir mənbələrini kateqoriyalaşdırın, daha sonra spesifik mənbələri müəyyən edin,
4. Yeni ideyalar fikirləşin, ağlınıza gələn bütün mümkün variantları qeyd edin,
5. Sonda, hansı fəaliyyətlərin daha uğurla maliyyələşdirilə biləcəyini müəyyən edin.

**İdeyaları prioritetləşdirərkən nəzərə alın:**

* Gətirəcəyi maddi gəlir,
* Yeni münasibətlərin qurulması üçün yaratdığı fürsətlər,
* Tələb olunan investisiya (işçilər, könüllülər və pul),
* Auditoriya,
* Ehtiyaclarınıza uyğunluq.

**Donorların seqmentasiyası**

1. Yeni donorlar,
2. İllik donorlar,
3. Tez-tez yardım edən donorlar,
4. Tədbirlər vasitəsilə pul ayıranlar,
5. Digər donor növləri

**Donorla münasibətlərin qurulması üçün ümumi formula:**

1. Mümkün donorları müəyyən etmək,
2. Münasibətləri formalaşdırmaq,
3. Donorun töhfəsi üçün müraciət etmək,
4. Verilmiş vəsaitə görə təşəkkür etmək,
5. Verilmiş töhfə və donorla münasibətə həssaslıqla yanaşmaq

**Məqsədlərinizi müəyyən edin**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Donor** | **Qrantın növü** | **Status** | **Müraciət** | **Ehtimal** |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

**Donorla əlaqələrin qurulması üçün məqsədləri müəyyən edin**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Strategiya** | **Məqsəd** | **Auditoriya** | **Təsvir** |
| **Yeni donorlar əldə etmək** |  |  |  |
| **Mövcud donorlarla münasibəti yeniləmək** |  |  |  |
| **Mövcud donorlardan daha çox vəsait əldə etmək** |  |  |  |
| **Digər** |  |  |  |

***Aylar üzrə fandreyzinq fəaliyyətlərinizi siyahıya alın.***

**Fandreyzinq dinamikasını aşağıdakı matrislə qiymətləndirin (resurs=işçilərin vaxtı, birbaşa xərclər)**