

Что делать, если донор отказал?

Том Вульф, эксперт Университета Филантропии: «Успех при поиске средств приходит примерно в одном случае из десяти»

Амели Нотомб, писательница: «Не опускай руки, ибо рискуешь сделать это за минуту до того, как произойдет чудо»

В.Б. Скиннер, американский психолог: «Неудача – это не всегда ошибка. Иногда это просто лучшее из того, что мы можем в данных обстоятельствах. Настоящая ошибка – перестать пытаться»

К сожалению, мы не всегда получаем желаемое, но это не повод для расстройства, а возможность для анализа и самомотивации на новые подвиги по привлечению корпоративных ресурсов. Предлагаем вам практические рекомендации, которые прозвучали от участников курса «Корпоративный фандрайзинг»¹, который проходил осенью 2017 года. Надеемся, что они помогут вам справиться с отказом донора и извлечь из него максимальную пользу.

Действия с этим же донором даже при отказе:

- **Поблагодарить** за потраченное время
- Запросить **обратную связь**
- Попросить **письмо поддержки**
- Продолжать **делиться новостями** и **приглашать на мероприятия**, если донор согласен
- Прислать **публичный годовой отчет** о деятельности вашей НКО
- Внести в **базу доноров** и **поздравлять** с праздниками

Действия по совершенствованию работы НКО:

- На трезвую голову, когда уйдут эмоции, сделать **анализ ситуации** с теми коллегами, которые участвовали в обращении за ресурсами
- Если не вы сами готовите предложение – то **контролировать** тех, кто это делает
- Продумывать, **к кому, когда и с чем** вы обращаетесь
- Лучше **готовиться** к переговорам, просчитывая все возможные варианты их развития
- Оттачивать **навыки презентации**, т.к. предлагаемый проект может быть хорошим, но то, **КАК** он преподнесен, может стать причиной отказа
- Говорить на **языке донора**, используя знакомые слова и смыслы
- Не просить, а **предлагать** корпоративному донору что-либо, например участие в добром деле
- «Рыхлить» информационное поле и **повышать осведомленность** как о **проблеме**, которую вы решаете, так и о вашей **НКО**, тем самым в будущем повышая не только узнаваемость, но и **доверие** к себе
- **Выращивать** и **воспитывать** доноров

Анализ донора, его мотивов и интересов:

- Искать **«своих» людей**, которые разделяют те же принципы и приоритеты

¹ Курс «Корпоративный фандрайзинг» был реализован с использованием гранта Президента Российской Федерации на развитие гражданского общества, предоставленного Фондом президентских грантов

- Стараться понимать **тип личности**, к которой вы обратились за ресурсами, мотивацию этого человека
- Заранее изучать **тематику проектов**, которые уже поддерживала компания, а также **потребности и требования** донора

Альтернативные действия:

- Предложить **другой проект**/запросить другой вид поддержки
- Спросить, можно ли обратиться в **другое время**
- Попросить совет, к какому **другому донору**, можно было бы обратиться за поддержкой
- Разделить проект на несколько более **мелких подпроектов** и просить на них у БОльшего количества или других доноров
- Обратиться **вместе/от лица партнера**

Чего не надо делать:

- До иступления **обращаться 100 раз**, даже если ничего не получается. Может быть, стоит что-то поменять в своих действиях или найти другого донора
- **Обвинять донора**, если он отказал – это его личное право/политика компании: поддерживать или нет ваш проект
- **Давить на донора** – например, обратившись в органы власти или проверяющие/карательные учреждения
- **Надеяться «на авось»**, что случайно все само получится, без каких-либо ваших усилий
- Мечтать, что донор вдруг передумает, поэтому **ждать и ничего не делать** – как правило, у компаний есть политика или личные предпочтения, согласно которым они или могут, или не могут поддержать вас



