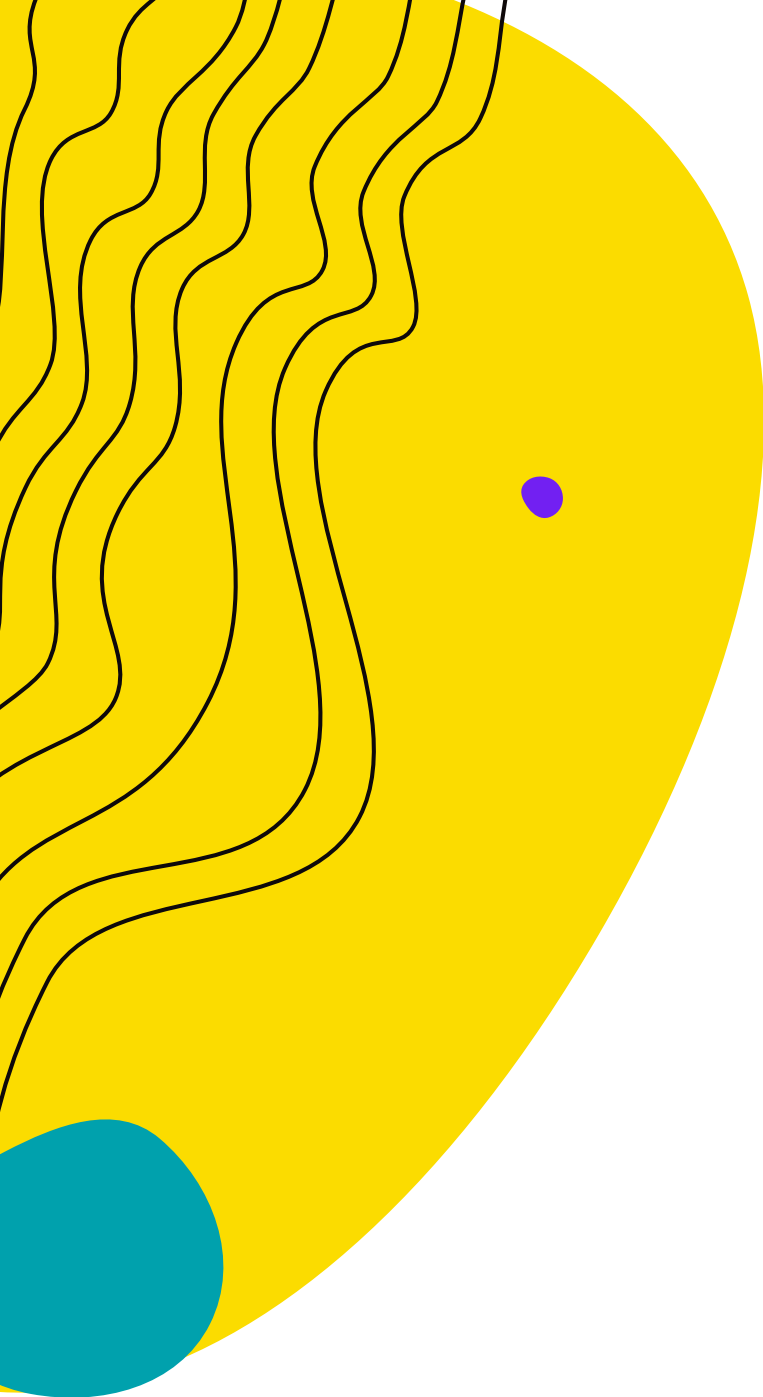


**picde
bine.ro**

Împreună mișcăm lumi.

GHID DE CAMPANIE PRIN DEBIT DIRECT

un proiect îngrijit de **arc**



În acest ghid îți prezentăm pașii pe care îi ai de urmat pentru a începe o campanie de strângere de fonduri prin debit direct.

Mai mult, vei găsi informații care te vor ajuta să înțelegi ce implică desfășurarea unei campanii.



Procesul de aplicare la debit direct



Verifică dacă organizația ta este eligibilă.



Creează un cont pe picdebine.ro pentru organizația ta.



Completează aplicația de pe picdebine.ro.



Echipa picdebine va juriza aplicația.



Pasul 1: Condițiile de eligibilitate (I)

Descoperă dacă îndeplinești condițiile de eligibilitate necesare pentru a accesa mecanismele picdebine. Organizația ta trebuie să îndeplinească următoarele condiții:



Domeniul pentru care vrei să strângi fonduri este unul din această listă:

- Sănătate;
- Educație;
- Intervenție în situații de dezastre și calamități naturale;
- Servicii sociale și de reintegrare pentru categorii defavorizate;
- Protecția drepturilor copiilor;
- Protecția mediului și a biodiversității;
- Protecția animalelor;
- Advocacy pentru cauze de interes public;
- Artă și cultură;
- Drepturi civile și cetățenești ale omului;
- Sport pentru amatori;
- Tineret;
- Programe de antreprenoriat social.



Organizația este înregistrată legal în România



Organizația are cel puțin un raport anual publicat recent pe site.



Organizația are o pagină web și prezență consistentă și constantă pe rețelele sociale.



Organizația sau coordonatorul său are minimum 2 ani de experiență relevantă și ați desfășurat cu succes un proiect și o campanie de atragere de fonduri din comunitate;



Pasul 1: Condițiile de eligibilitate (II)



Organizația are cel puțin o persoană care poate coordona campania și comunicarea cu donatorii potențiali, cu mass media și cu echipa picdebine;



Organizația își desfășoară activitatea în România; dacă proiectul pentru care se strâng fonduri se desfășoară în altă țară decât România, organizația trebuie să aibă cel puțin un proiect de anvergură similară, desfășurat cu succes în țara respectivă.



Atenție, întrunirea condițiilor nu înseamnă și aprobarea aplicației.



Pasul 2: Creează un cont pe picdebine.ro

Dacă îndeplinești pasul 1, vei fi putea să-ți faci un **cont pe picdebine.ro**. Contul îți permite să aplici la mecanismele de donații prin SMS și debit direct.

Aplicarea constă în completarea unui formular în care descrii campania pentru care vrei să strângi fonduri, dar și organizația din care faci parte.

Pasul 3: Completează aplicația

În aplicația de pe picdebine.ro vei face o descriere a campaniei pentru care strângi fonduri, dar și a organizației.

În rândurile de mai jos îți prezentăm **rubricile pe care trebuie să le completezi** și ce documente trebuie să încarci.



Pasul 4: Echipa picdebine va juriza aplicația

Ne vom uita la campania pe care vrei să o începi, la resursele alocate și impactul pe care vrei să îl atingi.

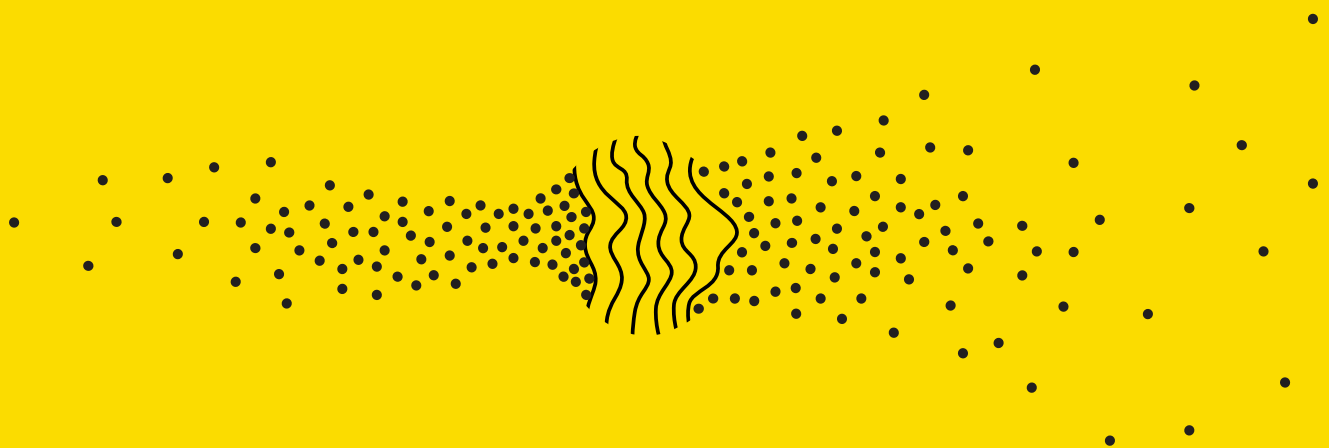
Procesul de aplicare nu este închis și vei avea posibilitatea să-ți îmbunătățești aplicația, astfel încât aceasta să ajungă la forma care va asigura cele mai mari șanse de reușită.

Mai mult, noi suntem alături de tine și te vom ajuta oriunde ai întrebări.





Ce conține aplicația





Cine este oordonatorul de campanie

Cine este persoana care va coordona campania de atragere de fonduri prin campania de debit direct (ex.: Maria Ionescu, director fundraising) și datele de contact. Această persoană va ține legătura cu echipa picdebine.



Care este misiunea

În cel mult 300 de caractere, descrie misiunea organizației tale.



Describe organizația

(max 800 de caractere)

Scrie un scurt istoric, aria geografică în care organizația își desfășoară activitatea, beneficiarii cu care lucrează și problema/problemele pe care o/le abordează.

Oferă două-trei exemple de proiecte pe care organizația ta le-a desfășurat.

Prezintă 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 organizația ta desfășoară evenimente publice, descrie pe scurt impactul acestora.



Ce documente trebuie să încarci

Raportul anual

Este cartea de vizită a organizației, reflectă activitatea organizației din anul precedent și trebuie să conțină, obligatoriu, următoarele: misiunea organizației; componența consiliului director; programele organizației; principalele activități din anul care s-a încheiat;

O sinteză financiară sau bilanțul contabil

Poți încărca o copie scanată a bilanțului depus la ANAF, iar în document trebuie să fie clare: veniturile și cheltuielile. Urmărim 2 lucruri prin acest document: dacă organizația ta are venituri din surse private și dacă are datorii către bugetul de stat.



Un raport de audit financiar extern: dacă există
Bugetul campaniei.

Vei primi un template care te va ajuta să estimezi resursele necesare pentru implementarea unei campanii. **[Click aici ca să descarci.](#)**



Describe experiența organizației în atragerea de fonduri din comunitate

(max 1000 de caractere)

Menționează cine este responsabil de strângerea de fonduri din comunitate.

Describe principalele metode de atragere de fonduri pe care le folosiți: ce procent din bugetul organizației provine din surse private, care sunt acestea (indivizi, companii), care sunt principalii donatori ai organizației etc.



Describe experiența organizației în lucrul cu donatorii individuali

(max 1000 de caractere)

Precizează dacă organizația ta a 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, care este numărul de donatori individuali constanți ai organizației și care este donația medie a acestora, cum comunică organizația ta cu donatorii individuali.



Describe experiența organizației în relațiile cu mass media

(max 800 de caractere)

Describe felul în care organizația își face cunoscute programele în aria geografică în care activează. Prezintă pe scurt cum se reflectă activitatea organizației în mass media, în mediul online și care sunt eforturile de promovare pe care le depuneți.





Prezintă campania pentru care vrei să strângi fonduri prin debit direct

Scrie numele campaniei, descrie beneficiarii și problema/nevoia pe care vrei să o rezolvi. Spune-ne care este mesajul de bază al campaniei și al fundraiserilor de pe stradă.

Precizează obiectivele și activitățile principale ale proiectului. Este important 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.



Care este schimbarea pe termen scurt pe care o aduce campania

Describe în cel mult 500 de caractere.



Care este schimbarea și impactul pe termen lung pe care o aduce campania

În cel mult 1000 de caractere, enumeră câteva rezultate importante ale intervenției organizației. De exemplu: *Reintegrarea în școală a copiilor defavorizați din zona XX, sau Servicii medicale îmbunătățite în x comunități din mediul rural sau Reducerea cu 50% a numărului de căței abandonați într-o perioadă de timp.*



Prezintă obiectivele financiare ale campaniei

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





Comunicarea cu donatorul după achiziție

Spune cum vei comunica cu donatorul după semnarea mandatului de debit direct: metode de comunicare, conținutul comunicării și perioade/momente ale comunicării.



Acoperirea teritorială a campaniei

Spune în ce orașe organizația ta intenționează să colecteze formularele de donație prin debit direct, aproximativ în ce locații, în ce zile ale săptămânii sau perioade de timp, în ce perioade din zi.

Describe cum se va desfășura campania de atragere de donatori individuali prin debit direct: locațiile pe care le vizezi, perioada în care dorești să desfășori campania, numărul de fundraiseri care vor cere completarea de mandate de debit direct.

Acestea au un caracter orientativ, urmând că înainte de începerea campaniei, după ce ai obținut autorizațiile, să completați un tabel cu locațiile și orele exacte la care fundraiserii organizației se vor afla pe teren.



Care sunt resursele umane implicate/echipa de campanie

Precizează numărul de fundraiseri stradali plătiți pe care îi vei aloca. Spune cine îi va coordona, care este componența echipelor și ce alte persoane vor mai fi implicate în campanie (management, comunicare etc.).



Ca să începi mai ușor



Noi, echipa picdebine, ți-am pregătit câteva informații care te vor ajuta să-ți consolidezi campania și să-ți fie mai ușor să completezi aplicația.



Citește ultimul nostru raport anual (link secțiunea rapoarte), unde vei vedea care sunt donațiile medii la nivel de organizații. În 2024, donația medie la nivel național era de 25,49 lei. Asta te va ajuta să-ți definești mai ușor estimarea de venituri.



Debitul direct este un mecanism care are nevoie de timp ca să crească așa cum îți dorești și sunt două chestiuni vitale: echipa de fundraiseri stradali și comunicarea post achiziție.



Ai nevoie de o echipă de minim 4-5 fundraiseri plătiți, ca să asiguri un flux constant de mandate. Alte roluri pe care trebuie să le ai în calcul: un coordonator de echipă, un responsabil de comunicare pentru donatori și unul pentru data base management.



Comunicarea cu donatorii îți asigură un venit constant pe termen lung. Așadar, din momentul în care începi campania, asigură-te că ai și un plan de comunicare cu ei, pentru primele șase luni.



Ca să începi mai ușor



Debitul direct este un mecanism care funcționează în stradă sau în alte locuri publice. Atunci când descrii campania, gândește-te unde vei pune echipa de fundraiseri. Evită să cauți evenimente corporate, unde petreci o zi într-o companie și semnezi mandate. Rata de no show (mandate care nu pot fi debitate) este mai ridicată, iar durata de viață a donatorului este mai mică.



Sunt multe aspecte tehnice pe care trebuie să le iei în calcul, atunci când îți setezi obiectivele financiare. Ți-am pregătit un template cu un buget de campanie, care îți va oferi mai multă claritate. (documentul va include: donație, medie, cât recrutează un fundraiser într-o oră, cât costă tiparul, rata de debitare. plata fundraiserului, nu dăm o sumă dar spunem că nu e voluntariat)

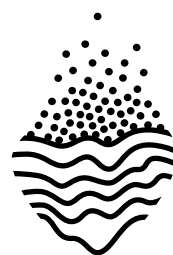


Aplicația este deschisă, așa că de fiecare dată când ai o întrebare, scrie-ne și noi te vom ajuta să-ți consolidezi aplicația.





Mult succes!



**picde
bine.ro**

Împreună mișcăm lumi.

un proiect îngrijit de **ARC**