

ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОЕКТА



2 АСПЕКТА ПРЕЗЕНТАЦИИ



СОДЕРЖАНИЕ

ОФОРМЛЕНИЕ

ЧТО ВАЖНЕЕ?

КАКОВА ОСНОВНАЯ ЦЕЛЬ ПРЕЗЕНТАЦИЯ?



На каких этапах работы с донором мы используем презентацию?

- Заинтересовать = «заинтриговать»
- Убедить = избавить от недоумений и сомнений
- Сформировать чёткое понимание у благотворителя, чего именно мы от него ждём
- Обозначить, как благотворителю реализовать своё желание помочь = «инструктировать»
- Визуальные образы: фотографии, схемы, картинки
- Цитаты, истории, факты и цифры
- Призыв к действию с чётким указанием, что вам необходимо (*деньги, вещи, волонтеры**)
- Контактные данные, имена людей

*... деньги, вещи, волонтеры**



- Презентация по типу «обзорная экскурсия»: даются разные варианты участия донора, он может делать выбор*
- Презентация по типу «равные возможности»: один вариант помощи/участия для любого донора, например, НКО у всех просит только деньги.*
- Презентация по типу «эксклюзив» делается под конкретного донора с учётом его возможностей, например, у владельца шоколадной фабрики мы просим 100 коробок шоколада.*

НЕДОСТАТКИ ПРЕЗЕНТАЦИЙ НКО



- Слишком длинные и громоздкие
- Без фотографий, графиков, цитат
- Фотографии слабого качества
- Непонятно, чем занимается НКО
- Отсутствует часть «продажи»
- Нет контактной информации
- Размытый смысл

Благотворителю нужно ЗНАТЬ



- Суть проблемы!!!
- Пути и способы её решения
- Какую *свою задачу** он может решить, помогая другим
- У него есть возможность принять участие в решении проблемы



... *своя задача** = мотивация донора



Частные лица

- *Хотят помочь*
- *Их попросили*
- *Это доставляет им радость*
- *Подражание кому-то*
- *Чувство вины*
- *Признание*

Компании

- *Повышают лояльность сотрудников*
- *Зарабатывают репутацию в глазах клиентов, партнёров, государства*
- *Продвижение товаров и брендов*

ПРАВИЛА



- 8- 10 слайдов в Power Point, в виде листовки в формате PDF или даже в Word не более 2 страниц
- На ее чтение у современного делового человека должно уйти не более 3х минут - *не злоупотребляйте временем благотворителя!*
- Не использовать непонятные слова и термины – *не злоупотребляйте терпением благотворителя!*
- Не перегружайте слайды длинным текстом
- Пишите короткими предложениями
- Используйте не более 3 шрифтов и размеров
- Используйте не более 3х цветов
- Не используйте сложные таблицы и диаграммы – они не воспринимаются

КАК ИЗЛАГАТЬ ИНФОРМАЦИЮ



- Описание
- Проблема
- Решение проблемы вашей НКО
- Какое участие в этом решении может принять благотворитель
- Как это изменит мир

Управление восприятием нашей просьбы со стороны донора

А

Благотворитель, в первую очередь, есть человек с эмоциями, жизненным опытом, убеждениями и мнениями.

Б

Благотворитель, во вторую очередь, человек мыслящий рационально, расчётливо, критически.

Чем больше денег мы просим у человека, тем больше Б начинает конкурировать с А «внутри» донора.

- 85% людей – «визуалы»
- Фотографии
- Истории
- Цитаты
- «Страстность» фандрайзера
- Сметы и бюджеты
- Истории успеха организации
- Грамотная речь
- Чёткость целей
- Наличие плана и стратегии
- Прозрачность результатов
- и др.

БУМАЖНАЯ ИЛИ ЭЛЕКТРОННАЯ



- Бумажную презентацию труднее отправить в корзину, чем электронную.
- На ней можно делать пометки во время беседы.
- Её проще пересмотреть позже – не нужен компьютер
- Она помогает управлять вниманием собеседника: «посмотрите на следующий слайд», «об этом речь идёт в конце презентации» и др.
- Электронная быстрее
- Экономичнее и экологичнее
- Легко «потерять» из-за сбоев в почте
- Можно выложить в интернет и сделать доступнее для большего кол-ва людей
- Позволяет делать ссылки на другие электронные источники

ФОТОГРАФИИ

Подберите фотографии хорошего качества, именно они вызывают наиболее сильные эмоции и переживания, а также формируют зрительный образ тех, кому нужна помощь



ФОТОГРАФИЯ



ИЛИ



СПАСИБО!

В презентации использовались материалы CHARITY SOLUTION консалтинг.