



MUFFIN

Κατακτώντας την υποτιμημένη συγκέντρωση κεφαλαίων Οικονομικός Γραμματισμός για επαγγελματίες του αθλητισμού



FURIM
INSTITUTE



ΕΣΔΤ
ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΣΩΜΑΤΕΙΟ
ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΤΡΙΑΘΛΟΥ



1. Περιγραφή ενότητας

Αυτή η ενότητα έχει σχεδιαστεί ως μέρος του έργου MUFFIN, με στόχο να εξοπλίσει τους επαγγελματίες του αθλητισμού με γνώσεις και δεξιότητες για αποτελεσματική συγκέντρωση χρημάτων. Εισάγει τις θεμελιώδεις έννοιες της συγκέντρωσης κεφαλαίων, ειδικά προσαρμοσμένες στον αθλητικό τομέα. Οι συμμετέχοντες θα μάθουν πώς να αξιοποιούν διάφορες ευκαιρίες χρηματοδότησης για να ενισχύσουν την οικονομική βιωσιμότητα των αθλητικών τους οργανισμών και να διευκολύνουν την κοινωνική ένταξη.

2. Μαθησιακοί στόχοι

Μέχρι το τέλος αυτής της ενότητας, οι συμμετέχοντες θα:

- Κατανοήστε τη σημασία της συγκέντρωσης κεφαλαίων για την επίτευξη των στόχων του έργου MUFFIN.
- Εξοικειωθείτε με διάφορες ευκαιρίες χρηματοδότησης που είναι διαθέσιμες στον αθλητικό τομέα.
- Αναπτύξτε βασικές δεξιότητες για τη δημιουργία αποτελεσματικών στρατηγικών συγκέντρωσης κεφαλαίων.
- Κατανοήστε πώς η βελτιωμένη συγκέντρωση κεφαλαίων μπορεί να διευκολύνει την κοινωνική ένταξη και την οργανωτική βιωσιμότητα.

3. Διάρκεια

Ο συνολικός φόρτος εργασίας είναι περίπου 50 λεπτά, συμπεριλαμβανομένου:

- 18 λεπτά για παρακολούθηση βίντεο
- 20 λεπτά για εξερεύνηση του απαιτούμενου αναγνωστικού υλικού
- 10 λεπτά για ασκήσεις

4. Περιεχόμενο ενότητας

Σενάριο για εισαγωγικό βίντεο:

“Καλώς ήρθατε στην Εισαγωγή στο έργο MUFFIN που θα σας διδάξει για την Επιτυχή συγκέντρωση χρημάτων για επαγγελματίες του αθλητισμού! Σε έναν τομέα όπου το πάθος είναι βαθύ, πώς μπορούμε να τροφοδοτήσουμε τους συλλόγους μας με βιώσιμο τρόπο; Αυτή η ενότητα είναι η αφετηρία σας. Ως επαγγελματίες του αθλητισμού, η συγκέντρωση χρημάτων δεν είναι Απλώς για την εξασφάλιση πόρων - είναι ένα βήμα προς την κοινωνική ένταξη, την ενίσχυση της οικονομικής ικανότητας του οργανισμού σας και την οικοδόμηση μιας διαρκούς κληρονομιάς στον αθλητικό κόσμο. Εδώ, θα εξερευνήσουμε ευκαιρίες χρηματοδότησης προσαρμοσμένες στις ανάγκες και το πλαίσιο σας. Είστε έτοιμοι να αλλάξετε το παιχνίδι; Ας ξεκινήσουμε!”

Σενάριο για βίντεο διάλεξης:

«Η συγκέντρωση κεφαλαίων, στο πλαίσιο του έργου MUFFIN, έχει μια μεταμορφωτική δύναμη. Λειτουργεί ως γέφυρα, όχι μόνο για την οικονομική σταθερότητα των αθλητικών οργανισμών, αλλά και για την επίτευξη ευρύτερων κοινωνικών στόχων, όπως η ένταξη και η δέσμευση της κοινότητας.

Αρχικά, ας συζητήσουμε γιατί η συγκέντρωση κεφαλαίων είναι βασικό στοιχείο του έργου μας. Ο αθλητισμός έχει τη μοναδική ικανότητα να ενώνει κοινότητες. Ενισχύοντας τις ικανότητές σας για την οικονομική διαχείριση και τη συγκέντρωση κεφαλαίων, σας δίνουμε τη δυνατότητα να διαδραματίσετε κεντρικό ρόλο στις πρωτοβουλίες κοινωνικής ένταξης. Αυτό σημαίνει ότι κάθε δολάριο που συγκεντρώνετε μπορεί άμεσα ή έμμεσα να κάνει τον αθλητισμό πιο προσιτό σε όλους.

Τώρα, πού μπορούμε να βρούμε αυτά τα κεφάλαια; Ο αθλητικός κόσμος είναι ώριμος με ευκαιρίες, που κυμαίνονται από επιχορηγήσεις έως χορηγίες και από εκδηλώσεις συγκέντρωσης κεφαλαίων από την κοινότητα έως ψηφιακές καμπάνιες crowdfunding. Το να γνωρίζετε ποιο είδος χρηματοδότησης να αναζητήσετε είναι μια ίδια τέχνη, που διαμορφώνεται από τους στόχους, το μέγεθος και την κοινότητα του οργανισμού σας.

Στη συνέχεια, ας μιλήσουμε για στρατηγική και επικοινωνία. Η επιτυχής συγκέντρωση χρημάτων περιλαμβάνει περισσότερο από το να ζητάς απλώς υποστήριξη. Πρόκειται για τη δημιουργία μιας συναρπαστικής αφήγησης, τη συναισθηματική σύνδεση με πιθανούς δωρητές και την επίδειξη του θετικού αντίκτυπου που θα έχει η συνεισφορά τους. Για τους επαγγελματίες του αθλητισμού, αυτό θα μπορούσε να σημαίνει την επίδειξη του ταλέντου και των δυνατοτήτων των αθλητών σας ή των οφελών για την υγεία και την κοινότητα που προσφέρει ο οργανισμός σας.

Θυμηθείτε, τα κεφάλαια δεν είναι τέλος – θα διευκολύνουν την κοινωνική ένταξη και θα ενισχύσουν την οικονομική ικανότητα του οργανισμού σας δημιουργώντας ένα ασφαλές και βιώσιμο μέλλον για τις αθλητικές σας δραστηριότητες.

Συμπερασματικά, η συγκέντρωση κεφαλαίων δεν είναι μια απλή συναλλαγή. Είναι μια στρατηγική κίνηση προς έναν αθλητικό κόσμο που να έχει περισσότερους αποκλεισμούς, βιώσιμο και επιδραστικό».

Εξωτερικές αναγνώσεις:

Ενίσχυση μηχανισμών οικονομικής αλληλεγγύης στον αθλητισμό

<https://ec.europa.eu/assets/eac/sport/library/documents/xg-fin-201211-deliverable.pdf>

Ιδέες συγκέντρωσης κεφαλαίων ποδοσφαίρου

<https://www.gofundme.com/en-gb/c/fundraising-ideas/football>

Η οικονομική σημασία του ερασιτεχνικού ποδοσφαίρου

[https://fis.dshs-koeln.de/portal/en/publications/the-economic-importance-of-amateur-football\(27f23343-c281-4605-85a9-277612be2f0a\).html](https://fis.dshs-koeln.de/portal/en/publications/the-economic-importance-of-amateur-football(27f23343-c281-4605-85a9-277612be2f0a).html)

Η Ανάλυση της Χρηματοδότησης Ερασιτεχνικών Αθλητικών Σωματείων: Μια Ευρωπαϊκή Προοπτική

<https://www.athensjournals.gr/sports/2017-4-1-1-Barget.pdf>

Εξωτερικά βίντεο:

Συζήτηση για τη συγκέντρωση χρημάτων για τον αθλητισμό με τον Al Checcio και τον Pat Haden (Παν. Νότιας Καλιφόρνια)

<https://www.youtube.com/watch?v=kYQCERusQIQ>

Ο Seth Godin για τον επιτυχημένο έρανο

<https://www.youtube.com/watch?v=Qsnap5Oh8S8>

Ελέγξτε τις γνώσεις σας:

Απαντήστε στις ερωτήσεις που σχετίζονται με το περιεχόμενο της Ενότητας.

1. Γιατί είναι σημαντική η συγκέντρωση κεφαλαίων;

α) Επιτρέπει εξωφρενικές εκδηλώσεις

β) Αποτελεί κλειδί για την κοινωνική ένταξη και την οικονομική σταθερότητα

γ) Είναι νομική απαίτηση

δ) Κανένα από τα παραπάνω

Απάντηση: β

2. Ποια ΔΕΝ είναι κοινή πηγή χρηματοδότησης για αθλητικούς οργανισμούς;

- α) Χορηγίες
- β) Κοινοτικές εκδηλώσεις
- γ) Χρηματιστηριακές επενδύσεις
- δ) Επιχορηγήσεις

Απάντηση: γ

3. Ποια είναι μια κρίσιμη πτυχή της επιτυχημένης επικοινωνίας για τη συγκέντρωση χρημάτων;

- α) Δημιουργία μιας συναρπαστικής αφήγησης
- β) Κάνοντας το μεγαλύτερο δυνατό αίτημα
- γ) Χρησιμοποιώντας όσο το δυνατόν περισσότερη τεχνική ορολογία
- δ) Αποφυγή αλληλεπίδρασης με δωρητές μετά τη χορήγηση

Απάντηση: α

4. Πώς μπορεί η συγκέντρωση κεφαλαίων να συμβάλει στην κοινωνική ένταξη στον αθλητισμό;

- α) Κάνοντας τα αθλητικά προγράμματα πιο οικονομικά προσβάσιμα
- β) Με την κατασκευή περισσότερων γηπέδων
- γ) Με την καταβολή υψηλότερων αποδοχών σε προπονητές
- δ) Κανένα από τα παραπάνω

Απάντηση: α

2. Ποιος είναι ένας από τους απώτερους στόχους μέσω της επιτυχημένης συγκέντρωσης χρημάτων;

- α) Να φιλοξενεί εξωφρενικές αθλητικές εκδηλώσεις
- β) Να δημιουργηθεί ένα ασφαλές και βιώσιμο μέλλον για αθλητικά προγράμματα
- γ) Να κάνει τους επαγγελματίες του αθλητισμού πλουσιότερους
- δ) Κανένα από τα παραπάνω

Απάντηση: β



MUFFIN

**Κατακτώντας την υποτιμημένη συγκέντρωση κεφαλαίων
Οικονομικός Γραμματισμός για επαγγελματίες του αθλητισμού**



FURIM
INSTITUTE



ΕΣΔΤ
ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΣΩΜΑΤΕΙΟ
ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΤΡΙΑΘΛΟΥ



1. Περιγραφή ενότητας

Αυτή η ενότητα παρέχει σε επαγγελματίες του αθλητισμού και οργανισμούς τεχνικές για αποτελεσματική συγκέντρωση κεφαλαίων, συμπεριλαμβανομένων στρατηγικών για την οικοδόμηση σχέσεων με χορηγούς και δωρητές, υποβολή αιτήσεων για επιχορηγήσεις, φιλοξενία κοινοτικών εκδηλώσεων και χρήση διαδικτυακών πλατφορμών.

2. Μαθησιακοί στόχοι

Μέχρι το τέλος αυτής της ενότητας, οι επαγγελματίες του αθλητισμού και οι οργανισμοί θα είναι σε θέση:

- Κατανοήστε τη σημασία της διαφοροποίησης των πηγών χρηματοδότησης.
- Προσδιορίστε πιθανούς χορηγούς και δωρητές.
- Ανάπτυξη και εφαρμογή ολοκληρωμένης στρατηγικής συγκέντρωσης κεφαλαίων.
- Χρησιμοποιήστε διαδικτυακές πλατφόρμες για συγκέντρωση χρημάτων.
- Αύξηση της προβολής και της ευαισθητοποίησης της οργάνωσής τους στην κοινότητα

3. Διάρκεια

- Η διάρκεια αυτής της ενότητας είναι 2 ώρες.

4.Περιεχόμενο ενότητας

Σενάριο για εισαγωγικό βίντεο:

“Καλώς ήρθατε στην ενότητα μας σχετικά με τις τεχνικές αποτελεσματικής συγκέντρωσης κεφαλαίων για επαγγελματίες και οργανισμούς του αθλητισμού. Σε αυτήν την ενότητα, θα εξερευνήσουμε διάφορες στρατηγικές για τη συγκέντρωση κεφαλαίων, όπως η οικοδόμηση σχέσεων με χορηγούς και δωρητές, την υποβολή αιτήσεων για επιχορηγήσεις, τη φιλοξενία κοινοτικών εκδηλώσεων και τη χρήση διαδικτυακών πλατφορμών. Μέχρι το τέλος αυτής της ενότητας, θα κατανοήσετε καλύτερα πώς να διαφοροποιήσετε τις πηγές χρηματοδότησής σας και να αυξήσετε την προβολή και την ευαισθητοποίηση του οργανισμού σας στην κοινότητα. Ας ξεκινήσουμε.”

Σενάριο για βίντεο διάλεξης:

“Ως επαγγελματίας ή οργανισμός του αθλητισμού, είναι σημαντικό να έχετε μια διαφοροποιημένη βάση χρηματοδότησης. Αυτό σημαίνει ότι δεν πρέπει να βασίζεστε σε μία μόνο πηγή χρηματοδότησης, όπως κρατικές επιχορηγήσεις ή εταιρικές χορηγίες. Αντίθετα, θα πρέπει να έχετε έναν συνδυασμό πηγών χρηματοδότησης , συμπεριλαμβανομένων μεμονωμένων χορηγών, ιδρυμάτων, εταιρειών και κρατικών επιχορηγήσεων.

Ένας από τους πιο αποτελεσματικούς τρόπους συγκέντρωσης κεφαλαίων είναι η χορηγία. Η οικοδόμηση σχέσεων με επιχειρήσεις και εταιρείες μπορεί να βοηθήσει στην εξασφάλιση συμφωνιών χορηγίας που παρέχουν όχι μόνο χρηματοδότηση αλλά και προβολή στον οργανισμό σας. Είναι σημαντικό να ερευνήσετε πιθανούς χορηγούς για να εντοπίσετε αυτούς που ευθυγραμμίζονται με τις αξίες και την αποστολή του οργανισμού σας.

Ένας άλλος αποτελεσματικός τρόπος άντλησης κεφαλαίων είναι μέσω επιχορηγήσεων. Κυβερνητικές υπηρεσίες, ιδρύματα και άλλοι οργανισμοί παρέχουν χρηματοδότηση για συγκεκριμένα έργα ή προγράμματα. Είναι σημαντικό να ερευνήσετε πιθανές ευκαιρίες επιχορήγησης και να προσαρμόσετε την αίτησή σας ώστε να ταιριάζει με τις απαιτήσεις της επιχορήγησης.

Η φιλοξενία κοινοτικών εκδηλώσεων όπως φιλανθρωπικές δημοπρασίες, γκαλά ή πεζοπορία μπορεί να είναι ένας διασκεδαστικός και συναρπαστικός τρόπος για τη συγκέντρωση χρημάτων και την αύξηση της προβολής και της ευαισθητοποίησης του οργανισμού σας στην κοινότητα.

Η διαδικτυακή συγκέντρωση χρημάτων είναι επίσης ένας πολύ καλός τρόπος για να συγκεντρώσετε χρήματα και να προσεγγίσετε ένα ευρύτερο κοινό. Η χρήση πλατφορμών όπως οι σελίδες δωρεών, η άντληση κεφαλαίων από ομοτίμους και η συμμετοχική χρηματοδότηση μπορεί να κάνει την προσφορά πιο βολική.

Είναι σημαντικό να θυμάστε ότι η αποτελεσματική συγκέντρωση χρημάτων περιλαμβάνει τη χρήση ενός συνδυασμού στρατηγικών και τακτικών που ταιριάζουν στο συγκεκριμένο πλαίσιο και την ομάδα-στόχο. Η συνεχής αξιολόγηση των αποτελεσμάτων και η προσαρμογή της προσέγγισης όπως απαιτείται μπορεί να βοηθήσει στη βελτίωση της αποτελεσματικότητας των προσπαθειών συγκέντρωσης κεφαλαίων.

Εξωτερικές αναγνώσεις:

- Πώς να αποκτήσετε χορηγούς για μια εκδήλωση από JOE GARECHT
- The Ultimate Guide to Grant Writing by Lori L. Jacobwith
- The Crowdfunding Bible: How to Raise Money for Any Startup, Video Game ή Project του Scott Steinberg

Εξωτερικά βίντεο:

Πώς να εξασφαλίσετε χορηγίες για τον ΜΚΟ σας
Grant Writing 101: Πώς να γράψετε μια κερδοφόρα πρόταση επιχορήγησης
Συμβουλές και κόλπα για Crowdfunding

Όλα τα εξωτερικά υλικά είναι σύμφωνα με τους γενικούς και ειδικούς στόχους του έργου MUFFIN που είναι η βελτίωση των δεξιοτήτων και ικανοτήτων οικονομικής διαχείρισης των επαγγελματιών του αθλητισμού, η αύξηση των εσόδων και η οικονομική βιωσιμότητα των αθλητικών οργανισμών και η διευκόλυνση της κοινωνικής ένταξης βελτιώνοντας την οικονομική ικανότητα

Ελέγξτε τις γνώσεις σας:

Ερωτηματολόγιο:

Ποιος είναι ο πιο σημαντικός παράγοντας για την αποτελεσματική συγκέντρωση κεφαλαίων;

- α) Έχοντας ένα σαφές και συναρπαστικό μήνυμα
- β) Θέτοντας σαφείς και ρεαλιστικούς στόχους και στόχους
- γ) Δημιουργία ισχυρών σχέσεων με δωρητές
- δ) Όλα τα παραπάνω

Ποιος είναι ένας τρόπος διαφοροποίησης των πηγών χρηματοδότησης για αθλητικούς οργανισμούς;

- α) Αίτηση για κρατικές επιχορηγήσεις
- β) Δημιουργία σχέσεων με επιχειρήσεις και εταιρείες για χορηγία
- γ) Φιλοξενία κοινοτικών εκδηλώσεων
- δ) Όλα τα παραπάνω

Ποιος είναι ένας τρόπος για να αυξηθεί η προβολή και η ευαισθητοποίηση ενός αθλητικού οργανισμού στην κοινότητα;

- α) Φιλοξενία κοινοτικών εκδηλώσεων
- β) Αξιοποίηση διαδικτυακών πλατφορμών για συγκέντρωση χρημάτων
- γ) Η οικοδόμηση σχέσεων με την τοπική αυτοδιοίκηση
- δ) Όλα τα παραπάνω

Πώς μπορείτε να βεβαιωθείτε ότι οι προσπάθειές σας για συγκέντρωση κεφαλαίων είναι αποτελεσματικές;

- α) Συνεχής αξιολόγηση των αποτελεσμάτων και προσαρμογή της προσέγγισης όπως απαιτείται
- β) Στηριζόμενη σε μία μόνο πηγή χρηματοδότησης
- γ) Μη οικοδόμηση ισχυρών σχέσεων με δωρητές
- δ) Αγνοώντας την ανατροφοδότηση από τα ενδιαφερόμενα μέρη

Πώς μπορείτε να αυξήσετε τα έσοδα και την οικονομική βιωσιμότητα ενός αθλητικού οργανισμού;

- α) Βελτίωση των δεξιοτήτων και ικανοτήτων οικονομικής διαχείρισης των επαγγελματιών του αθλητισμού
- β) Μη διαφοροποίηση των πηγών χρηματοδότησης
- γ) Μη λαμβάνοντας υπόψη το συγκεκριμένο πλαίσιο και την ομάδα στόχο
- δ) Όλα τα παραπάνω



MUFFIN

**Κατακτώντας την υποτιμημένη συγκέντρωση κεφαλαίων
Οικονομικός Γραμματισμός για επαγγελματίες του αθλητισμού**



FURIM
INSTITUTE



OZPN



UNEF S
1923
BUCURESTI



ΕΣΔΤ
ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΣΩΜΑΤΕΙΟ
ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΤΡΙΑΘΛΟΥ



1. Περιγραφή ενότητας

Αυτή η ενότητα έχει δημιουργηθεί για να ενθαρρύνει την ανάπτυξη και την εξέλιξη επαγγελματιών του αθλητισμού που συγκεντρώνουν χρήματα, να προωθήσει την υψηλή ηθική συμπεριφορά στο επάγγελμα της συγκέντρωσης κεφαλαίων και να διατηρήσει και να ενισχύσει τη φιλανθρωπία και τον εθελοντισμό. Σε αυτήν την ενότητα, θα υπογραμμίσουμε τις πτυχές των πιο σημαντικών κανόνων δεοντολογίας στη συγκέντρωση κεφαλαίων.

2. Μαθησιακοί στόχοι

Στο τέλος αυτής της ενότητας, οι αθλητές θα είναι σε θέση:

- επιδεικνύουν τη δέσμευσή τους σε δεοντολογικές πρακτικές με διαφάνεια όσον αφορά τις οικονομικές πληροφορίες και τις πρακτικές συγκέντρωσης κεφαλαίων.
- συζητήστε τι είναι η συγκέντρωση χρημάτων και γιατί είναι σημαντική για την κοινωνία.
- συζητήστε ποιες πρακτικές ΔΕΝ θεωρούνται ηθικές.
- συζητήστε γιατί η συγκέντρωση χρημάτων είναι σημαντική για τους αθλητές.
- Συζήτηση για το ρόλο της εικόνας των αθλητών στη συγκέντρωση χρημάτων

3. Διάρκεια

Ο συνολικός φόρτος εργασίας είναι περίπου 2 ώρες συμπεριλαμβανομένων:

- 30 λεπτά για παρακολούθηση βίντεο
- 60 λεπτά για εξερεύνηση του απαιτούμενου αναγνωστικού υλικού
- 30 λεπτά για ασκήσεις

4. Περιεχόμενο ενότητας

Σενάριο για εισαγωγικό βίντεο:

Γεια! Καλώς ήρθατε στην Ενότητα 3.

Στην παρούσα ενότητα, θα μάθουμε μαζί ποιες είναι οι κύριες πτυχές της ηθικής στη συγκέντρωση κεφαλαίων. Θα μάθετε περισσότερα για την πρακτική χρηματοοικονομικής διαφάνειας, την εμπιστοσύνη του κοινού, τη διαφάνεια και τις συγκρούσεις συμφερόντων, την πρόσκληση και τη διαχείριση φιλανθρωπικών ταμείων. Επίσης, θα μάθετε για τη διαχείριση εμπιστευτικών και αποκλειστικών πληροφοριών και πώς να διαχειριστείτε τις αποζημιώσεις, τα μπόνους και τις αμοιβές του ανιχνευτή. Από την άλλη πλευρά θα μάθουμε ποιες είναι οι άλλες ηθικές πρακτικές συγκέντρωσης κεφαλαίων και ποιες πρακτικές ΔΕΝ θεωρούνται ηθικές και πώς να διαχειριστούμε τη σχέση με τη λογοδοσία των δωρητών και την πρόθεση του δωρητή. Θα καθοδηγηθούν να ενστερνιστούν ορισμένες αξίες που προσπαθούν να υποστηρίξουν κατά την εκτέλεση των ευθυνών τους για τη δημιουργία φιλανθρωπικής υποστήριξης.

Σενάριο για βίντεο διάλεξης:

Τα τελευταία χρόνια, η συγκέντρωση κεφαλαίων έχει γίνει αρκετά περίπλοκη. Η τεχνολογία έχει προχωρήσει έτσι ώστε να υπάρχει πολύ λιγότερη πρόσωπο με πρόσωπο επαφή με τους δωρητές.

Η συγκέντρωση κεφαλαίων έχει γίνει επάγγελμα, με πιστοποίηση, κατάρτιση, πανεπιστημιακά μαθήματα και εξειδικευμένο λογισμικό που κάνει την πρόσκληση πιο αποτελεσματική. Έχουν αναπτυχθεί κώδικες δεοντολογίας που αντιμετωπίζουν πολλά από τα ζητήματα που σχετίζονται με τη συγκέντρωση κεφαλαίων.

Οι έρανοι θα πρέπει να υπακούουν σε όλους τους νόμους, κανόνες και κανονισμούς. Η ομοσπονδιακή κυβέρνηση έχει νόμους που ισχύουν για την αποκάλυψη, την τεκμηρίωση και την τήρηση αρχείων για τη συγκέντρωση χρημάτων. Οι οργανισμοί θα πρέπει να εκπαιδεύουν το προσωπικό τους για τη συγκέντρωση κεφαλαίων να γνωρίζει και να συμμορφώνεται με αυτούς τους νόμους και να επιμένει σχολαστικά ότι οι παραβάτες θα υπόκεινται σε πειθαρχία, ακόμα κι αν η πρόθεση του εράνου ήταν μια καλή τη πίστη προσπάθεια προς όφελος του οργανισμού.

Το απόρρητο και το απόρρητο πρέπει να προστατεύονται. Οι οργανισμοί πρέπει να προστατεύουν την ταυτότητα των δωρητών που παρέχουν δώρο υπό την προϋπόθεση ότι παραμένουν ανώνυμοι.

Οι οργανισμοί θα πρέπει να τηρούν σχολαστικά τους περιορισμούς δώρων του δωρητή.

Από την πλευρά του οργανισμού, μπορεί να είναι απολύτως λογικό να υπάρχει κάποια ευελιξία στον τρόπο χρήσης του δώρου ενός δωρητή, ακόμα κι αν δεν είναι απολύτως συνεπής με τον δηλωμένο σκοπό του δώρου.

Οι οργανισμοί πρέπει να είναι διαφανείς στην αποκάλυψη δαπανών που σχετίζονται με τη συγκέντρωση κεφαλαίων τους.

Θα πρέπει να αποκαλύπτουν, κατόπιν αιτήματος, στους υποψήφιους δωρητές μια καλή τη πίστη εκτίμηση του ποσού της δωρεάς τους που πληρώνει για τη συγκέντρωση κεφαλαίων.

Οι δωρητές δεν πρέπει να έχουν ακατάλληλη επιρροή ή να λαμβάνουν ακατάλληλα οφέλη από τον οργανισμό σε αντάλλαγμα για τις δωρεές τους.

Η αρχή πίσω από την απόκτηση φορολογικής απαλλαγής για δωρεές είναι ότι ο δωρητής κάνει μια δωρεάν δωρεά και δεν λαμβάνει τίποτα απτής αξίας σε αντάλλαγμα για τη δωρεά.

Οι οργανισμοί θα πρέπει να αντιστέκονται στην αθέμιτη επιρροή των δωρητών στα προγράμματα και τις δραστηριότητες του οργανισμού.

Δεν είναι ασυνήθιστο για μεγάλους χορηγούς βοήθειας να επιδιώκουν να διαδραματίσουν κάποιο ρόλο επηρεάζοντας τα προγράμματα που χρηματοδοτούν.

Οι οργανισμοί πρέπει να καταστήσουν σαφές ότι οι χορηγοί έχουν περιορισμούς στην ικανότητά τους να ελέγχουν τις πολιτικές και τα προγράμματα του οργανισμού.

Οι έρανοι θα πρέπει να έχουν σαφή όρια μεταξύ τους και των χορηγών.

Δεν είναι ασυνήθιστο να αναπτύσσονται προσωπικές φιλίες μεταξύ υπαλλήλων δώρων και δωρητών.

Δημόσια εμπιστοσύνη, διαφάνεια και σύγκρουση συμφερόντων

Το προσωπικό δεν πρέπει να εμπλέκεται σε δραστηριότητες που βλάπτουν τις οργανώσεις των μελών, τους πελάτες. Επίσης σε δραστηριότητες που έρχονται σε αντίθεση με τις καταπιστευματικές, ηθικές και νομικές υποχρεώσεις τους προς τους οργανισμούς, τους πελάτες ή το επάγγελμά τους.

Πρόσκληση και διαχείριση φιλανθρωπικών ταμείων

Το προσωπικό πρέπει να διασφαλίζει ότι όλο το υλικό προσκλήσεων και επικοινωνίας είναι ακριβές και αντικατοπτρίζει σωστά την αποστολή του οργανισμού του και τη χρήση των ζητούμενων κεφαλαίων. Μια άλλη πτυχή είναι ότι οι δωρητές λαμβάνουν ενημερωμένες, ακριβείς και ηθικές συμβουλές σχετικά με την αξία και τις φορολογικές επιπτώσεις των εισφορών.

Η εταιρεία πρέπει να διασφαλίσει ότι οι συνεισφορές χρησιμοποιούνται σύμφωνα με τις προθέσεις των δωρητών.

Επεξεργασία εμπιστευτικών & αποκλειστικών πληροφοριών

Δεν έχετε αποκαλύψει προνομιακές ή εμπιστευτικές πληροφορίες σε μη εξουσιοδοτημένα μέρη και επίσης να τηρείτε την αρχή ότι όλες οι πληροφορίες δωρητών και πιθανών που δημιουργούνται από ή για λογαριασμό ενός οργανισμού ή πελάτη αποτελούν ιδιοκτησία αυτού του οργανισμού ή πελάτη.

Αποζημίωση, μπόνους και αμοιβές εύρεσης

Δεν μπορείτε να δεχτείτε αποζημίωση ή να συνάψετε σύμβαση που βασίζεται σε ένα ποσοστό εισφορών. ούτε οι αθλητές δέχονται αμοιβές εύρεσης ή ενδεχόμενες αμοιβές.

Εξωτερικές αναγνώσεις:

<https://afpglobal.org/ethicsmain/code-ethical-standards>

<https://www.councilofnonprofits.org/tools-resources/ethical-fundraising>

<https://www.socialworker.com/nonprofit/ethics/ethics-in-fundraising-book-excerpt/>

<https://www.cfre.org/about/cfre/ethics-and-accountability/international-statement-of-ethical-principles-in-fundraising/>

Εξωτερικά βίντεο:

https://www.youtube.com/results?search_query=ethics+of+fundraising

https://www.youtube.com/watch?v=Arzxb_zlN-c

Ελέγξτε τις γνώσεις σας:

Εργασία 1: Απαντήστε στις ερωτήσεις που σχετίζονται με το περιεχόμενο της Ενότητας.

1- Στην ηθική της συγκέντρωσης κεφαλαίων θα βρούμε πτυχές που σχετίζονται με την προστασία του απορρήτου και της ιδιωτικής ζωής;

1. α) Ναι
2. β) Όχι

2- Όταν μιλάμε για ηθικούς κανόνες στη συγκέντρωση κεφαλαίων, ποιες πτυχές υπογραμμίζουμε

1. α) Θέματα που σχετίζονται με τους νόμους
2. β) Εμπιστοσύνη και διαφάνεια του κοινού
3. γ) Λήψη ακατάλληλων οφελών
4. δ) Μισθός

3- Είναι σημαντικό να μάθετε ποιες πρακτικές ΔΕΝ θεωρούνται ηθικές στη συγκέντρωση κεφαλαίων;

1. α) Ναι
2. β) Όχι

4- Τι πρέπει να γνωρίζουμε όταν μιλάμε για αποζημιώσεις και μπόνους;

1. α) θέματα σχετικά με την αποδοχή αποζημίωσης
2. β) θέματα σχετικά με μια σύμβαση που βασίζεται σε ένα ποσοστό εισφορών
3. γ) ζητήματα σχετικά με την αποδοχή των αμοιβών εύρεσης
4. δ) ζητήματα σχετικά με την εμπιστευτικότητα του δότη

5- Η εταιρεία πρέπει να διασφαλίσει ότι οι συνεισφορές χρησιμοποιούνται σύμφωνα με τις προθέσεις των δωρητών;

1. α) Ναι
2. β) Όχι



MUFFIN

**Κατακτώντας την υποτιμημένη συγκέντρωση κεφαλαίων
Οικονομικός Γραμματισμός για επαγγελματίες του αθλητισμού**



FURIM
INSTITUTE



ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΣΩΜΑΤΕΙΟ
ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΤΡΙΑΘΛΟΥ



1. Περιγραφή ενότητας

Αυτή η ενότητα έχει σχεδιαστεί για να εξοπλίσει τους επαγγελματίες του αθλητισμού με τις γνώσεις και τις δεξιότητες που απαιτούνται για τη δημιουργία αποτελεσματικών σχεδίων συγκέντρωσης κεφαλαίων για τους οργανισμούς τους. Μέσω αυτής της ενότητας, οι μαθητές θα κατανοήσουν τις βασικές αρχές του στρατηγικού σχεδιασμού και της δημιουργίας εσόδων, συμπεριλαμβανομένης της σημασίας του καθορισμού σαφών στόχων και της ανάπτυξης στοχευμένων στρατηγικών. Θα μάθουν επίσης για τις ηθικές πρακτικές συγκέντρωσης κεφαλαίων και τη δύναμη των μέσων κοινωνικής δικτύωσης ως εργαλείο συγκέντρωσης κεφαλαίων. Εκτός από διαλέξεις βίντεο και εξωτερικές πηγές, οι μαθητές θα έχουν την ευκαιρία να ελέγξουν την κατανόησή τους για το υλικό μέσω κουίζ πολλαπλής επιλογής. Μέχρι το τέλος αυτής της ενότητας, οι μαθητές θα είναι σε θέση να αναπτύξουν ένα ολοκληρωμένο μονοετές σχέδιο συγκέντρωσης κεφαλαίων ειδικά για τον αθλητισμό και ένα σχέδιο μάρκετινγκ, χορηγίας και προωθήσεων που μπορεί να βοηθήσει τους οργανισμούς τους να ευδοκιμήσουν.

2. Μαθησιακοί στόχοι

Μέχρι το τέλος αυτής της ενότητας, οι επαγγελματίες του αθλητισμού θα είναι σε θέση:

- Κατανόηση των Αρχών Στρατηγικού Σχεδιασμού
- Καθορίστε τη σημασία του στρατηγικού σχεδιασμού στη συγκέντρωση κεφαλαίων για αθλητικούς οργανισμούς
- Προσδιορίστε βασικά στοιχεία ενός επιτυχημένου σχεδίου συγκέντρωσης κεφαλαίων, συμπεριλαμβανομένου του προϋπολογισμού, της πρόβλεψης και του καθορισμού στόχων

- Ανάπτυξη αποτελεσματικών στρατηγικών συγκέντρωσης κεφαλαίων
- Προσδιορίστε αποτελεσματικές τεχνικές και κανάλια συγκέντρωσης κεφαλαίων, συμπεριλαμβανομένων χορηγιών, επιχορηγήσεων και δωρεών

Με την επίτευξη αυτών των στόχων, οι επαγγελματίες του αθλητισμού θα είναι σε θέση να αναπτύξουν ένα ολοκληρωμένο στρατηγικό σχέδιο συγκέντρωσης κεφαλαίων που θα περιλαμβάνει όλες τις πτυχές της δημιουργίας εσόδων

3.Διάρκεια

Η συνολική διάρκεια της ενότητας θα είναι 2,5 ώρες:

- 15 λεπτά για να παρακολουθήσετε βίντεο (εισαγωγή και διάλεξη)
- 60 λεπτά για να διαβάσετε το υλικό ανάγνωσης (ένα ερευνητικό άρθρο και δύο διαδικτυακές πηγές)
- 45 λεπτά για να παρακολουθήσετε εξωτερικά βίντεο (3 βίντεο)
- 30 λεπτά για να ολοκληρώσετε το τεστ (5 ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής)

4.Περιεχόμενο ενότητας

Σενάριο για εισαγωγικό βίντεο:

Καλώς ορίσατε στην Ενότητα 4. Σε αυτήν την ενότητα, θα βουτήξουμε στον κόσμο του στρατηγικού σχεδιασμού και της δημιουργίας εσόδων για επιτυχημένη συγκέντρωση κεφαλαίων. Ως επαγγελματίες του αθλητισμού, είναι απαραίτητο να θέσετε ρεαλιστικούς στόχους συγκέντρωσης κεφαλαίων, να προσδιορίσετε πιθανές πηγές εσόδων και να αναπτύξετε ένα ολοκληρωμένο σχέδιο συγκέντρωσης κεφαλαίων για την υποστήριξη των στόχων του οργανισμού σας.

Σε όλο αυτό το μάθημα, θα διερευνήσουμε τις διάφορες πτυχές της συγκέντρωσης κεφαλαίων, από την εισαγωγή στην επιτυχημένη συγκέντρωση κεφαλαίων έως τις αποτελεσματικές τεχνικές συγκέντρωσης κεφαλαίων, και τώρα θα εμβαθύνουμε στον στρατηγικό σχεδιασμό και τη δημιουργία εσόδων. Αυτή η ενότητα θα σας παρέχει τις γνώσεις και τα εργαλεία για να δημιουργήσετε ένα βιώσιμο σχέδιο συγκέντρωσης κεφαλαίων που υποστηρίζει τους στόχους του αθλητικού σας οργανισμού. Μέχρι το τέλος αυτής της ενότητας, θα έχετε μια σαφή κατανόηση του πώς να θέσετε ρεαλιστικούς στόχους συγκέντρωσης κεφαλαίων, να προσδιορίσετε πιθανές πηγές εσόδων και να αναπτύξετε ένα ολοκληρωμένο σχέδιο συγκέντρωσης κεφαλαίων που λειτουργεί για τον οργανισμό σας.

Λοιπόν, ας ξεκινήσουμε και ας μάθουμε πώς να δημιουργήσουμε ένα επιτυχημένο σχέδιο συγκέντρωσης κεφαλαίων μέσω στρατηγικού σχεδιασμού και δημιουργίας εσόδων.

Σενάριο για βίντεο διάλεξης:

Η συγκέντρωση χρημάτων είναι μια πρόκληση, ειδικά όταν πρόκειται για τη δημιουργία βιώσιμων εσόδων για τον αθλητικό σας οργανισμό. Γι' αυτό ο στρατηγικός σχεδιασμός είναι ζωτικής σημασίας για τον εντοπισμό πιθανών πηγών εσόδων, τον καθορισμό ρεαλιστικών στόχων συγκέντρωσης κεφαλαίων και την ανάπτυξη ενός ολοκληρωμένου σχεδίου συγκέντρωσης κεφαλαίων που λειτουργεί για τον οργανισμό σας.

Ας μιλήσουμε για τον καθορισμό ρεαλιστικών στόχων συγκέντρωσης κεφαλαίων. Ο καθορισμός στόχων είναι απαραίτητος για τη μέτρηση της προόδου σας στη συγκέντρωση κεφαλαίων και την παρακολούθηση της επιτυχίας των προσπαθειών σας. Όταν θέτετε στόχους, είναι σημαντικό να είστε ρεαλιστές και να λαμβάνετε υπόψη τους πόρους, το μέγεθος και τις οικονομικές ανάγκες του οργανισμού σας. Ο καθορισμός μη ρεαλιστικών στόχων μπορεί να οδηγήσει σε απογοήτευση και απογοήτευση, επομένως είναι σημαντικό να θέσετε στόχους που να ευθυγραμμίζονται με την αποστολή και τις αξίες του οργανισμού σας.

Τώρα θα μιλήσουμε για τον εντοπισμό πιθανών πηγών εσόδων. Οι πηγές εσόδων μπορεί να διαφέρουν ανάλογα με τις ανάγκες και τους στόχους του οργανισμού σας, αλλά ορισμένες κοινές πηγές περιλαμβάνουν επιχορηγήσεις, δωρεές, χορηγίες και εκδηλώσεις συγκέντρωσης κεφαλαίων. Είναι σημαντικό να εξερευνήσετε διαφορετικές πηγές εσόδων και να επιλέξετε αυτές που ευθυγραμμίζονται με την αποστολή και τις αξίες του οργανισμού σας. Ο εντοπισμός πιθανών πηγών εσόδων σας επιτρέπει επίσης να διαφοροποιήσετε τις προσπάθειες συγκέντρωσης κεφαλαίων και να μειώσετε την εξάρτηση από μία μόνο πηγή εσόδων.

Αφού εντοπίσετε πιθανές πηγές εσόδων, ήρθε η ώρα να αναπτύξετε ένα ολοκληρωμένο σχέδιο συγκέντρωσης κεφαλαίων. Ένα σχέδιο συγκέντρωσης κεφαλαίων θα πρέπει να περιγράφει τους στόχους συγκέντρωσης κεφαλαίων, τις στρατηγικές, το χρονοδιάγραμμα και τον προϋπολογισμό του οργανισμού σας. Θα πρέπει επίσης να προσδιορίζει τους ρόλους και τις ευθύνες των μελών της ομάδας και να καθιερώνει ένα σύστημα παρακολούθησης και αξιολόγησης της προόδου σας στη συγκέντρωση κεφαλαίων.

Υπάρχουν διαφορετικές στρατηγικές συγκέντρωσης κεφαλαίων που μπορείτε να ενσωματώσετε στο σχέδιο συγκέντρωσης κεφαλαίων, όπως συγγραφή επιχορηγήσεων, πρόσκληση χορηγών και crowdfunding. Αυτές οι στρατηγικές μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε συνδυασμό ή χωριστά, ανάλογα με τις ανάγκες και τους στόχους του οργανισμού σας. Είναι σημαντικό να επιλέξετε τις στρατηγικές που ευθυγραμμίζονται με τις αξίες και την αποστολή του οργανισμού σας και να μεγιστοποιούν τις πιθανότητες επιτυχίας σας.

Τέλος, η αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας των προσπαθειών σας για συγκέντρωση κεφαλαίων είναι ζωτικής σημασίας για την προσαρμογή του σχεδίου συγκέντρωσης κεφαλαίων και τη διασφάλιση της βιωσιμότητάς του. Η αξιολόγηση της προόδου συγκέντρωσης κεφαλαίων μπορεί να σας βοηθήσει να εντοπίσετε τομείς προς βελτίωση και να κάνετε τις απαραίτητες προσαρμογές στο σχέδιο συγκέντρωσης κεφαλαίων.

Διαβάστε την προτεινόμενη βιβλιογραφία που μπορεί να σας βοηθήσει να κατανοήσετε καλύτερα τις έννοιες του στρατηγικού σχεδιασμού και της δημιουργίας εσόδων.

Εξωτερικές αναγνώσεις:

Συγκέντρωση χρημάτων σε μη κερδοσκοπικούς αθλητικούς οργανισμούς: Η προοπτική διαχείρισης

(<https://www.arjhss.com/wp-content/uploads/2021/03/H437583.pdf>)

ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΣΟΔΩΝ: Συμβουλές για να μεταβείτε από τη συγκέντρωση επαρκών χρημάτων για να επιβιώσετε... στη συγκέντρωση αρκετά για να ευδοκιμήσετε.

(<https://www.play.afl/clubhelp/club-growth/revenue-generation/>)

48 Ιδέες συγκέντρωσης κεφαλαίων για αθλήματα και ομάδες

(<https://blog.fundly.com/fundraising-ideas-for-sports-and-teams/>)

Για σπασίκλες:

1. «Στρατηγικός Σχεδιασμός για Μη Κερδοσκοπικούς Οργανισμούς» των Michael Allison και Jude Kaye - Αυτό το βιβλίο παρέχει μια επισκόπηση του στρατηγικού σχεδιασμού για μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς και περιλαμβάνει πρακτικές συμβουλές και εργαλεία για την ανάπτυξη ενός στρατηγικού σχεδίου.

2. “Αρχές και πρακτική εξεύρεσης κεφαλαίων” των Adrian Sargeant και Jen Shang - Αυτό το βιβλίο καλύπτει τις βασικές αρχές και πρακτικές της συγκέντρωσης κεφαλαίων και παρέχει πρακτική καθοδήγηση για την ανάπτυξη ενός ολοκληρωμένου σχεδίου συγκέντρωσης κεφαλαίων.

Εξωτερικά βίντεο:

Ανάπτυξη του στρατηγικού σας σχεδίου συγκέντρωσης χρημάτων: Από την αρχή έως τα μυστικά συστατικά

https://www.youtube.com/watch?v=_P8DErYy2qk

Στρατηγικός Σχεδιασμός για ΜΚΟ

<https://www.youtube.com/watch?v=RM6qseUvRFw>

Πώς να γίνεις καλύτερος στη συγκέντρωση χρημάτων - TEDxSantaClaraUniversity

<https://www.youtube.com/watch?v=SUvoBzjZv7E>

Ελέγξτε τις γνώσεις σας:

1. Σύμφωνα με το βίντεο «Ανάπτυξη του Στρατηγικού Σχεδίου σας για τη συγκέντρωση κεφαλαίων», ποια είναι τα τρία βασικά στοιχεία ενός επιτυχημένου σχεδίου συγκέντρωσης κεφαλαίων;
 - α. Στόχοι, στρατηγικές και τακτικές
 - β. Προϋπολογισμός, χρονοδιάγραμμα και μετρήσεις
 - γ. Συμμετοχή στο διοικητικό συμβούλιο, αναγνώριση χορηγών και μάρκετινγκ
 - δ. Πρόσληψη εθελοντών, κοινοτικές συνεργασίες και μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Απάντηση: α. Στόχοι, στρατηγικές και τακτικές

2. Ποιες είναι οι προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι μη κερδοσκοπικές αθλητικές οργανώσεις όσον αφορά τη συγκέντρωση χρημάτων;
- α. Δυσκολία στην εύρεση και διατήρηση εθελοντών
 - β. Περιορισμένοι πόροι και χρηματοδότηση
 - γ. Έλλειψη ευαισθητοποίησης για τον οργανισμό
 - δ. Όλα τα παραπάνω

Απάντηση: δ. Όλα τα παραπάνω

3. Ποιος είναι ο σκοπός ενός στρατηγικού σχεδίου;
- α. Να θέτει συγκεκριμένους στόχους και στόχους
 - β. Να παρέχει καθοδήγηση για τη λήψη αποφάσεων
 - γ. Να ευθυγραμμίσει τους πόρους του οργανισμού με την αποστολή και τις αξίες του
 - δ. Όλα τα παραπάνω

Απάντηση: δ. Όλα τα παραπάνω

4. Ποιος είναι ο σκοπός της αξιολόγησης της προόδου της συγκέντρωσης κεφαλαίων;

α. Να εντοπίσει τομείς προς βελτίωση

β. Να γίνουν οι απαραίτητες προσαρμογές στο σχέδιο συγκέντρωσης κεφαλαίων

γ. Για να διασφαλιστεί η βιωσιμότητα του σχεδίου συγκέντρωσης κεφαλαίων

δ. Όλα τα παραπάνω

Απάντηση: δ. Όλα τα παραπάνω

5. Σύμφωνα με την Kara Logan στην ομιλία του TEDx, ποιο είναι το κλειδί για την επιτυχημένη συγκέντρωση χρημάτων;

α. Έχοντας ένα μεγάλο δίκτυο πιθανών χορηγών

β. Προσφορά μοναδικών κινήτρων στους δωρητές

γ. Χτίζοντας σχέσεις με δωρητές και δείχνοντας γνήσια εκτίμηση

δ. Όλα τα παραπάνω

Απάντηση: γ. Χτίζοντας σχέσεις με δωρητές και δείχνοντας γνήσια εκτίμηση



MUFFIN

**Κατακτώντας την υποτιμημένη συγκέντρωση κεφαλαίων
Οικονομικός Γραμματισμός για επαγγελματίες του αθλητισμού**



FURIM
INSTITUTE



ΕΣΔΤ
ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΣΩΜΑΤΕΙΟ
ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΤΡΙΑΘΛΟΥ



1. Περιγραφή ενότητας

Αυτή η ενότητα διερευνά τις βασικές αρχές της δημιουργίας ενός σχεδίου συγκέντρωσης κεφαλαίων ενός έτους ειδικά για τον αθλητισμό. Οι συμμετέχοντες θα μάθουν πώς να ορίζουν οικονομικούς στόχους, να σχεδιάζουν και να εφαρμόζουν στρατηγικές συγκέντρωσης κεφαλαίων, να αναθέτουν ρόλους και ευθύνες, να προωθούν εκδηλώσεις και εκστρατείες και να παρακολουθούν και να αξιολογούν την πρόοδο.

2. Μαθησιακοί στόχοι

Μέχρι το τέλος αυτής της ενότητας, οι εκπαιδευόμενοι θα είναι σε θέση:
Καθορίστε σαφείς οικονομικούς στόχους για την αθλητική ομάδα ή τον οργανισμό τους

Σχεδιάστε μια ποικιλία από στρατηγικές συγκέντρωσης κεφαλαίων προσαρμοσμένες στις μοναδικές ανάγκες τους

Αναπτύξτε ένα χρονοδιάγραμμα για την εφαρμογή του σχεδίου συγκέντρωσης κεφαλαίων

Αναθέστε ρόλους και ευθύνες στα ενδιαφερόμενα μέρη

Σχεδιάστε μια στρατηγική προώθησης για εκδηλώσεις και καμπάνιες συγκέντρωσης κεφαλαίων

Παρακολουθήστε την πρόοδο και αξιολογήστε την επιτυχία των δραστηριοτήτων συγκέντρωσης κεφαλαίων

3.Διάρκεια

Η συνολική διάρκεια της ενότητας θα είναι 4 ώρες:

- 45 λεπτά για να παρακολουθήσετε βίντεο (εισαγωγή και διάλεξη)
- 60 λεπτά για να διαβάσετε το υλικό ανάγνωσης (ένα ερευνητικό άρθρο και δύο διαδικτυακές πηγές)
- 60 λεπτά για να παρακολουθήσετε εξωτερικά βίντεο (3 βίντεο)
- 45 λεπτά για να ολοκληρώσετε το τεστ (5 ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής)

4.Περιεχόμενο ενότητας

Σενάριο για εισαγωγικό βίντεο:

“Καλώς ήρθατε στην ενότητα μας για τη δημιουργία ενός μονοετούς σχεδίου συγκέντρωσης χρημάτων για συγκεκριμένο άθλημα (ενότητα 5). Η συγκέντρωση κεφαλαίων διαδραματίζει ζωτικό ρόλο στη διατήρηση και την ενίσχυση των λειτουργιών των αθλητικών οργανισμών, από την αγορά νέου εξοπλισμού έως τη χρηματοδότηση ταξιδιών σε τουρνουά. Σε αυτήν την ενότητα, Θα σας καθοδηγήσει στον καθορισμό σαφών οικονομικών στόχων, το σχεδιασμό και την εφαρμογή μιας ποικιλίας στρατηγικών συγκέντρωσης κεφαλαίων και την αξιολόγηση της επιτυχίας του σχεδίου σας. Θα αποκτήσετε πρακτικές γνώσεις σχετικά με τον τρόπο ανάθεσης ρόλων, τη χρήση αποτελεσματικών στρατηγικών προώθησης και την παρακολούθηση της προόδου σας. Ας ξεκινήσουμε αυτό το συναρπαστικό ταξίδι για να κάνετε τα αθλητικά σας όνειρα εφικτά.”

Σενάριο για βίντεο διάλεξης:

“Η κατανόηση της αναγκαιότητας ενός σχεδίου συγκέντρωσης χρημάτων για συγκεκριμένο άθλημα είναι το πρώτο βήμα. Ένα καλά σχεδιασμένο σχέδιο χρησιμεύει ως οδικός χάρτης για τους οικονομικούς σας στόχους. Είτε πρόκειται για αγορά εξοπλισμού αιχμής είτε για χρηματοδότηση ταξιδιών σε τουρνουά, χρειάζεστε για να είστε ξεκάθαροι για το πόσα χρήματα χρειάζεστε και για ποιο σκοπό.

Οι στρατηγικές συγκέντρωσης κεφαλαίων μπορεί να ποικίλλουν και είναι σημαντικό να επιλέξετε αυτό που ταιριάζει στις μοναδικές ανάγκες της ομάδας σας. Αυτό μπορεί να είναι φιλανθρωπικοί αγώνες, κληρώσεις, πώληση εμπορευμάτων, συνεργασία με τοπικές επιχειρήσεις ή εκτέλεση διαδικτυακών καμπανιών συγκέντρωσης χρημάτων. Οι χορηγίες και οι επιχορηγήσεις είναι επίσης βιώσιμες επιλογές που πρέπει να εξεταστούν.

Η δημιουργία ενός χρονοδιαγράμματος είναι ζωτικής σημασίας. Πρέπει να προγραμματίσετε τις δραστηριότητές σας για τη συγκέντρωση κεφαλαίων με τρόπο που να μην παρεμβαίνει στην αθλητική σεζόν. Λάβετε υπόψη τα σημαντικά γεγονότα ή αγώνες κατά τη δημιουργία αυτού του προγράμματος.

Κάθε μέλος της ομάδας σας, συμπεριλαμβανομένων των γονέων ή των εθελοντών, διαδραματίζει ζωτικό ρόλο στη συγκέντρωση χρημάτων. Ο σαφής καθορισμός ρόλων και ευθυνών διασφαλίζει την ομαλή λειτουργία και την επιτυχή εφαρμογή του σχεδίου συγκέντρωσης κεφαλαίων.

Η προώθηση αλλάζει το παιχνίδι. Μπορεί να είναι τόσο απλό όσο από στόμα σε στόμα ή μπορείτε να χρησιμοποιήσετε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, το μάρκετινγκ μέσω email ή την κάλυψη των τοπικών μέσων. Ο στόχος είναι να διαδώσετε τη λέξη για την αιτία και τα συμβάντα σας.

Τέλος, παρακολουθείτε πάντα την πρόδοό σας. Σας δίνει μια ιδέα για το τι λειτουργεί και τι χρειάζεται βελτίωση. Προσαρμόστε το σχέδιό σας ανάλογα για βέλτιστα αποτελέσματα.

Η συγκέντρωση κεφαλαίων δεν έχει να κάνει μόνο με χρήματα, είναι να συγκεντρωθείτε ως κοινότητα για έναν σκοπό. Με ένα σταθερό σχέδιο στο χέρι, μπορείτε να το κάνετε ευχάριστο, ανταποδοτικό και επιτυχημένο. Ας βουτήξουμε βαθύτερα σε καθεμία από αυτές τις πτυχές».

Εξωτερικές αναγνώσεις:

“The Art of Fundraising: The Fundamentals Every Nonprofit Need to Know” του Γκάι Χαρτ.

«How to Raise Money: The Ultimate Guide to Crowdfunding» του Tim Ferriss.

«Επιτυχημένος έρανος για τη μικρή κοινότητα» της Ruby Remenda Swanson.

Εξωτερικά βίντεο:

How To Do A Shoe Drive Fundraiser | Funds2Orgs

Simple 10 Step School Event Checklist to Rock Your Next Event,

Ελέγξτε τις γνώσεις σας:

Ποιο είναι το πρώτο βήμα για τη δημιουργία ενός σχεδίου συγκέντρωσης χρημάτων ειδικά για τον αθλητισμό;

- α) Επιλογή στρατηγικής συγκέντρωσης κεφαλαίων
- β) Καθορισμός σαφών οικονομικών στόχων
- γ) Δημιουργία χρονοδιαγράμματος
- δ) Ανάθεση ρόλων και ευθυνών

Ποιο από τα παρακάτω δεν αποτελεί στρατηγική συγκέντρωσης κεφαλαίων;

- α) Κληρώσεις
- β) Φιλανθρωπικούς αγώνες
- γ) Αγορά εξοπλισμού
- δ) Πώληση εμπορευμάτων

Γιατί είναι σημαντικό να παρακολουθείτε την πρόοδο στο σχέδιο συγκέντρωσης κεφαλαίων;

- α) Να γνωρίζουν τι λειτουργεί και τι όχι
- β) Να τηρεί αρχείο για μελλοντική αναφορά
- γ) Και τα δύο (α) και (β)
- δ) Ούτε (α) ούτε (β)

Τι ρόλο παίζει η προώθηση στο σχέδιο συγκέντρωσης χρημάτων;

- α) Βοηθά να διαδώσετε τη λέξη για τον σκοπό σας
- β) Προσελκύει πιθανούς δωρητές
- γ) Δημιουργεί ορατότητα για τις εκδηλώσεις και τις καμπάνιες σας
- δ) Όλα τα παραπάνω

Γιατί είναι ζωτικής σημασίας η ανάθεση ρόλων και ευθυνών για την εφαρμογή ενός σχεδίου συγκέντρωσης κεφαλαίων;

- α) Αποφεύγει τη σύγχυση
- β) Εξασφαλίζει ότι κάθε πτυχή του σχεδίου λαμβάνεται μέριμνα
- γ) Κάνει τα μέλη της ομάδας να νιώθουν ότι έχουν αξία
- δ) Όλα τα παραπάνω



MUFFIN

**Κατακτώντας την υποτιμημένη συγκέντρωση κεφαλαίων
Οικονομικός Γραμματισμός για επαγγελματίες του αθλητισμού**



FURIM
INSTITUTE



ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΣΩΜΑΤΕΙΟ
ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΤΡΙΑΘΛΟΥ



1. Περιγραφή ενότητας

Αυτή η ενότητα στοχεύει να εξοπλίσει τους επαγγελματίες του αθλητισμού, συμπεριλαμβανομένων των μελών του διοικητικού συμβουλίου, των διευθυντών αθλημάτων και του διοικητικού προσωπικού σε αθλητικούς οργανισμούς, με τα εργαλεία και τις γνώσεις για να αναπτύξουν και να εκτελέσουν ένα ολοκληρωμένο σχέδιο μάρκετινγκ, χορηγίας και προωθήσεων. Αυτές οι στρατηγικές έχουν σχεδιαστεί για να ενισχύσουν την οργανωτική ορατότητα, τη δέσμευση με την κοινότητα και τις βιώσιμες ροές εσόδων σε ευθυγράμμιση με τους στόχους του έργου MUFFIN.

2. Μαθησιακοί στόχοι

Μέχρι το τέλος αυτής της ενότητας, οι συμμετέχοντες θα είναι σε θέση:

- Κατανόηση των συνιστωσών και της σημασίας μιας στρατηγικής αθλητικού μάρκετινγκ
- Προσδιορίστε πιθανούς χορηγούς και διαπραγματευτείτε αμοιβαία επωφελείς συνεργασίες
- Αναπτύξτε ένα λεπτομερές σχέδιο προωθήσεων με στόχο την αύξηση της αφοσίωσης του κοινού και των εσόδων
- Μετρήστε και αναλύστε την αποτελεσματικότητα των στρατηγικών μάρκετινγκ, χορηγιών και προώθησης

3. Διάρκεια

Ο συνολικός χρόνος εργασίας είναι περίπου 2 ώρες, συμπεριλαμβανομένων:

- 30 λεπτά για να παρακολουθήσετε ταινίες
- 60 λεπτά για να διαβάσετε το αναγνωστικό υλικό
- 30 λεπτά άσκησης

4.Περιεχόμενο ενότητας

Σενάριο για εισαγωγικό βίντεο:

«Καλώς ήλθατε στην ενότητα «Σχέδιο Ολοκληρωμένου Αθλητικού Μάρκετινγκ, Χορηγιών και Προσφορών». Εδώ, θα μάθετε πώς να δημιουργείτε ισχυρές στρατηγικές μάρκετινγκ, να δημιουργείτε ουσιαστικές χορηγίες και να ξεκινάτε αποτελεσματικές προσφορές, σχεδιασμένες για τις μοναδικές απαιτήσεις του αθλητικού τομέα. Αυτή η ενότητα είναι προσαρμοσμένη για να σας καθοδηγήσει ως επαγγελματίες του αθλητισμού στην αποτελεσματική ενασχόληση με τις κοινότητες, τη βελτίωση της οικονομικής βιωσιμότητας των οργανισμών και τη συμβολή στους ευρύτερους στόχους της κοινωνικής ένταξης μέσω του αθλητισμού. Πάμε να βουτήξουμε!»

Σενάριο για βίντεο διάλεξης:

«Στη σφαίρα του αθλητισμού, το μάρκετινγκ ξεπερνά την προσέλκυση θαυμαστών – έχει να κάνει με τη δημιουργία ταυτότητας, τη δημιουργία σχέσεων και τη δημιουργία βιώσιμων εσόδων.

Ας ξεκινήσουμε με τον ακρογωνιαίο λίθο κάθε επιτυχημένης στρατηγικής αθλητικού μάρκετινγκ: Ανάλυση κοινού στόχου. Φανταστείτε το στάδιο, οραματιστείτε τους οπαδούς - ποιοι είναι; Τι τους ωθεί να σταθούν στη γωνία σας; Η κατανόηση του κοινού σας, η δημιουργία προφίλ πιθανών θαυμαστών και της ευρύτερης κοινότητας είναι το ίδιο το θεμέλιο της αφοσίωσης. Έχει να κάνει με το να γνωρίζετε ποιος θα συσπειρωθεί πίσω από τον οργανισμό σας και γιατί.

Καθώς απομακρυνόμαστε από την κατανόηση του κοινού μας, μπαίνουμε στη σφαίρα της Ανάπτυξης επωνυμίας. Εδώ, δεν δημιουργούμε απλώς ένα λογότυπο ή ένα tagline. Σμιλεύουμε μια ταυτότητα, μια περσόνα που στέκεται ψηλά και αντηχεί βαθιά. Αυτή είναι η σημαία της ομάδας σας. Είναι αυτό που θα δει και θα αισθανθεί ο κόσμος όταν συναντήσει τον οργανισμό σας.

Στη συνέχεια, βαδίζουμε στο ψηφιακό πεδίο μάχης με το Σχέδιο Ψηφιακού Μάρκετινγκ. Σε αυτήν την εποχή, ο κόσμος συνδέεται μέσω οθονών και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και οι διαδικτυακές πλατφόρμες είναι τα πιο ισχυρά μας εργαλεία. Είναι τα κανάλια μέσω των οποίων η φωνή της επωνυμίας σας θα αντηχεί, προσεγγίζοντας και τραβώντας το κοινό σας στην αφήγησή σας.

Αλλά ο αθλητισμός, όπως και η ζωή, είναι μια ομαδική προσπάθεια. Εδώ είναι που η χορηγία παίζει καθοριστικό ρόλο. Είναι κάτι περισσότερο από μια απλή συναλλαγή. Πρόκειται για τη σφυρηλάτηση συμβιωτικών, κερδοφόρων σχέσεων. Φανταστείτε αυτό ως μια στρατηγική συμμαχία. Ο εντοπισμός πιθανών χορηγών είναι τέχνη— το να βρίσκεις εκείνες τις εταιρείες και τις επωνυμίες των οποίων οι στόχοι αντικατοπτρίζουν το δικό σου κοινό. Και μετά, δημιουργώντας μια διαπραγμάτευση και συμφωνία που είναι το βιβλίο των αμοιβαίων οφελών.

Τώρα, φανταστείτε τη ζωντανή ενέργεια μιας θεματικής βραδιάς σε ένα παιχνίδι — μια «Οικογενειακή νύχτα» ή μια «Ημέρα Υγείας και Ευεξίας». Αυτή είναι η ουσία των Προσφορών. Είναι τα έργα που έχουν σχεδιαστεί για να αυξήσουν την επισκεψιμότητα, να ανεβάσουν στα ύψη την τηλεθέαση και να δημιουργήσουν έναν καταγισμό αφοσίωσης, τόσο βραχυπρόθεσμα όσο και μακροπρόθεσμα. Πρόκειται για την ενορχήστρωση ειδικών εκδηλώσεων που έχουν απήχηση στο κοινό σας και εμβαθύνουν τις ρίζες σας στην κοινότητα. Από τις εμφανίσεις αθλητών σε τοπικές εκδηλώσεις μέχρι τις εντυπωσιακές φιλανθρωπικές συνεργασίες, οι προσφορές είναι οι παλμοί της καρδιάς που δίνουν ζωή στην αθλητική σας εκδήλωση.

Και αφού πέσει η σκόνη, αφού έχουν παιχτεί τα παιχνίδια και οι οπαδοί έχουν πάει σπίτι τους, φτάνουμε σε μια κρίσιμη καμπή — Μέτρηση και Ανάλυση. Εδώ, είμαστε οι στρατηγοί που εξετάζουν τους χάρτες μάχης: εξετάζουμε τα ποσοστά συμμετοχής, αναλύουμε μετρήσεις αφοσίωσης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ερευνούμε την ικανοποίηση των χορηγών και παρακολουθούμε την παλίρροια των ροών εσόδων μας. Αυτοί οι βασικοί δείκτες απόδοσης ή KPI είναι η πυξίδα μας. καθοδηγούν τα επόμενα βήματά μας και διαμορφώνουν τις μελλοντικές μας στρατηγικές.

Αυτό το μάθημα θα σας καθοδηγήσει σε καθένα από αυτά τα στοιχεία, με παραδείγματα από τον πραγματικό κόσμο, γνώσεις από ειδικούς και βήματα που θα σας βοηθήσουν να μεταφέρετε το αθλητικό σας μάρκετινγκ στο επόμενο επίπεδο.”

Εξωτερικές αναγνώσεις:

- «Sport Marketing: A Strategic Perspective» του Matthew D. Shank
- “The Sponsorship Handbook: Essential Tools, Tips and Techniques for Sponsors and Sponsorship Seekers” από τους Pippa Collett και William Fenton

Εξωτερικά βίντεο:

Το μέλλον του αθλητικού μάρκετινγκ

<https://www.youtube.com/watch?v=4tutv938vYM>

Ελέγξτε τις γνώσεις σας:

- Ποιο είναι το βασικό αρχικό βήμα για την ανάπτυξη μιας στρατηγικής αθλητικού μάρκετινγκ;
 - α) Αγορά διαφημιστικού χώρου
 - β) Προσδιορισμός του κοινού-στόχου σας
 - γ) Πρόσληψη γνωστού αθλητή
 - δ) Κανένα από τα παραπάνω

Απάντηση: β

- Πώς πρέπει να θεωρείται μια χορηγία στον αθλητισμό;

- α) Ένα φυλλάδιο
- β) Συνεργασία
- γ) Μια εφάπαξ συμφωνία
- δ) Κανένα από τα παραπάνω

Απάντηση: β

- Ποιο είναι ένα παράδειγμα αποτελεσματικής αθλητικής προώθησης;

- α) Διοργάνωση ειδικής θεματικής βραδιάς
- β) Αγνοώντας τη συμμετοχή των θαυμαστών
- γ) Αποφυγή συνεργασίας με τοπικές επιχειρήσεις
- δ) Κανένα από τα παραπάνω

Απάντηση: α

- Ποια μέτρηση μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας μιας εκστρατείας αθλητικού μάρκετινγκ;

- α) Αλληλεπίδραση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης
- β) Καιρικές συνθήκες
- γ) Το ρεκόρ νίκες-ήττες της ομάδας
- δ) Κανένα από τα παραπάνω

Απάντηση: α

• Πώς μπορεί το αθλητικό μάρκετινγκ να συμβάλει στους στόχους του έργου MUFFIN;

α) Με την αύξηση της προβολής του οργανισμού και των δεσμών της κοινότητας

β) Με την απομάκρυνση της οργάνωσης από την κοινότητα

γ) Εστιάζοντας αποκλειστικά στο κέρδος

δ) Κανένα από τα παραπάνω

Απάντηση: α



MUFFIN

**Κατακτώντας την υποτιμημένη συγκέντρωση κεφαλαίων
Οικονομικός Γραμματισμός για επαγγελματίες του αθλητισμού**



FURIM
INSTITUTE



ΕΣΔΤ
ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΣΩΜΑΤΕΙΟ
ΔΥΝΑΜΙΚΟΥ ΤΡΙΑΘΛΟΥ



1. Περιγραφή ενότητας

Αυτή η ενότητα διερευνά τη μεταμορφωτική επιρροή των πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης στον τομέα της συγκέντρωσης κεφαλαίων, με ιδιαίτερη έμφαση στους αθλητικούς οργανισμούς και τους επαγγελματίες. Θα αποκτήσετε γνώσεις σχετικά με την αξιοποίηση των τεράστιων δυνατοτήτων πλατφορμών όπως το Facebook, το Instagram και το Twitter για να βελτιώσετε τις αθλητικές σας πρωτοβουλίες συγκέντρωσης κεφαλαίων. Αυτή η ενότητα προσφέρει προσαρμοσμένες στρατηγικές για τους επαγγελματίες του αθλητισμού για να αξιοποιήσουν τον ψηφιακό κόσμο για μέγιστη οικονομική βιωσιμότητα.

2. Μαθησιακοί στόχοι

Μέχρι το τέλος αυτής της ενότητας, οι συμμετέχοντες θα:

- Κατανοήστε τις δυνατότητες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για συγκέντρωση κεφαλαίων στον αθλητικό τομέα.
- Αναγνωρίστε τα οφέλη εξοικονόμησης κόστους από τις καμπάνιες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που είναι προσαρμοσμένες στους λάτρεις των σπορ.
- Κατανοήστε τη σημασία της αφοσίωσης των θαυμαστών, της τμηματοποίησης του κοινού και της εξατομίκευσης περιεχομένου σε αιτίες που σχετίζονται με τον αθλητισμό.
- Ανακαλύψτε ευκαιρίες συνεργασίας με αθλητικούς παράγοντες επιρροής και οφέλη ενσωμάτωσης με άλλες αθλητικές πλατφόρμες.
- Συνειδητοποιήστε τον κρίσιμο ρόλο της διαφάνειας στην οικοδόμηση εμπιστοσύνης με τους χορηγούς, τους φιλάθλους και την ευρύτερη αθλητική κοινότητα.

3.Διάρκεια

- Η διάρκεια αυτής της ενότητας είναι 3,5 ώρες.

4.Περιεχόμενο ενότητας

Σενάριο για εισαγωγικό βίντεο:

“ Καλώς ήρθατε, επαγγελματίες του αθλητισμού, σε έναν ολοκληρωμένο οδηγό για την αξιοποίηση της δύναμης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για αποτελεσματική συγκέντρωση κεφαλαίων στον αθλητισμό. Σε έναν κόσμο όπου κάθε κλικ και κοινοποίηση έχει σημασία, η κατανόηση του τρόπου με τον οποίο πλατφόρμες όπως το Facebook, το Instagram και το Twitter επηρεάζουν τα αθλήματα και τη συμμετοχή της κοινότητας είναι ζωτικής σημασίας. Αυτές οι πλατφόρμες δεν αναδιαμορφώνουν απλώς τη γενική επικοινωνία, αλλά μεταμορφώνουν τον τρόπο με τον οποίο οι αθλητικοί οργανισμοί συνδέονται με θαυμαστές, αθλητές και δωρητές. Βουτήξτε σε αυτήν την ενότητα για να αποκαλύψετε στρατηγικές και ιδέες προσαρμοσμένες ειδικά για τον αθλητικό τομέα.”

Σενάριο για βίντεο διάλεξης:

«Στον δυναμικό κόσμο του αθλητισμού, η συγκέντρωση χρημάτων χρησιμεύει ως ζωτικής σημασίας σανίδα σωτηρίας και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αλλάζουν το παιχνίδι. Λοιπόν, τι το καθιστά απαραίτητο για τη συγκέντρωση κεφαλαίων για τον αθλητισμό;

Φανταστείτε την απέραντη θάλασσα των λάτρεις των σπορ στα social media - ένα κοινό που εκτείνεται σε ηπείρους και πολιτισμούς. Πλατφόρμες όπως το Twitter, το Instagram και το Facebook γίνονται αρένες όπου μοιράζονται αθλητικές ιστορίες, γιορτάζονται ορόσημα και υπερασπίζονται αιτίες.

Σε αντίθεση με τις παραδοσιακές μεθόδους που απαιτούν συχνά σημαντικούς προϋπολογισμούς, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προσφέρουν έναν οικονομικά αποδοτικό τρόπο για να συγκεντρώσουν υποστηρικτές. Ένα μόνο viral post μπορεί να οδηγήσει σε δωρεές από όλες τις γωνιές του πλανήτη.

Ο αρραβώνας, ο πυρήνας του αθλητισμού, βρίσκει τον τέλειο σύμμαχό του στα social media. Οι πλατφόρμες δίνουν τη δυνατότητα σε ομάδες και αθλητές να μοιράζονται περιεχόμενο πίσω από τα παρασκήνια, ζωντανές πληροφορίες αγώνα και διαδραστικές συνεδρίες. Αυτή η άμεση σύνδεση καλλιεργεί την αίσθηση του ανήκειν, μετατρέποντας τους οπαδούς σε δωρητές.

Με εργαλεία όπως η τμηματοποίηση κοινού και οι στοχευμένες διαφημίσεις, οι αθλητικοί έρανοι μπορούν πλέον να εξατομικεύουν τις καμπάνιες για συγκεκριμένες βάσεις θαυμαστών, διασφαλίζοντας ότι το μήνυμά σας έχει απήχηση και εμπνέει δράση

Η συνεργασία παίρνει μια μοναδική εξέλιξη στον αθλητισμό. Φανταστείτε να συνεργάζεστε με έναν γνωστό αθλητή ή έναν influencer, ενισχύοντας τον σκοπό σας σε εκατομμύρια οπαδούς του.

Τέλος, σε έναν τομέα όπου η εμπιστοσύνη παίζει καθοριστικό ρόλο, οι ενημερώσεις σε πραγματικό χρόνο σχετικά με τη χρήση κεφαλαίων, τις αναγνώσεις και τις ιστορίες επιπτώσεων εδραιώνουν τον δεσμό μεταξύ των αθλητικών οργανισμών και των υποστηρικτών τους.

Εν ολίγοις, η ενσωμάτωση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στη στρατηγική συγκέντρωσης κεφαλαίων για τον αθλητισμό δεν είναι απλώς μια επιλογή. Είναι επιβεβλημένο. Καθώς υπερασπίζεστε αθλητικούς σκοπούς, αφήστε αυτές τις πλατφόρμες να είναι οι πιο πολύτιμοι συμπαίκτες σας».

Εξωτερικές αναγνώσεις:

1. “The Networked Nonprofit: Connecting with Social Media to Drive Change” από την Beth Kanter και την Allison Fine

Αυτό το βιβλίο είναι απαραίτητο για οποιονδήποτε στον μη κερδοσκοπικό τομέα, συμπεριλαμβανομένων των αθλητικών οργανισμών. Παρέχει χρήσιμες συμβουλές για τη μόχλευση των κοινωνικών δικτύων για συγκέντρωση κεφαλαίων και υπεράσπιση.

2. «Digital Marketing for Sports Organizations: Engaging Fans and Sponsors in the Age of Social Media» του Ryan S. Sweeney

Ένας ολοκληρωμένος οδηγός για τις στρατηγικές ψηφιακού μάρκετινγκ, συμπεριλαμβανομένων των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, που μπορούν να χρησιμοποιήσουν οι αθλητικοί οργανισμοί για να προσελκύσουν θαυμαστές και να προσελκύσουν χορηγούς.

3. “Fundraising with Social Media: A Guide for Nonprofits” του Jeremy Haselwood
Αυτός ο οδηγός εμβαθύνει συγκεκριμένα σε στρατηγικές για τη χρήση πλατφορμών κοινωνικών μέσων για την ενίσχυση των προσπαθειών συγκέντρωσης κεφαλαίων.

4. Academic Paper: “Social Media for Promoting and Marketing Films” στο International Journal of Business and Social Science

Αν και επικεντρώνεται στις ταινίες, αυτή η εργασία παρέχει σχετικές γνώσεις σχετικά με τη χρήση των μέσων κοινωνικής δικτύωσης για μάρκετινγκ και προώθηση, τα οποία μπορούν να προσαρμοστούν για αθλητικές καμπάνιες συγκέντρωσης κεφαλαίων.

Εξωτερικά βίντεο:

<https://www.youtube.com/watch?v=IwMSxbjceBs>

<https://www.youtube.com/watch?v=n8gl62ynxeE>

Ελέγξτε τις γνώσεις σας:

Ερωτηματολόγιο:

1. Γιατί τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης θεωρούνται ένα οικονομικά αποδοτικό εργαλείο για τη συγκέντρωση κεφαλαίων για τον αθλητισμό;

- α. Αντικαθιστά την ανάγκη για φυσική παρουσία
 - β. Επιτρέπει στοχευμένες καμπάνιες
 - γ. Ελάχιστο προκαταβολικό κόστος
 - δ. Όλα τα παραπάνω
- Απάντηση: Δ)

2. Ποιο από τα παρακάτω ΔΕΝ αποτελεί βασική στρατηγική για την προσέλκυση θαυμαστών μέσω των social media;

- α. Αναρτήσεις τακτικά
 - β. Αγνοώντας σχόλια και μηνύματα
 - γ. Κοινή χρήση περιεχομένου πίσω από τα παρασκήνια
 - δ. Συνεργασία με influencers
- Απάντηση: Β)

3. Ποια είναι η σημασία της τμηματοποίησης του κοινού στη συγκέντρωση χρημάτων στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

- α. Επιτρέπει πιο εξατομικευμένες και στοχευμένες καμπάνιες
 - β. Μειώνει το κόστος της καμπάνιας
 - γ. Διασφαλίζει ότι η καμπάνια προσεγγίζει άτομα που είναι πιθανό να κάνουν δωρεές
 - δ. Όλα τα παραπάνω
- Απάντηση: Δ)

4. Πώς μπορεί η διαφάνεια στις καμπάνιες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης να ενισχύσει τις προσπάθειες συγκέντρωσης κεφαλαίων για αθλητικούς οργανισμούς;

- α. Χτίζει εμπιστοσύνη με το κοινό
- β. Συμμορφώνεται με τους νομικούς κανονισμούς
- γ. Προσελκύει περισσότερους εταιρικούς χορηγούς
- δ. Και το Α και το Γ

Απάντηση: Δ)

5. Ποια πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης είναι πιο γνωστή για το οπτικό της περιεχόμενο και είναι δημοφιλής μεταξύ των επαγγελματιών και των οργανισμών του αθλητισμού;

- α. Τουίτερ
- β. Ίνσταγκραμ
- γ. LinkedIn
- δ. Reddit

Απάντηση: Β)