

# МОБІЛІЗАЦІЯ РЕСУРСІВ

## МОДУЛЬ 10

ПІДТРИМКА, ПОЖЕРТВИ, ВОЛОНТЕРИ І ВОЛОНТЕРКИ



## Вступ

Пошук фінансових, матеріальних та людських ресурсів для вашої політичної партії або виборчих потреб може бути викликом. Більшість партій та кандидатів/кандидаток борються за те, щоб зібрати разом всі активи, яких вони потребують, особливо протягом року виборів, коли існує велика потреба в ресурсах.

Для кандидатів/кандидаток політичний фандрейзинг (пошук джерел фінансування) є вмінням, що робить їх цінними для лідерів/лідерок партії та надає їм можливість проводити потужну виборчу кампанію, справляти враження на лідерів/лідерок громадської думки та встановлювати зв'язок з більшою кількістю виборців. Для політичних партій фандрейзинг є важливою навичкою – не лише для проведення сильних виборів, але й для інвестування в її розвиток та зростання під час міжвиборчого періоду.

Успішні кандидати/кандидатки та політичні партії знають не лише як збирати гроші, але й як залучати та управляти різними видами ресурсів. Це означає пошук прихильників/прихильниць, які можуть надавати послуги або матеріальні блага замість коштів, а також залучення волонтерів/волонтерок, які можуть запропонувати безкоштовні навички та працю.

У даному модулі розглядаються навички та техніки, що використовуються для залучення та управління ресурсами.

### Теми, що увійшли до цього модуля:

1. Спектр підтримки
2. Правила політичного фандрейзингу
3. Роль людини, відповідальної за фандрейзинг
4. Визначення потенційних донорів
5. Інструменти та техніки фандрейзингу
6. Ресурси та віддача
7. Мистецтво просити

## Спектр підтримки

У демократичних системах кандидати/кандидатки та політичні партії, які перемагають на виборах – це ті, які отримують найбільшу підтримку від виборців у вигляді їхніх голосів.

Втім, голоси є лише одним з видів підтримки, який потрібний виборчій кампанії. Чи можете ви назвати які-небудь інші способи, за допомогою яких люди підтримують виборчі кампанії або партії? Запишіть всі види підтримки, які ви можете пригадати:

.....

.....

.....

.....

.....

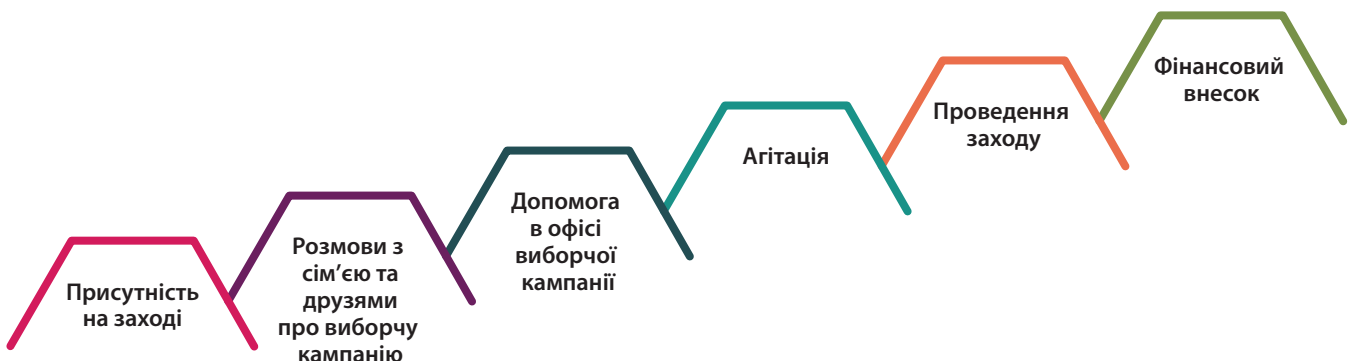
.....

.....

.....

Розвиток підтримки може починатись з чогось, що може здаватись дуже дрібним – часто це просто відвідання заходу, який проводить партія або кандидат/кандидатка, яке потім переростає в щось більше. Розгляньте наступний прогрес:

### Сходишки залучення



Прихильник/прихильниця у цьому випадку долучається до діяльності політичної партії або виборчої кампанії просто шляхом голосування з поступовим заглибленням. Саме так починають багато активістів/активісток політичних партій та виборчих кампаній, які згодом стають більше відданими політиці.

Люди надають підтримку у будь-якій формі політичним партіям, виборчим кампаніям та кандидатам/кандидаткам з двох основних причин:

1. Люди надають підтримку, тому що вони цього хочуть
2. Люди надають підтримку, тому що хтось їх про це попросив/попросила

Робота команди виборчої кампанії (виборчого штабу) полягає в тому, щоб визначити людей, які підтримують або які будуть голосувати за кандидата/кандидатку, а потім провести цих людей вгору сходинами залучення, підвищуючи їхній рівень підтримки та відданості, щоб кампанія отримала волонтера/волонтерку, а також потрібні матеріальні та фінансові ресурси.

## Правила політичного фандрейзингу

Існує кілька загальнопоширених помилок щодо того, як працює фандрейзинг в політиці. Важливо розвіяти ці хибні уявлення – або «міфи політичного фандрейзингу» – перш ніж розглядати, як саме він здійснюється

Нижче наводиться головоломка про міфи політичного фандрейзингу. З правого боку сторінки – твердження про фандрейзинг, які не відповідають дійсності. Зліва на сторінці – малюнки, що ілюструють ці твердження. Поєднайте кожний малюнок лініями з відповідним йому твердженням.



- Лише люди, які мають багато грошей, роблять пожертви на користь політичних кандидатів.



- Якщо я попрошу грошей, вони розсердяться.



- Фандрейзинг – це лише про гроші.



- Не має значення, що сказано в законі; ніхто ніколи нічого не дізнається.



- Фандрейзинг – це жебракування і соромно.



- Нам не треба ходити та шукати донорів; вони самі нас знайдуть!

Якщо ці міфи про політичний фандрейзинг не відповідають дійсності, тоді що відповідає? Існує кілька важливих правил та реалій, про які потрібно пам'ятати, визначаючи, як залучити нові ресурси для вашої партії.

Міф	Правда
Лише люди, які мають багато грошей, роблять пожертви на користь політичних кандидатів/кандидаток.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✎ Не лише заможні люди готові бути донорами в політиці.</li> <li>✎ У багатьох країнах ті, хто заробляє найменше, віддають найвищий відсоток свого доходу.</li> <li>✎ Можна зібрати великі кошти дрібними сумами.</li> </ul>
Якщо я попрошу грошей, вони розсердяться.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✎ Інколи ми хвилюємося про те, що якщо ми попросимо зробити внесок на користь нашої політичної партії або виборчої кампанії, ми когось образимо, або ми думаємо, що будемо змушені запропонувати щось в обмін на внесок.</li> <li>✎ Правда в тому, що коли ви просите когось зробити внесок на користь вашої партії, ви просите виявити <b>лідерство</b> та підтримати бачення вашої партії або виборчої кампанії щодо країни та майбутнього. Часто люди відчувають гордість від того, що їх просять виконати таку роль.</li> </ul>
Фандрейзинг – це лише про гроші.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✎ Гроші – це важливо, але це не все.</li> <li>✎ Якщо прихильник/прихильниця не може запропонувати гроші, він/вона можуть надати приміщення, канцтовари, комп'ютери, послуги з друку, кондиціонери, доступ до інтернету, транспортування, гігієнічні засоби, харчування тощо, або надати місце для проведення заходу партії чи кандидатам/кандидаткам.</li> </ul>
Не має значення, що сказано в законі; ніхто ніколи нічого не дізнається.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✎ Виборці скептично налаштовані щодо зв'язку між грошима та політикою, але – відверто кажучи – так і має бути.</li> <li>✎ Все, що ви робите, збираючи кошти для політики, має бути законним, моральним та етичним.</li> <li>✎ Знайте закон: хто може давати, скільки, коли та що – все має оприлюднюватись. Якщо закон цього не передбачає або є нечітким, встановіть власні стандарти, зробіть їх поважними та дотримуйтесь їх.</li> <li>✎ Завжди питайте себе: як би я почувався/почувалась, якби це з'явилося у газеті (або якби про це дізнались мої батьки)?</li> </ul>
Фандрейзинг – це жебракування і соромно.	<ul style="list-style-type: none"> <li>✎ Політичний фандрейзинг – це не жебракування. Це не має вважатись незручним або ганебним.</li> <li>✎ Політичний фандрейзинг – це вид <b>спеціалізованого маркетингу</b>, що поєднує бачення партії з особами, які хочуть стати свідками втілення цього бачення в життя.</li> <li>✎ Збирання коштів для політики – це залучення людей до політичних подій, що впливають на все суспільство. Прохання до людей інвестувати у політичне майбутнє їхньої країни має сприйматись як почесне звернення, а не як щось незручне або непристойне.</li> </ul>
Нам не потрібно ходити та шукати донорів; вони самі нас знайдуть!	<ul style="list-style-type: none"> <li>✎ Гроші рідко знаходять шлях до вашої виборчої кампанії самі по собі.</li> <li>✎ Цей тип спеціалізованого маркетингу вимагає проведення дослідження та інформаційно-агітаційної кампанії, а також безпосереднього спілкування з потенційними донорами.</li> <li>✎ Єдиний спосіб зібрати кошти – це попросити!</li> </ul>

## Роль людини, відповідальної за фандрейзинг

**Фандрейзинг** - це набагато більше, ніж гроші. Ті, хто займаються фандрейзингом, відіграють ключову роль, допомагаючи визначити, де можна знайти потенційну підтримку для виборчої кампанії або партії, а також як спілкуватись з прихильниками/прихильницями про те, наскільки важливою та цінною є їхня участь. Цей тип інформаційної роботи допомагає розвивати виборчу кампанію або партію з низового рівня.

Отже, ті, хто займаються фандрейзингом, роблять більше, аніж просто залучають грошові та негрошові пожертви (хоча це також є важливою частиною їхньої роботи). Ці люди можуть допомагати політичним партіям, кандидатам/кандидаткам та їхнім виборчим кампаніям розвивати їхню спроможність просити про підтримку.

Не вміючи просити про підтримку, політична партія або виборча кампанія обмежує потенційну підтримку. Людина, яка займається фандрейзингом, виконує низку важливих ролей у виборчій кампанії. Така людина є:

- ☞ Брокером/Брокеркою, який/яка поєднує інтереси донорів з потребами виборчої кампанії
- ☞ Послом/Посолкою, який/яка виступає публічним обличчям виборчої кампанії або партії
- ☞ Маркетологом/Маркетологинею, який/яка виконує функції продавця/продавчині та рекламує переваги підтримки партії або виборчої кампанії
- ☞ Організатором/Організаторкою, який/яка знаходить шлях до всіх рівнів прихильників/прихильниць для залучення інвестицій в кампанію
- ☞ Дослідником/Дослідницею, який/яка вивчає, де знайти прихильників/прихильниць та інвесторів/інвесторок
- ☞ Планувальником/Планувальницею, який/яка визначає детальний план того, скільки коштів можна очікувати, що отримає виборча кампанія або партія, як саме збирати ці гроші (стратегія), скільки буде коштувати збір цих грошей (бюджет), та коли виборча кампанія може очікувати їх отримати (графік)
- ☞ Фінансовим менеджером/менеджеркою, який/яка допомагає виборчій кампанії збалансувати те, чого вона хоче, та те, що вона насправді може собі дозволити

Людина, яка займається фандрейзингом, може бути волонтером/волонтеркою, що користується довірою, або помічником/помічницею, або штатним працівником/працівницею, які отримують зарплатню. У будь-якому випадку, ця особа є надзвичайно важливою частиною команди виборчої кампанії.

У той час як робота людини, відповідальної за фандрейзинг, полягає у вивченні та сприянні залученню потенційних прихильників/прихильниць, організації заходів та інших видів збору пожертв, а також підтримці подальшого зв'язку з донорами, все ж таки майже завжди краще, якщо саме кандидат/кандидатка або лідер/лідерка партії будуть особисто просити про підтримку.

## Визначення потенційних донорів

**Фандрейзинг в політиці** - це спілкування з потенційними донорами, у зрозумілий та точний спосіб розповідаючи їм про те, як вони можуть долучитись до бачення вашої виборчої кампанії або партії, і як вони можуть підтримати те, чого ви намагаєтесь досягти. Коли донори поділяють ваше бачення та хочуть побачити такі самі досягнення в країні або в своїй громаді, для них легше пов'язати власні потреби з фінансовим станом виборчої кампанії або партії. Отже, де вам знайти таких людей?

### 1 КРОК Мозковий штурм

Пошук потенційних донорів починається з визначення людей та організацій, з якими партія або її кандидати/кандидатки мають спільні ідеали, бачення або ставлення. Це напрочуд легко зробити, і все починається з мозкового штурму – збирання інформації у вигляді відповідей на однакові запитання та підказок щодо того, хто може бути вашими донорами.

Поставте кандидатам/кандидаткам та посадовим особам партії такі запитання.

- ☞ **Хто вас знає? Кому ви подобаєтесь?**
- ☞ **Які ідеї або питання ви відстоюєте? Хто ще вважає ці питання важливими?**
- ☞ **Які ви маєте професійні досягнення, що є цікавими для інших або впливають на них?**
- ☞ **Які ви маєте особисті досягнення, що є цікавими для інших або впливають на них?**
- ☞ **Хто є вашими політичними союзниками/союзницями?**
- ☞ **До яких організацій ви належите?**
- ☞ **Які лідери/лідерки громади підтримують вашу роботу?**
- ☞ **Які родинні зв'язки можуть допомогти зібрати кошти?**

Додайте до цих запитань інструмент мозкового штурму, зображений на наступній діаграмі. Ця діаграма<sup>1</sup> відображає типові категорії, до яких належить більшість донорів:



Як показано на діаграмі, існує шість основних категорій донорів:

Кандидати/кандидатки та лідери/лідерки партії	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Кандидати/кандидатки та лідери/лідерки партії мають зробити відповідний особистий внесок в свою власну або партійну виборчу кампанію.</li> <li>☞ Важко переконати людей щось дати, якщо ви самі цього не робите.</li> </ul>
Особисті зв'язки	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Кандидати/кандидатки та лідери/лідерки партії мають пригадати власні зв'язки, включаючи родичів, друзів/подруг, знайомих колег, щоб визначити потенційних донорів.</li> <li>☞ Враховуючи їхні особисті стосунки з керівником/керівницею партії або кандидатом/кандидаткою, ці люди будуть бажати успіху кандидатам/кандидаткам.</li> <li>☞ <b>Ключове повідомлення фандрейзингу:</b> «Це важливо для мене».</li> </ul>
Ідеологія та ідеї	<ul style="list-style-type: none"> <li>☞ Донори у цій категорії – це ті, хто поділяють ваше бачення, хто виступає за ті ж самі ідеї, що й ваша партія чи кандидати/кандидатки.</li> <li>☞ Люди, які мають таку саму історію, передумови або походять з тієї ж громади, також можуть належати до цієї категорії.</li> <li>☞ <b>Ключове повідомлення фандрейзингу:</b> «Ми маємо однакові цінності та бачення».</li> </ul>

<sup>1</sup> На основі Кіл вигоди, розроблених Dee Ertukel для списку EMILY (Emily's List), громадської організації, яка надає підтримку кандидаткам Демократичної партії США для просування їхнього обрання. Деталі: <https://www.emilyslist.org/>



Лідери/лідерки	<ul style="list-style-type: none"><li>☞ Місцеві лідери/лідерки громад – навіть ті, хто є загалом аполітичними – часто починають вас підтримувати, якщо відчувають, що ви будете добре представляти потреби громади.</li><li>☞ Також пригадайте місцевих лідерів/лідерок в громадянській, академічній, релігійній або бізнесовій спільноті, які можуть бажати надати підтримку належному політичному лідерству в їхній місцевості.</li><li>☞ <b>Ключове повідомлення фандрейзингу:</b> «Ми прагнемо одного й того ж для цієї громади».</li></ul>
Неприятність	<ul style="list-style-type: none"><li>☞ Деяким донорам може не дуже подобатись ваша партія або кандидат/кандидатка. Втім, партія або кандидат/кандидатка, з якими ви змагаєтесь, їм не подобаються ще більше, тож вони хочуть посилити ваші позиції, щоб ви могли перемогти своїх суперників/суперниць.</li><li>☞ <b>Ключове повідомлення фандрейзингу:</b> «Ми сильні; ми можемо кинути їм виклик».</li></ul>
Влада	<ul style="list-style-type: none"><li>☞ Існує багато донорів, яким подобається бути причетними до тих, хто йде у владу, переважно – щоб захистити власні інтереси.</li><li>☞ Пов'яжіть їхні інтереси з публічними зобов'язаннями, які ви робите у рамках виборчої кампанії або від імені партії.</li><li>☞ Люди або організації у цьому колі, зазвичай, щось дають ближче до кінця виборчої кампанії, оскільки вони хочуть побачити ймовірного переможця.</li><li>☞ <b>Ключове повідомлення фандрейзингу:</b> «Ми переможемо, і ми розуміємо ваші проблеми».</li></ul>

Як ілюструють червоні стрілки з боків діаграми, по мірі того, як ви будете просуватись від центру до зовнішнього кола, вам буде потрібно все більше часу та зусиль, щоб встановити стосунки з кожним видом донорів.

## 2 КРОК Складання списків

Коли ви будете виконувати завдання з мозкового штурму, щоб визначити потенційних донорів, починайте створювати списки, записуючи імена та контактні дані осіб та організацій, що впливають у процесі обговорення та пошуку відповідей на запитання. Може бути надзвичайно корисним попросити лідерів/лідерок партії та кандидатів/кандидаток принести з собою на зустрічі з мозкового штурму або планування відповідні файли з даними та списки контактів, зокрема:

- ☞ Поточні та минулі календарі зустрічей, щоденники або планувальники
- ☞ Списки контактів мобільних телефонів
- ☞ Списки членів професійних організацій
- ☞ Списки працівників/працівниць або персоналу з роботи
- ☞ Картотеки або адресні книги
- ☞ Списки членів/членинь клубів
- ☞ Списки електронних адрес
- ☞ Імена родичів/родичок

Зберіть всю цю інформацію разом якомога чіткіше та повніше. Перевірте, щоб всі імена було написано правильно; визначте, як правильно звертатись до кожної людини у вашому списку.

## 3 КРОК Визначте прийнятний обсяг, який будете просити

Після того, як ви склали центральний список потенційних донорів, наступне запитання – що (скільки) вам просити від кожного/кожної та як найкраще це зробити. Зазвичай, донорів розділяють на три категорії, виходячи із загальної суми, яку, на вашу думку, ви можете у них попросити:



Це донори, яких ви можете попросити про незначні обсяги коштів або матеріальних ресурсів.

Це донори, яких ви можете попросити про помірні обсяги коштів або матеріальних ресурсів.

Це донори, яких ви можете попросити про великі обсяги коштів або матеріальних ресурсів.

Обсяг коштів, які ви можете просити в кожній категорії донорів, буде залежати від місцевої економічної ситуації, рівня доходів, а також наявності культури політичних пожертв, яка також потребує часу на розвиток. Розгляньте кожен з цих факторів та визначте конкретний показник для кожної категорії донорів, або конкретну суму, яку ви будете просити пожертвувати кожну особу з вашого списку.

Не треба недооцінювати силу дрібних пожертв. Люди, які дають навіть маленьку суму на користь вашої виборчої кампанії, інвестують у ваш успіх; вони будуть за вас голосувати та, скоріш за все, приведуть з собою інших. Дрібні пожертви накопичуються, а також вони демонструють низову підтримку у спосіб, в який це не можуть продемонструвати великі суми внесків. Наприклад, Кандидат А отримав разом 100 000 гривень від 2 донорів, а Кандидатка Б разом отримала 50 000 гривень від 200 донорів. У Кандидата А може бути більше грошей, але Кандидатка Б явно має більшу підтримку.





**Техніки фандрейзингу**

Нижче наведено світові кращі практики по збору коштів (які можна застосовувати не лише для виборчих кампаній, але і для благодійної роботи). Звертаємо вашу увагу, що під час збору коштів необхідно обов'язково керуватись чинним законодавством України, яке визначає хто, коли та яким чином може надавати підтримку політичним партіям або кандидатам та кандидаткам на виборах.

До поширених технік фандрейзингу належать:

Аукціони	Для аукціону організатори збирають пожертви у вигляді цінних речей, як от предмети мистецтва, одяг, обід у гарному ресторані, проживання в готелі тощо та запрошують потенційних донорів робити ставки щодо цих предметів під час урочистого прийому або вечері.
Лотереї або розіграші	Для проведення лотереї або розіграшу призів зберіть предмети будь-якої цінності, пожертвовані на користь партії або виборчої кампанії, та продайте квитки якомога більшої кількості людей. Шляхом витягування квитків визначте переможців/переможниць, що виграють призи. Це може бути частиною іншої події, або окремим заходом зі збору коштів.
Членські внески та збори	Збирання грошей від членів/членкинь партії на регулярній основі (наприклад, щомісячно, щоквартально, щорічно). Розмір членських внесків визначається в залежності від доходу та платоспроможності. Якщо ваша партія буде збирати членські внески, вона має це робити регулярно.
Збір коштів на низовому рівні	Коли ви збираєте кошти на низовому рівні, ви отримуєте великі або помірні кошти дрібними сумами. Це може передбачати продаж товарів виборчої кампанії або партії – футболок, сумок, плакатів та значків; продаж їжі на місцевому масовому заході; або організацію чаювання. Сьогодні в багатьох країнах активно використовується інтернет (там, де існує потрібна інфраструктура) як надзвичайно ефективний засіб збору коштів на низовому рівні.
Чаювання або вечірки	Чаювання або вечірки – неформальні заходи, на яких члени партії або прихильники/прихильниці запрошують друзів/подруг, родичів/родичок, сусідів/сусідок та колег до себе або в інше зручне місце. Організатор/організаторка вечірки використовують захід для того, щоб представити кандидата/кандидатку або партію гостям.
Прийом, на який всі приносять свою їжу, вечеря або пікнік	Під час такого заходу представники/представниці виборчої кампанії або кандидати/кандидатки продають квитки, щоб зібрати гроші, а кожен учасник/кожна учасниця приносить якусь страву, таким чином покриваючи видатки на харчування.
Концерт або танці	Концерти, танці або інші види розважальних заходів можуть допомогти зібрати помірні кошти та залучити нових чи молодих донорів.
Фестиваль у громаді	Деякі політичні партії проводять фестивалі у громадах, щоб відзначити особливу подію або річницю, і заробляють гроші, надаючи в оренду кіоски або столики підприємцям/підприємцям чи організаціям, що продають їжу та товари, водночас залучаючи нових членів/членкинь та, можливо, застосовуючи інші форми фандрейзингу, наприклад, лотерею.
Особисте прохання	Особисте прохання – це просто звернення до когось особисто з проханням дати грошей.
Повторне звернення	Повторне звернення – прохання до когось, хто вже давав/давала гроші партії або кандидатові/кандидатці у минулому, надати їх ще.

Час на дзвінки/ телефонування	Багато кандидатів/кандидаток та лідерів/лідерок партії виділяють певний час щотижня для телефонних дзвінків потенційним донорам, щоб попросити їх зробити внески. Цей час також може використовуватись для розбудови стосунків з людьми, які можуть з часом зробити внесок, але не під час першого контакту.
Листи	Кандидати/кандидатки або партії можуть розсилати листи з проханням про пожертви або із запрошенням потенційним донорам відвідати захід з фандрейзингу.
Електронні листи та інтернет	Електронна пошта та інтернет все частіше використовуються для успішного збору коштів на низовому рівні в багатьох країнах, де такий метод збору коштів дозволено законодавством.
Фінансовий комітет	Фінансові комітети створюються з осіб, які як вносять пожертви, так і збирають певну суму коштів щороку на користь партії або конкретних кандидатів/кандидаток. Члени/членкині комітету, зазвичай, мають гарні зв'язки або є важливими прихильниками/прихильницями, що отримують особливе визнання за свою роботу.
Конференції та форуми	Багато партій організують конференції або форуми з доповідачами/доповідачками, на яких провідні посадові особи партії та прихильники/прихильниці говорять про питання, що становлять суспільний інтерес. На ці заходи можуть продаватись квитки або вимагатись плата за реєстрацію, а також може забезпечуватись додатковий збір коштів від конференції, наприклад, неформальна перерва на каву, вечерея за більш високу ціну або лотерея.
Продаж реклами	Деякі партії продають рекламу або рекламні предмети, наприклад, календарі на рік. Зокрема, календар надає партії можливість продати мінімум 12 рекламних оголошень. Продаж дозволяє запропонувати донорам щось відчутне за їхню підтримку.



## 2

## Ресурси та віддача

Перегляньте вищенаведений список та перелік технік фандрейзингу, які ви склали у попередньому розділі.

Які з них, на вашу думку, зазвичай забезпечують найвищу віддачу (приносять найбільше грошей)?

.....

.....

.....

.....

.....

Які з них, на вашу думку, зазвичай вимагають найбільших ресурсів (потребують найбільше роботи з організації)?

.....

.....

.....

.....

.....

## Ресурси та віддача

Лише той факт, що ви можете провести масовий концерт з найбільшими поп-зірками країни та величезною кількістю прожекторів і гігантською звуковою системою, не означає, що вам потрібно це робити. Фандрейзинг спрямований саме на збір коштів. Якщо захід, який ви плануєте, вимагає багато роботи та, ймовірно, не принесе великих коштів, чи треба вам його взагалі проводити?

Це важливе запитання. Всі гарні спеціалісти/спеціалістки з фандрейзингу в політиці постійно порівнюють ресурси, яких потребує кожне зусилля зі збору коштів (а саме: час, люди, гроші тощо) з результатами, які воно принесе (а саме: власне гроші або чистий прибуток, який отримає партія).

Нижче наводиться порівняння ресурсів та віддачі для деяких найпоширеніших технік фандрейзингу. Наскільки це відповідає результатам аналізу ресурсів та віддачі, який ви робили у попередньому розділі?

Чи відповідає це реаліям у вашій місцевості?

Які інші техніки фандрейзингу можна застосувати?



## Мистецтво просити

Вміння щось просити – це навичка ведення переговорів. В політиці прохання про допомогу – фінансову, матеріальну або політичну – є важливою професійною навичкою, яку треба розвивати. Пам'ятайте, що залучення прихильників/прихильниць може починатись з чогось дуже незначного, що потім переростає у глибоку відданість. Вміння попросити прихильника/прихильницю зробити маленький крок від виборця до волонтера/волонтерки є настільки ж важливим, як й вміння попросити великого донора дати багато грошей.

Коли треба щось попросити, ваш підхід до конкретної людини залежатиме від характеру ваших з нею стосунків, а також комфортних для вас видів мови та стилів спілкування. Втім, процес загалом вимагає здійснення наступних кроків:

**1** ..... ➤ **Підготуйтеся.** Ви маєте заздалегідь знати, скільки збираєтесь просити, та продумати, чому саме ця людина матиме мотивацію підтримати вашу партію або виборчу кампанію. Щоб визначити, де саме може бути зв'язок з кандидатом/кандидаткою, зберіть якомога більше інформації про професійну історію та зв'язки людини, родинні зв'язки, навчання в школі та інтереси. Якщо ви просите про фінансову підтримку, подумайте, в якому колі діаграми фандрейзингу може бути ця людина.

**2** ..... ➤ **Будуйте стосунки.** Використовуйте мову, жести та відповідне оточення, щоб встановити такий зв'язок, щоб ви та людина, до якої ви звертаєтесь, при спілкуванні почувались зручно. За допомогою мови тіла та підходу дайте зрозуміти що спілкування є двостороннім; ви не можете просто випалити своє прохання дати гроші або надати іншу підтримку.

**3** ..... ➤ **Встановіть зв'язок.** Встановіть чіткий зв'язок між тим, що важливо для донора, та тим, що ви намагаєтесь досягти як партія або як кандидат/кандидатка, та поясніть, як ви збираєтесь щось змінювати. Нехай ваше повідомлення буде переконливим, але коротким; не говоріть занадто довго.

**4** ..... ➤ **Висловлюйтесь конкретно.** Просіть щось конкретне. Якщо ви просите грошей, скажіть потенційному донорові, скільки б ви хотіли від нього отримати. Недостатньо просити «щось» або «будь-що». Це переговори – ви маєте дати людям якусь відправну точку, з якої їм можна буде виходити.

**5** ..... ➤ **Припиніть говорити.** Після того, як ви попросите про щось конкретне, припиніть говорити та чекайте, поки донор або прихильник/прихильниця не обдумає ваше прохання, вислухайте відповідь. Не хвилюйтесь, якщо на кілька хвилин запанує тиша; це цілком нормально. Якщо ви намагатиметесь заповнити тишу словами, то можете опинитись у ситуації, коли зменшуєте обсяги того, про що щойно попросили, або підриваєте значимість власного прохання. Якщо вам складно мовчати, візьміть склянку з водою або свій чай та зробіть великий ковток!

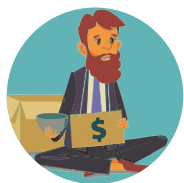
**6** ..... ➤ **Слухайте та відповідайте.** Існує чотири потенційні відповіді від донора або прихильника/прихильниці та чотири потенційні реакції від вас.

Якщо донор каже	Ви кажете
Так	Чудово! Дякую!
Може бути	Вам потрібно більше інформації?
Ні	Може, вам буде зручно дати іншу суму? Або, можливо, є інший спосіб, в який вам було б зручніше підтримати нашу партію?
Так, але менше	Чи можете ви зробити внесок у розмірі (трохи менша цифра)?





## Додаток 1



Лише люди, які мають багато грошей, роблять пожертви на користь політичних кандидатів.

Якщо я попрошу грошей, вони розсердяться.

Фандрейзинг – це лише про гроші.

Не має значення, що сказано в законі; ніхто ніколи нічого не дізнається.

Фандрейзинг – це жебракування і соромно.

Нам не треба ходити та шукати донорів; вони самі нас знайдуть!