

## Fundraising – fra idé til projekt

Gode råd og tips ved Chris Kroer Jensen, projektchef WestWind24

## **WHY**

- Vision og mission

## **HOW**

- Mindset , værdier & mål

## **WHAT**

- Beskrivelse af idé/projekt, værdiskabelse, interessenter, projekt-plan, budget











# Forretningsmodellen

Beskriver forretningsmodel for:

Udført af:

dato:  Dag  Må  År

udgave:  Nr.

<h3>Partnere</h3>  <p>Hvem er vores vigtigste partnere? Hvem er vores vigtigste leverandører? Hvilke Ressourcer køber vi ind hos vores partnere? Hvilke Aktiviteter udfører vores partnere?</p> <p><small>Godt eksempel på partnere: Opdrætning og pleje af hunde Begravelse og velvære Indbød af specialiserede Ressourcer og Aktiviteter</small></p>	<h3>Aktiviteter</h3>  <p>Hvilke aktiviteter kræves af vores: - værdifaktorer? - kunderelationer? - vej til kunderne? - indtægtskilder?</p> <p><small>Eksempler: Produktions design, fremstilling Forsinkelser, teknisk support, service Platformnetværk, it eksterne eller App Store</small></p>	<h3>Værdifaktorer</h3>  <p>Hvilken værdi skaber vi for kunderne? Hvilke af kundernes problemer løser vi? Hvilke af vores kunders behov opfylder vi?</p> <p><small>Skaber et tv værdi relation til Produkt "værdi" er innovativ Performance Kundetilfredshed Dokumentation af produkt kvalitet Design Brand/Status På Reducere kunders omkostninger Reducere kunders risiko Brugervenlighed</small></p>	<h3>Kunderelationer</h3>  <p>Hvad er relationen mellem kunderne og os? Hvilke relationer foretrækker vores kunder? Hvordan skaber vi og vedligeholder vi relationer? Hvordan påvirker kunderelationer værdifaktorer?</p> <p><small>Eksempler: Personlig opmærksomhed Webinars, e-Books Webinars, email newsletters Automated service Community of bruger/kunde</small></p>	<h3>Kunderne</h3>  <p>Hvem skaber vi værdi for? Hvem er vores vigtigste kunder? Hvad er vores kundesegmenter?</p> <p><small>Eksempler: Bæredygtigt Niche Markeder Kundesegmenter Kundegeneration (Børn betaler for forældre)</small></p>
<h3>Ressourcer</h3>  <p>Hvilke Ressourcer kræves af vores: - værdifaktorer? - kunderelationer? - vej til kunderne? - indtægtskilder?</p> <p><small>Eksempler: Fysiske ting (egen, leaset, malet) Intellektuelle Brønde, viden, data Netværk Finansiel</small></p>	<h3>Vejen til kunderne</h3>  <p>Via hvilke kanaler foretrækker vores kundesegmenter at vi når dem? Hvordan når vi kunderne i dag? Hvordan hænger de forskellige veje sammen? Hvilke veje fungerer bedst? Hvilke veje er de mest kost-effektive?</p> <p><small>Overvej om du vil: 1. Oprette kanal Hvad er den værdi som kanalerne giver? 2. Håndtere kanal til kunderne Hvad er fordelene ved at have flere kanaler? 3. Kvalitet Hvad er den værdi som kanalerne giver? 4. Levetid Hvad er den værdi som kanalerne giver? 5. Afslutning Hvad er den værdi som kanalerne giver?</small></p>	<h3>Omkostninger</h3>  <p>Hvor er de vigtigste omkostninger i forretningsmodellen? Hvilke Ressourcer er mest omkostningstunge? Hvilke Aktiviteter er mest omkostningstunge?</p> <p><small>Er forretningsmodellen mest afhængig af: Løst arbejdskraft (egen eller outsourcet), for salg og markedsføring, automatisering, outsourcing Varebaser (Hvad værdi for kunderne, hvilke værdifaktorer) Faste omkostninger Variable omkostninger</small></p>	<h3>Indtægter</h3>  <p>Hvilke værdifaktorer vil kunderne virkelig gerne betale for? Hvor meget er kunderne villige til at betale? Hvilke forskellige indtægtskilder er der? Hvordan foretrækker kunderne at betale? Hvor meget bidrager hver indtægtskilde til den totale omsætning?</p> <p><small>Eksempler: Produkt salg Abonnement Lån / Leasing Licens Forsinkelser / royalties Annoncering Service/Support Finansium</small></p> <p><small>Faste priser: Produkt salg Kunde engagement Værdier afhængig</small></p> <p><small>Blå faste priser: Tidssalgs Lån</small></p>	<h3>Omkostninger</h3>  <p>Hvor er de vigtigste omkostninger i forretningsmodellen? Hvilke Ressourcer er mest omkostningstunge? Hvilke Aktiviteter er mest omkostningstunge?</p> <p><small>Er forretningsmodellen mest afhængig af: Løst arbejdskraft (egen eller outsourcet), for salg og markedsføring, automatisering, outsourcing Varebaser (Hvad værdi for kunderne, hvilke værdifaktorer) Faste omkostninger Variable omkostninger</small></p>

## Inden ansøgning:

- Identificer relevante puljer og fonde

## Selve ansøgningen skal:

- beskrive projektet og det ansøgte formål
- udtrykke den bærende ide kort og klart med vægt på, hvem den hjælper, og hvorfor den er aktuel (jf. Business Canvas Model)
- bruge flere medier (tekst, tal, visualiseringer, film m.m.) for at understøtte budskabet
- henvise til evt. presseomtale af projektet, da offentlig synlighed er et stort plus for mange fonde
- emme af passion og engagement. Man vil mærke der er nogen, der har noget på hjerte, men også at de har tænkt sig om!
- beskrive projektets succeskriterier og effektmål samt milestones og deadlines for projektet – husk long-tail dimension af projektet
- specificere, hvad der måtte ønskes fra fonden/puljen, og hvorfor der er et godt match mellem projektets formål og fonden/puljens! **IMPORTANTE!**
- redegøre for eventuelle andre fonde, der er søgt
- indeholde samlet budget med finansieringsplan ( evt. medfinansiering via timer)

## Gode råd og tips til dialogen

1. Vær tro mod dit projekt
2. Beskriv det unikke og innovative i projektet
3. Tænk i tværfaglige og lokale/regionale partnerskaber
4. Megatrends og bevægelser der kan tappes ind i
5. Long-tail værdi af projektet
6. Fokusér din ansøgning – ikke med spreddehagl
7. Jo større projekt – ansøgt beløb – overvej fundraiserhjælp
8. Kontaktperson ved fonden
9. Ved afslag – forsøg at få forklaring herpå
10. Der kan evt. ansøges igen ved ny runde

Spørgsmål?

Tak for opmærksomheden og pøj pøj med ansøgningerne

Kontaktoplysninger:

Chris.kroer.jensen@rksk.dk  
60861717