

Как заработать миллион?

Елена Любовина
PR-менеджер фонда «Даунсайд Ап»

Как организовать мероприятие, которое может принести благотворительному фонду до 1 миллиона рублей? Сотрудники благотворительного фонда «Даунсайд Ап» считают, что для этого достаточно всего лишь двух условий: верить в свои силы и правильно распланировать работу. Первое — сугубо личный вопрос, второму с удовольствием научит «Даунсайд Ап».

Фонд «Даунсайд Ап» привлекает средства разными способами: работает с компаниями, собирает частные пожертвования, выигрывает гранты. Но визитной карточкой фонда являются собственные мероприятия «Спорт во благо»: велопробег «Красная площадь», лыжная гонка «Русский вызов» и турнир по мини-футболу. Во время последнего турнира было собрано более миллиона рублей.

Принцип спортивных благотворительных акций простой: команда любой желающей компании или организации перечисляет благотворительный взнос и становится участником соревнований с профессиональным судейством, экипировкой, элементами корпоративного праздника и технической поддержкой. С одной стороны, это спорт и общение, а с другой реальная помощь нуждающимся и распространение информации об участии компании в социально значимых проектах.

Проследим механизм организации мероприятия на примере турнира по мини-футболу. Футбол — самый распространенный вид спорта, у многих компаний уже есть сыгранные команды, а значит, легче найти потенциальных участников. Логика организации турнира несложная, но есть некоторые нюансы, на которые стоит обратить внимание.



За полгода до мероприятия

- **Составляем календарный план и бюджет**, распределяем обязанности (не забываем о волонтерах). Размер благотворительного взноса для

команд рассчитываем таким образом, чтобы сумма собранных средств в несколько раз превысила все расходы на организацию (основные траты — аренда и закупки).

- **Выбираем и бронируем место.** Для футбола лучше подходит крытый стадион с подготовленным полем и раздевалками. На такой площадке можно играть в любое время года. Договариваясь об аренде, просим порекомендовать профессиональных судей. Это важно: уже сыгранным командам может не понравиться любительское судейство.
- **Ищем генерального партнера,** который готов нести основные расходы по организации мероприятия. Обращаем внимание на компании, которые связаны со спортом. Для нашего турнира, например, мы пригласили стать генеральным партнером компанию Nike.
- **Приглашаем для участия компании.** Показываем плюсы мероприятия, влияющие на внутрикорпоративные коммуникации и имидж компании. «Закидываем сеть» пошире: из 50 компаний, которым «Даунсайд Ап» разослал приглашения для участия в последнем турнире, согласились участвовать 10.
- **Проводим PR-кампанию.** Информацию о мероприятии размещаем на сайте фонда, в блогах, рассылаем в СМИ. В письме с просьбой об участии и поддержке: представляемся, четко формулируем идею мероприятия и наше предложение, обязательно пишем о том, как помощь компании скажется на наших программах,

с указанием конкретных цифр и результатов. Рассказываем о формате мероприятия, прошлых успехах, как широко турнир будет освещаться в СМИ, какие PR-возможности получит компания (например, название компании будет включено в распространяемый среди СМИ пресс-релиз, попадет на фотографии и т.п.)

- **Делаем закупки.** На средства генерального партнера закупаем необходимый инвентарь, готовим переходящий кубок, грамоты и медали, а также благодарственные письма и сувениры каждому участнику. Готовим провизию для игроков (можно привлечь продуктовые компании в качестве партнеров): бутерброды, минеральную воду, фрукты.



НАКАНУНЕ И В ДЕНЬ ПРОВЕДЕНИЯ МЕРОПРИЯТИЯ

- **Оформляем помещение.** Для гостей перед входом и во всех холлах внутри развешиваем плакаты с названием

мероприятия и информацией о нем. Не забываем про таблички с указателями «Регистрация», «СМИ», «Туалет» и т. д. Если есть плакаты, баннеры организаций, раздаточный материал фонда, сувенирная продукция или ящик для пожертвований, их также нужно установить в холле. В случае с фондом «Даунсайд Ап» в холле устанавливались мольберты с фотографиями Владимира Мишукова из серии «Синдром любви», на которых запечатлены дети с синдромом Дауна вместе с известными деятелями спорта, культуры и искусства: Владимиром Спиваковым, Владимиром Познером, Андреем Макаревичем и другими.

- **PR-сопровождение.** Представителям СМИ вручаем пресс-

предоставляем слово генеральному партнеру, а по громкой связи делаем объявления о командах и компаниях.

- **Приглашаем на мероприятие семьи благополучателей.** Это важно, чтобы участники видели, кому и зачем они помогают. В турнире «Даунсайд Ап» принимает участие команда родителей детей с синдромом Дауна, а семьи поддерживают их флагами с трибун.
- **Приглашаем на награждение самих благополучателей (детей).** Это момент истины: ребенок с синдромом Дауна трепетно надевает медаль на шею растроганного директора компании.
- **Для участия в турнире** хорошо пригласить «звездную команду». Например, в нашем турнире уже



кит с подробным пресс-релизом и материалами об организаторах мероприятия, партнерах и участниках. На поле должны висеть баннеры компаний, в перерывах между играми

второй раз участвует телеведущий Михаил Шац с друзьями.

- **Приглашаем специальных гостей, представителей государственных структур.** Присутствие звездных или

просто известных людей существенно повышает статус вашего мероприятия и его привлекательность для участников.

- **Приглашаем на награждение любую звезду:** футбольную, телевизионную, театральную, музыкальную... Если вы не знаете, кого позвать, просто откройте местную газету и выберите наиболее примелькавшиеся имена.
- **Ведущий турнира** (тот, кто будет делать все объявления по громкой связи) тоже может быть известный в городе человек. На нашем турнире ведущей была Вера Красова, Вице-Мисс Вселенная-2008, а на награждение пришла Тутта Ларсен.
- **Атмосфера мероприятия** должна быть пронизана праздником, во

организаторам и волонтерам одинаковые футболки и именные бейджи. И главное — улыбайтесь и излучайте радость. В перерывах можно пригласить выступить команду поддержки или музыкальный коллектив (желательно, чтобы выступление соответствовало тематике мероприятия: если вы помогаете детям, то лучше пригласить детский ансамбль, а если это футбольное мероприятие, то можно пригласить команду поддержки).

- **Не забудьте про фотографа!**

Главный риск организаторов — не собрать достаточное количество команд (желательно, чтобы их было не меньше 6). Постарайтесь привлечь их наличием звездной команды или звездного ведущего, а также профессиональным судейством. И не сомневайтесь в успехе!



всем должны чувствоваться профессионализм и чуткость организаторов. Обязательно выдерживайте общий стиль мероприятия: раздайте

Надеемся, что наши советы помогут вам на пути к первому благотворительному миллиону! ■

Подробнее о турнире по мини-футболу «Даунсайд Ап» —
<http://downsideup.org/football.php>