



CEE FUNDRAISING  
CONFERENCE

**GROW FAST:**  
**INVEST IN BUSINESS**  
**PARTNERSHIP'S (SYNERGIES)**

**DOING WELL BY DOING GOOD**  
**(STRATEGIES)**



**Betsy Akin**



**Sylwia Kobayashi**





- welcome & goals for the sessions
- why partner?
- "right" business partnership?
- partnership benefits/expectations
- 4 partnership examples
- YOUR work. How to get ready?
- Q & A
- DO's and DON'Ts



CEE FUNDRAISING  
CONFERENCE

# why partner?

## BUSINESS

# WHY would **BUSINESS** partner NGO's?

- Happier shoppers, employees
- A Story is created.
- Increase brand loyalty
- Generate brand awareness and visibility
- Change or reinforce image
- Increase sales
- Differentiate brand from competitors
- marketing/pr/  
Events





CEE FUNDRAISING  
CONFERENCE

# why partner?

## NGO'S

# **WHAT** do NGO's need from **BUSINESS?**

**TO SUPPORT WITH  
PROMOTION - LEADS**

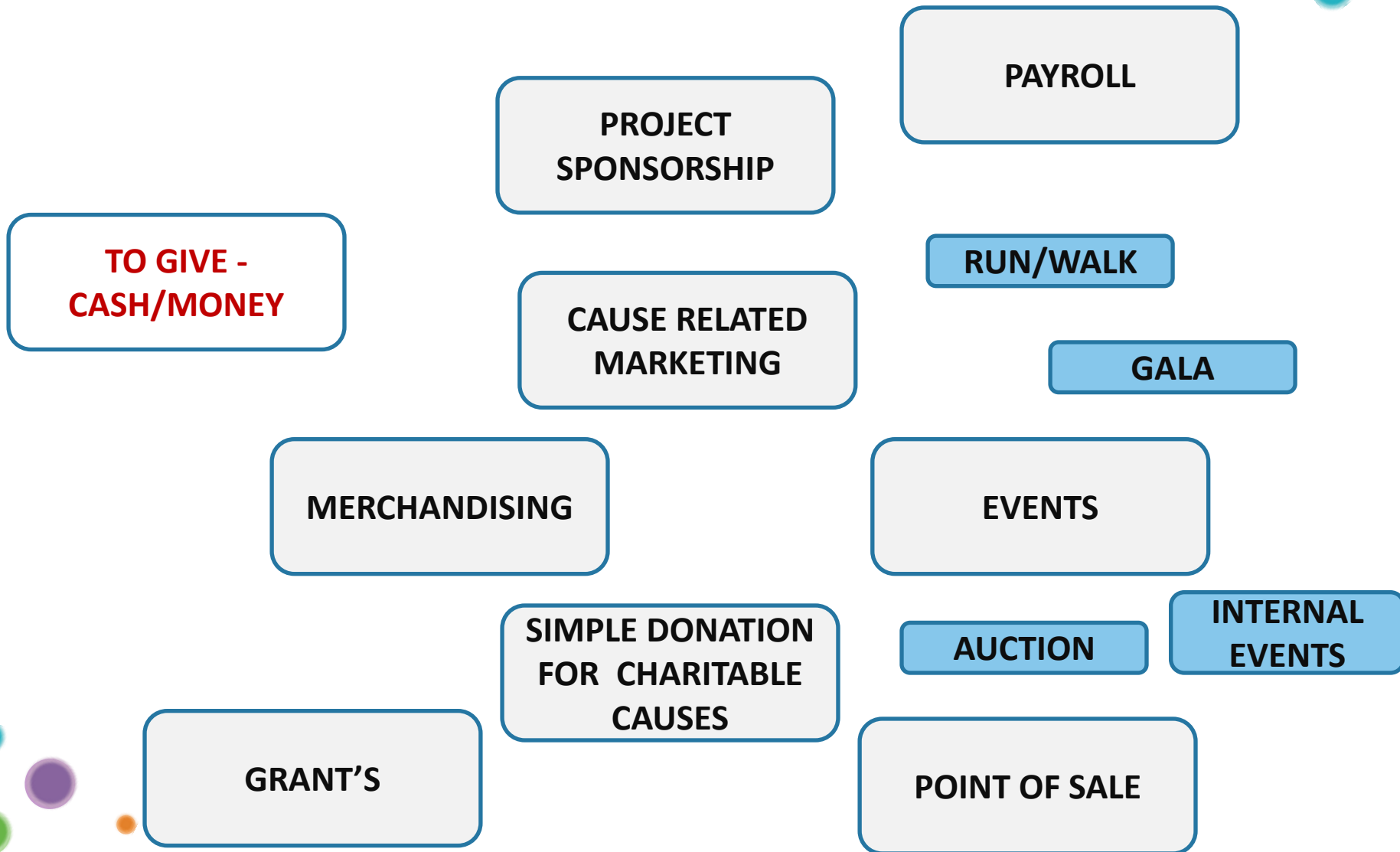
**TO GIVE -  
CASH/MONEY**

**SUPPORT WITH PEOPLE  
– VOLUNTEERS,  
PR, MEDIA**

**GIFTS IN KIND:  
KNOW HOW/SERVICES/  
PRODUCT**

**BE A PART OF YOUR  
MISSION**

# Ways businesses can support NGO





CEE FUNDRAISING  
CONFERENCE

# BUSINESS/NGO CASES





CEE FUNDRAISING  
CONFERENCE

# Cash register



# “Very Good Manner” – Red Cross

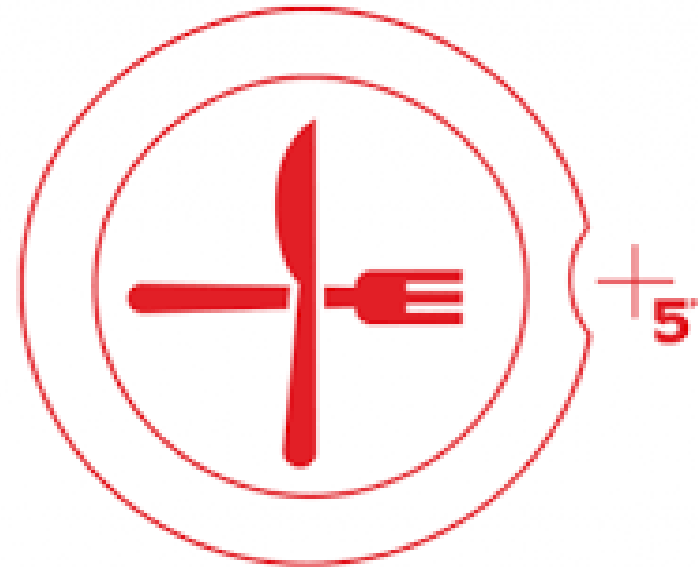
on NGO side:

**POLISH RED CROSS**

on Business side:

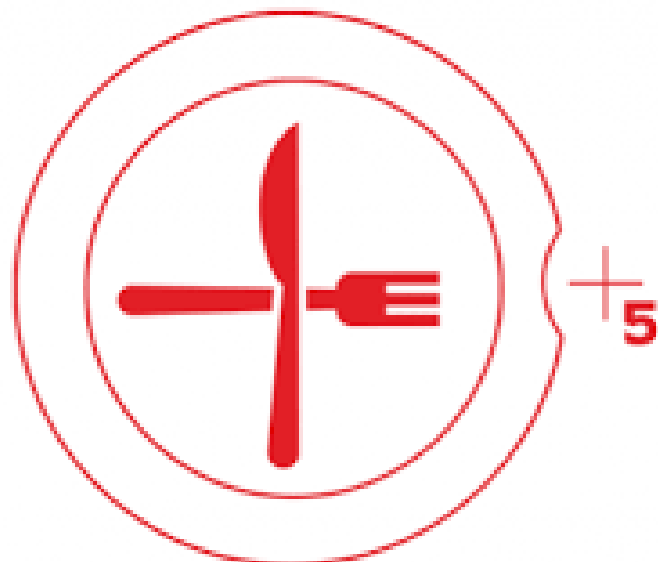
**RESTAURANT’S CHAIN  
+ INDIVIDUAL DONORS**

**BARDZO  
DOBRE  
MANIERY**





**BARDZO  
DOBRE  
MANIERY**



# business partnership: % of sales, online, in store.



# Employee's engagement #1 : PAY ROLL

on NGO side:

**BOŚ BANK Foundation/  
Saint Nicolaus Foundation**

on Business side:

**BOŚ BANK**

**POMAGAM  
CAŁY ROK**

## DEKLARACJA PRZYSTĄPIENIA

Regularna składka pracownicza w BOŚ S.A

Imię: \_\_\_\_\_

Nazwisko: \_\_\_\_\_

Adres e-mail: \_\_\_\_\_

Jednostka org. BOŚ SA. \_\_\_\_\_

Oświadczam, że przeznaczam poniższą kwotę na rzecz projektu Fundacji BOŚ S.A.: „POMAGAM CAŁY ROK”. Wobec powyższego proszę o potrącanie przez BOŚ S.A. z mojego wynagrodzenia za pracę wskazanej poniższej kwoty co miesiąc począwszy od kolejnego miesiąca, a następnie przekazywanie jej bezpośrednio na konto Fundacji Banku Ochrony Środowiska S.A.

Kwota: \_\_\_\_\_ zł, \_\_\_\_\_ (słownie złotych)

**Moja darowizna zostanie przekazana na:**

- Stypendia dla zdolnych dzieci z rodzin o niskich dochodach (50% kwoty)
- Fundusz wsparcia dla pracowników BOŚ w trudnej sytuacji losowej (50% kwoty)

Oświadczenie ważne jest od dnia \_\_\_\_\_ do odwołania lub zmiany decyzji.

\_\_\_\_\_  
miejscowość i data

\_\_\_\_\_  
podpis pracownika

**UWAGA! Każda darowizna trafi w 100% na pomoc osobom potrzebującym. Fundacja BOŚ nie pobiera żadnej opłaty za obsługę projektu. Środki zgromadzone w ramach funduszu wsparcia dla pracowników są dzielone komisyjnie w oparciu o regulamin. Deklarację można wycofać lub zmienić w dowolnym momencie.**

Wyrażam zgodę, aby moje dane osobowe zostały przekazane przez BOŚ S.A. i umieszczone w bazie Fundacji Banku Ochrony Środowiska z siedzibą w Warszawie, al. Solidarności 104 i były przetwarzane przez Fundację jako administratora tych danych dla celów związanych z wykorzystaniem darowizny. Jednocześnie oświadczam, iż dane podaję dobrowolnie oraz przyjmuję do wiadomości, że przysługuję mi prawo wglądu do danych, ich poprawiania lub usunięcia.

\_\_\_\_\_  
miejscowość i data

\_\_\_\_\_  
podpis pracownika

**Dziękujemy!**

**Każda kwota to konkretna pomoc dla osób potrzebujących!  
To wspaniały DAR SERCA!**

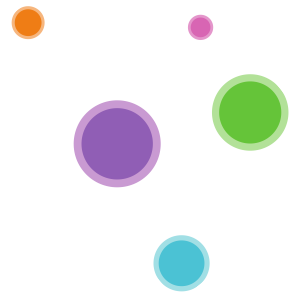
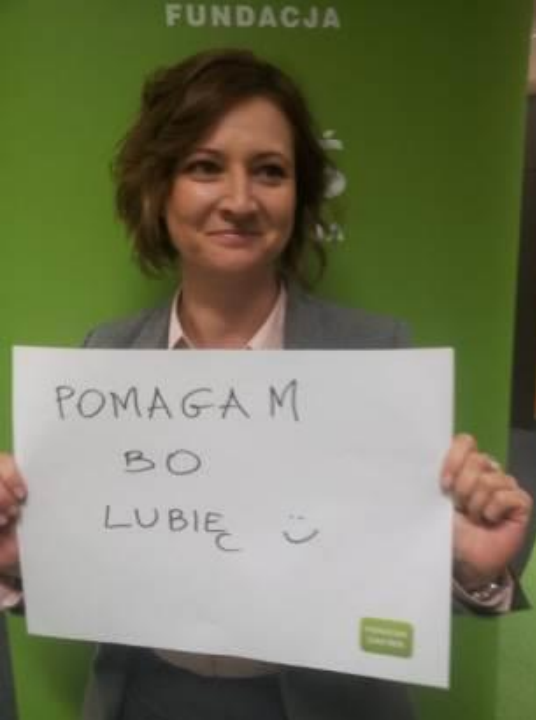
Masz pytania, sugestie dotyczące deklaracji i projektu?

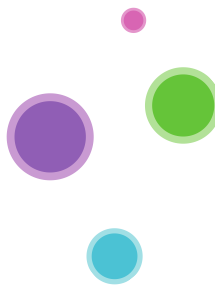
Zadzwoń lub napisz: Ola Walczak, tel. 882 120 970 lub 22 532 71 97, [ola.walczak@fundacjabos.pl](mailto:ola.walczak@fundacjabos.pl)

\*\*\*

Fundacja Banku Ochrony Środowiska, al. Solidarności 104, 01-016 Warszawa, KRS: 0000347694  
e-mail: [biuro@fundacjabos.pl](mailto:biuro@fundacjabos.pl)







# Employee's engagement: # 2 – employee's choice

on NGO side:

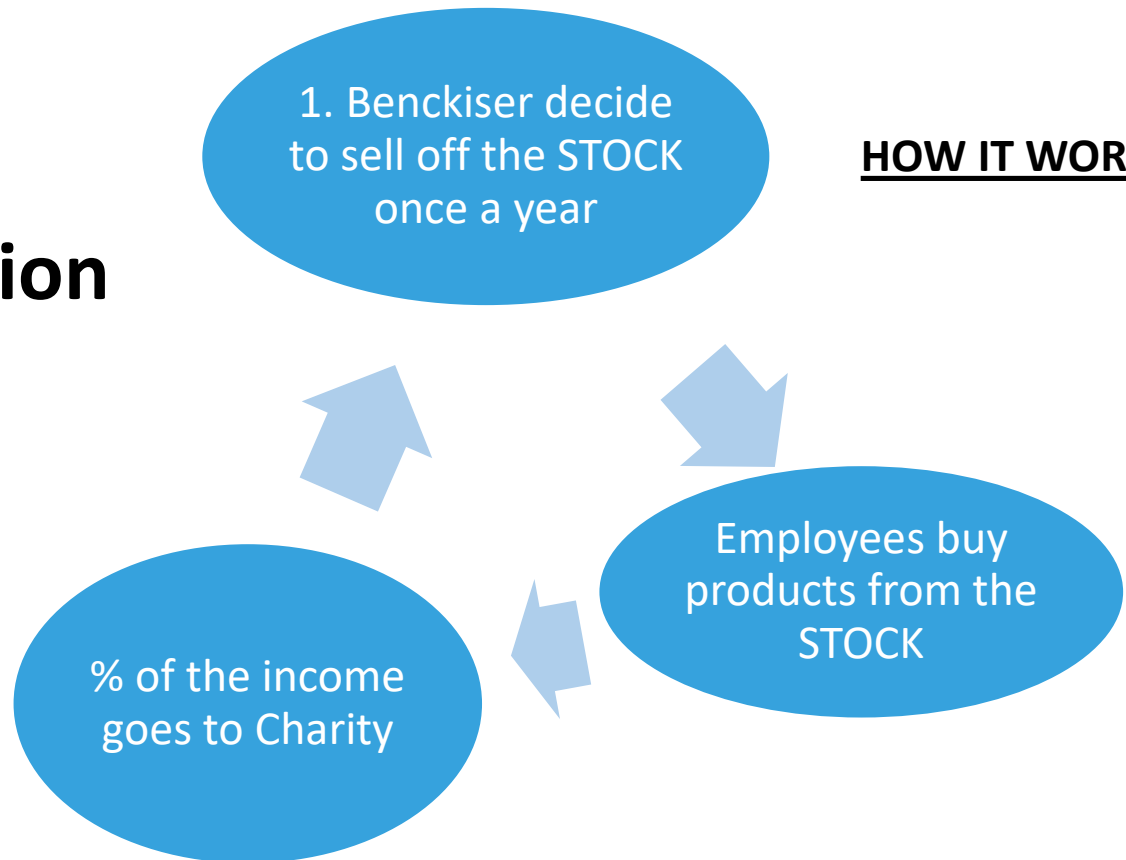
**Children Foundation**

on Business side:

**Reckitt Benkiser**

(Woolight, Calgon)

HOW IT WORKS:



# Charitable Events: WALK

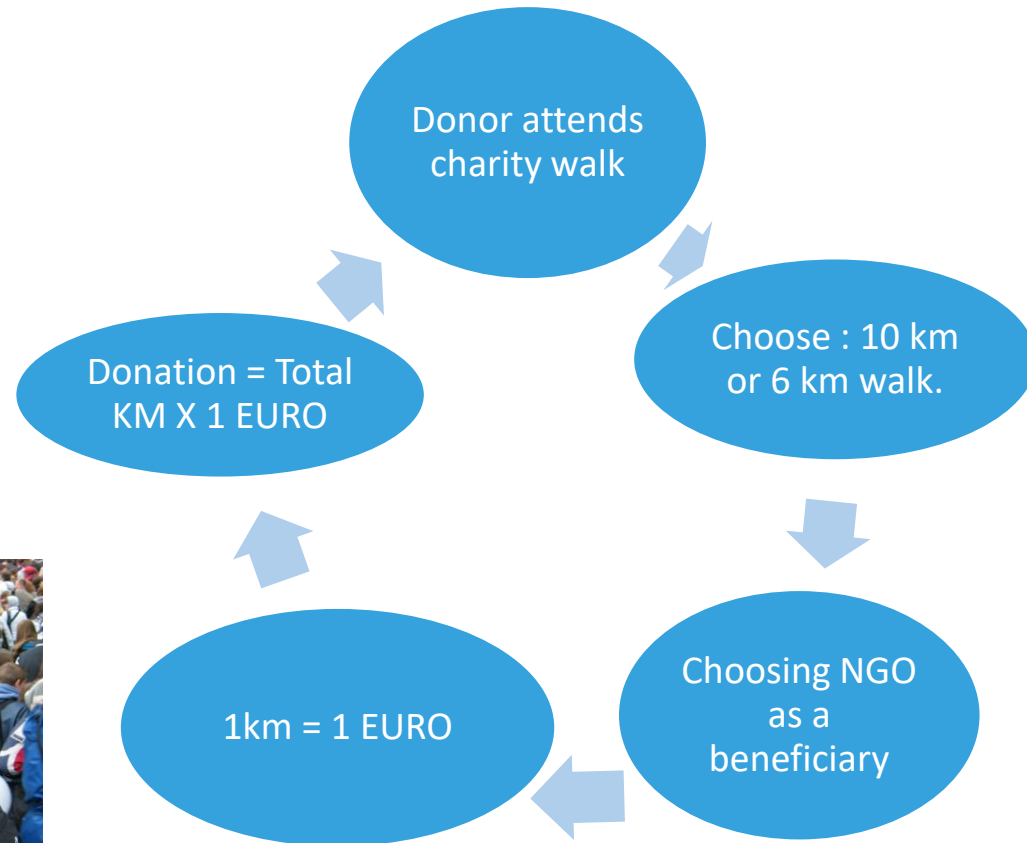
## HOW IT WORKS:

on NGO side:

**WWF**

on Business side:

**ECCO - shoes**





4 key **AREAS** you need to plan  
to find a new business partner.



**WHAT IS MY  
OFFER?**

**WHO I AM  
TARGETING?  
WHERE DO I FIND  
THEM?**

**HOW DO I GET THERE?  
MY PROSPECTING  
PROCESS**

**HOW TO KEEP MY  
PARTNER  
MY RETENTION'S  
PROCESS**



# Are YOU ready?

## Let's work



# DO'S and DON'Ts.

# Q & A



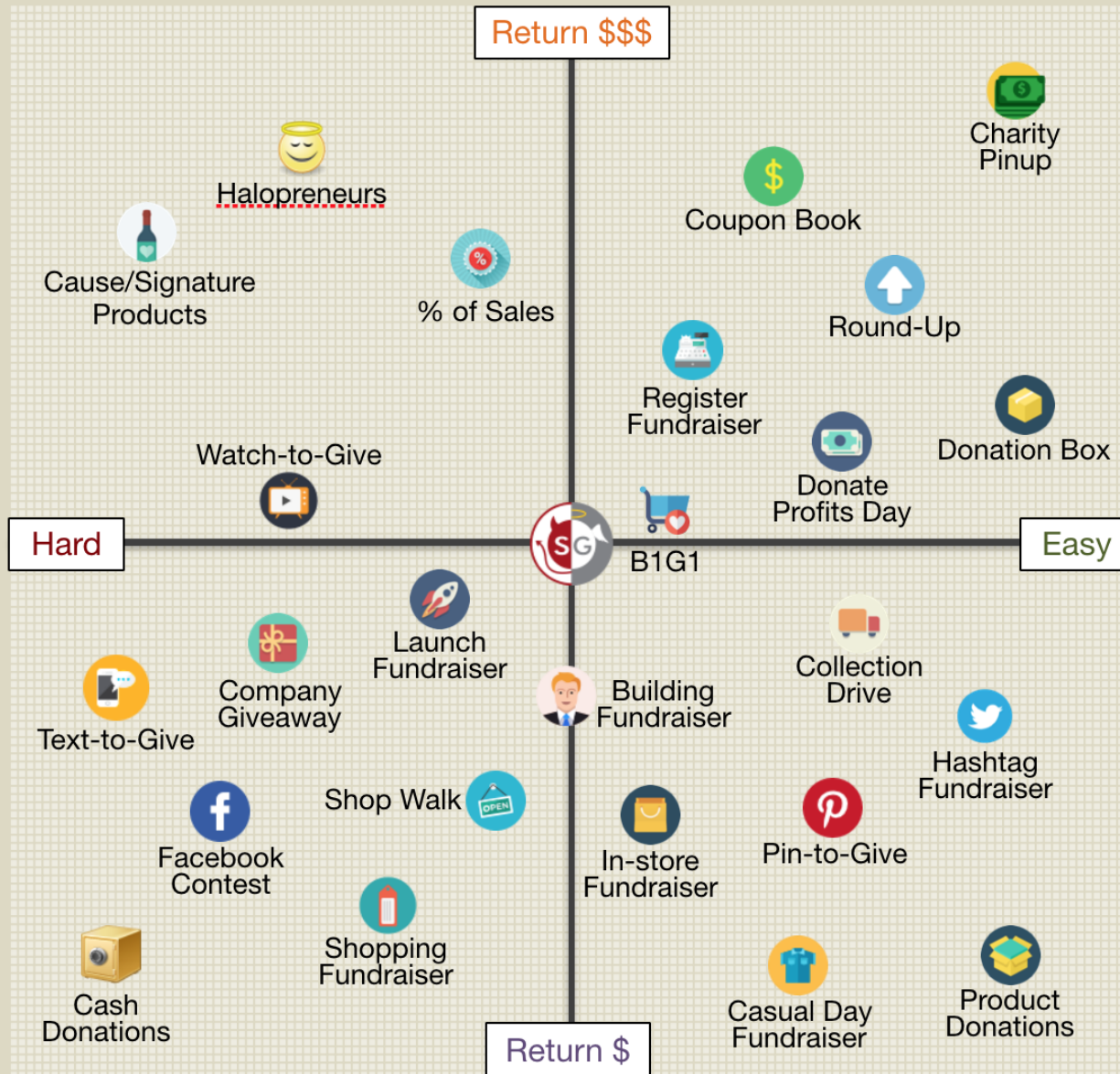
# Thank YOU

## Betsy Akin & Sylwia Kobayashi



CEE FUNDRAISING  
CONFERENCE

# The Cause Marketing Matrix



Which cause marketing fundraiser is right for you?

A lot will depend on your business partner. But it all starts with an asset analysis to determine what resources and opportunities are available.

For more info, visit Selfish Giving or pick up my book: *Fundraising with Businesses: 40 New Strategies for Non-profits.*

**Presented by**







**Children's  
Miracle Network  
Hospitals**

Children's Miracle Network raises over \$100 million per year from checkout fundraisers.



Transparency is critical. Be open about who is getting the money & how much is being donated.



B1G1 programs come in all shapes & sizes. When you buy a PB&J sandwich at Which Wich they donate one to the needy.



Boston Marathon weekend, PUMA donated \$100 to Soles for Souls for every mile logged on its in-store treadmill.



Scan the back with your smartphone and French's will donate \$1 to Autism Speaks.\*\*\*



A cause product is made specifically to benefit a cause. Apple's red watch supports Product RED.

## #1 Checkout Programs

Even local checkout programs can raise 5 & 6 figures from pinups, donation boxes, roundups, etc.\*



During Negroni Week, bars around the world donate \$1 from every Negroni sale to charity.\*\*



Companies like Warby Parker, TOMS & Harry's popularized the B1G1 model.



CSX Transportation donated \$1 to Wounded Warriors for every ten pushups recorded at DropAndGiveThem10.com.

## #2 % of Sales

## #3 Buy-One Give-One

## #4 Action Triggered

## #5 Digital Programs



Hashtag programs are one of the most popular digital fundraisers. Hashtag = Donation. #wickedawesome

## #6 Cause Products



A signature cause product is an iconic brand item that benefits a cause. White Castle's ham-burger & onion scented candle supports Autism Speaks.