

SADRŽAJ

PREDGOVOR	7
1. UZETI STVAR U SVOJE RUKU – USPEŠNO STVARANJE (NEPROFITNE) ORGANIZACIJE	11
1.1. Prvi koraci – počnite od malog	11
1.2. Zanimanje ili poziv – kako da postanem (bolji) fandrejzer ..	13
1.3. Suština fandrejzinga – piramida darodavaca	16
1.4. Osnivanje – odgovarajući materijal	19
2. NIŠTA BEZ POMOĆI – SARADNICI I VOLONTERI	26
2.1. Zajednički rad – svaki pojedinac je važan	26
2.2. Efikasna podrška – počasni članovi i volonteri	28
2.3. I oni treba da pomažu i razmišljaju o projektu – upravni odbor	31
2.4. Saradnja – korišćenje mogućnosti	33
3. PLANIRANJE – POZICIONIRANJE ORGANIZACIJE	34
3.1. Sačuvati pregled – realno planiranje	34
3.2. Dugoročni put – strateško planiranje	36
4. ADRESE – OSNOVA DIREKTOG MARKETINGA	48
4.1. Upoznavanje darodavaca – uputstva i metode	48
4.2. Obrada informacija – statistika	53
4.3. Kvalitet adrese – uspeh ili fijasko	59
5. DIREKTA POŠTA – PISMA DARODAVCIMA	70
5.1. Pošta – najvažniji element programa za fandrejzing	70
5.2. Elementi mejlinga – detalji su važni	71
6. DAVALAC USLUGA – ZA DOBRU SARADNJU	79
6.1. Informacije – gde mogu da se dobiju	79
6.2. Kompetencije davaoca usluga – kako ih otkriti	80
6.3. Izbor – odlučiti se za jednog partnera	82
6.4. Saradnja – realizacija projekta	83
7. FANDREJZING – NOVE MOGUĆNOSTI	90
7.1. Legati – ni oni ne padaju s neba	90
7.2. Veliki donatori – ko poklanja milione	94

7.3. Fandrejzing na Internetu – budite onlajn	110
7.4. Jedinstveni nastup – priredbe ili događaji (events)	131
8. PR – KAKO OBAVESTITI JAVNOST	141
8.1. Ciljana aktivnost – zainteresovati javnost	141
8.2. Saradnja s medijima – može i u domaćoj proizvodnji	143
8.3. Predstavljanje organizacije – godišnji izveštaj	149
9. NEGOVANJE ODNOSA – INSTRUMENTI	
ZA OBAVEZIVANJE DARODAVACA	153
9.1. Briga o darodavcima (Relationship-Fundraising)	153
9.2. Direktna kontakt – telefon	156
9.3. Preuzimanje odgovornosti – kumstva	160
9.4. Ciljana dugoročna pomoć – finansiranje projekta	161
10. INSTITUCIJE – AKTIVNE U PRAKSI	164
10.1. Obezbeđivanje sredstava sa malo sredstava – (VSF-Suisse)	164
10.2. Stručni centar za neprofitne organizacije koje prikupljaju dobrovoljne priloge – zadužbina ZEWO	168
10.3. Udruženje stručnjaka za fandrejzing – SGFF	172
11. USPEH ILI NEUSPEH – KONTROLA JE SASTAVNI DEO	
FANDREJZINGA	176
11.1. Periodične kontrole – čvrsti i meki faktori	176
12.... I NA KRAJU	180
DODATAK	181