

# 非盈利组织 非盈利组织筹资心得体会(汇总5篇)

在日常的学习、工作、生活中，肯定对各类范文都很熟悉吧。大家想知道怎么样才能写一篇比较优质的范文吗？以下是我为大家搜集的优质范文，仅供参考，一起来看看吧

## 非盈利组织篇一

随着社会的发展，非盈利组织的数量和重要性日益增加，这些组织致力于推动社会进步和改善弱势群体的生活。然而，由于经费的限制，非盈利组织的筹资一直是一个重要且困难的问题。在多年的筹资工作中，我认识到了一些重要的心得体会，本文将从五个方面谈谈我的经验。

首先，寻找合适的捐助者是筹资的第一步。无论是个人还是企业，他们都应该与组织的价值观和使命相契合。对于企业来说，他们的捐助应该与其企业形象和社会责任相匹配。对于个人捐助者来说，他们应该与组织的使命和项目建立起共鸣。通过寻找合适的捐助者，我们能够增加筹资的成功率，并且建立起长期的合作关系。

其次，筹资活动应该具有吸引力。一味地向人们乞讨是不会取得好效果的。相反，我们需要利用各种创意和媒体资源，将筹资活动包装成有趣且具有吸引力的形式。例如，可以组织一场慈善晚宴，邀请名人或专家演讲，同时为捐助者提供特殊礼物和感谢信。这样的活动不仅能够为组织筹集更多的资金，还能够提升组织的知名度和形象。

第三，与捐助者建立真诚和互惠的关系是非常重要的。捐助者不仅仅是资金的提供者，他们还是组织成长和发展的伙伴。我们应该及时与捐助者保持联系，向他们反馈筹款的进展，分享项目的成果和影响，并向他们提供参与组织其他活动和

决策的机会。只有和捐助者建立密切的关系，我们才能够更好地理解他们的需求和期望，从而为他们提供更好的服务。

第四，多元化筹资渠道是提高筹资效果的重要手段。除了向企业和个人捐助者寻求支持外，我们还可以寻找政府拨款、国际组织援助、基金会资助和社会众筹等方式。尽管这些渠道可能会带来一些限制和挑战，但它们带来的资金和资源支持也会对组织的发展起到积极的促进作用。因此，我们应该积极探索、开拓和利用不同的筹资渠道。

最后，透明度和诚信是筹资工作的基石。无论是捐助者还是组织成员，他们都希望看到筹集的资金被用在合适的地方，实现组织的使命和目标。因此，我们应该及时向捐助者公开筹资的情况，展示资金的流向，并接受捐助者的监督和检查。我们还应该确保每一笔资金都合法使用，并且能够为捐助者提供详尽的财务报告。只有通过透明度和诚信，我们才能够赢得捐助者的信任和支持。

筹集资金是非盈利组织发展的关键步骤，也是组织能否长期运营的决定性因素之一。通过寻找合适的捐助者、创造吸引力的筹资活动、与捐助者建立真诚和互惠的关系、多元化筹资渠道和保持透明度和诚信，我们能够提高筹资的成功率，并为组织的发展创造更多的机会。希望我的心得体会能够对其他非盈利组织的筹资工作有所启发。

## 非盈利组织篇二

第一段：介绍非盈利组织筹资的重要性和挑战性（约200字）

非盈利组织在追求公益目标的同时，必须面对筹集资金的挑战。筹资是非盈利组织存在和持续发展的重要保证，不仅关系到项目顺利推进和服务覆盖范围的扩大，还能提升组织的声誉和社会影响力。然而，非盈利组织筹资面临着严重的困难，包括捐款者意愿的不稳定、捐款额度的不确定和筹款手

段的有限等问题。在筹集资金的过程中，非盈利组织需要根据筹资的本质和目标，合理安排策略，提高效率，扩大影响力。

## 第二段：了解受众和培养关系（约200字）

在筹资前，了解受众群体是至关重要的。通过市场调研和分析，非盈利组织可以确定最有可能支持和认可自己项目目标的受众。与受众进行定期交流，并及时回应他们的需求和反馈，有助于建立良好的关系。同时，可通过发表年度报告、组织庆典或志愿者培训等形式增进与捐助者和志愿者的联系，提高他们的忠诚度和参与度。培养关系的同时，也要尊重受众的意愿和权益，确保筹资活动的透明度和合法性。

## 第三段：多元化筹款渠道的优势和策略（约300字）

为了应对不稳定的捐款者意愿和不确定的捐款额度，非盈利组织需要开发多元化的筹款渠道，以降低筹资风险和保持筹款活动的持续性。其中，个人捐款、公司捐款、基金会捐款、政府资助和项目合作等都是常见的筹款方式。在选择和开展筹款渠道时，非盈利组织需要符合相关的法律和规定，注重社会效益和可持续性，并注重与相关组织的合作和共赢。同时，也要积极运用新媒体和网络平台，提高筹款效率和参与度。

## 第四段：强化筹资活动的专业化和创新性（约300字）

筹资不仅涉及到策略和渠道的选择，还需要专业化和创新性的管理和推广。非盈利组织可以引入专业筹资人员或团队，负责筹款计划的制定、执行和监督，提高筹款的专业性和效果。创新筹款活动和方式，在新的角度和形式下呈现组织的使命和价值，有助于吸引捐助者和提升组织的关注度。此外，也可着重培训内部志愿者，在社区宣传、义卖等活动中发挥积极作用，充分利用志愿者的广泛联系和影响力。

## 第五段：总结心得并展望未来（约200字）

筹集资金对非盈利组织来说是一项重要而具有挑战性的任务。通过了解受众、培养关系、开发多元化的筹款渠道和强化筹款活动的专业性和创新性，非盈利组织可以更好地应对筹资困难，并为自身的发展和项目的实施提供有力支持。然而，筹资工作的完成并不意味着结束，它应被视为一个持续的过程。未来，非盈利组织需要不断适应社会环境的变化和捐赠者的期望，进一步提高透明度和效率，为实现公益目标而努力。

## 非盈利组织篇三

随着社会进步和经济发展，非盈利组织扮演着日益重要的角色，他们的活动旨在推动社会福利和改善社会生活。可持续性的运营对于这些组织是至关重要的，而筹资是实现这一目标的关键环节之一。在过去的几年里，我参与了一项非盈利组织的筹资活动，并从中收获了许多宝贵的经验和体会。

首先，在筹资活动之前，确立明确的目标非常重要。明确的目标不仅有助于准确定位筹资活动的范围和力度，还能更好地激发志愿者和捐款者的参与热情。在筹资计划中，我们设置了具体的货币目标，并与志愿者和团体进行了详细的沟通，确保每个人都明白我们的筹资活动的目标和意义。这种明确的目标有助于营造出积极的筹款氛围，并最终取得了不错的筹资成果。

其次，我们注意到培养和维护慷慨捐款者的关系是筹资工作中不可或缺的一环。对于那些长期支持我们组织的个人和企业来说，我们非常重视与他们的联系和交流。通过定期的沟通和感谢信函等形式，我们向捐款者展示了他们的捐款对我们组织的重要性和影响，并同时寻求他们对筹款活动的更多支持。与捐款者建立良好的沟通和信任关系非常重要，这有助于提高捐款者的参与度和忠诚度，为组织长期稳定的运营

提供土壤。

第三，多元化筹资渠道可以更好地满足不同捐款者的需求和意愿。我们认识到，捐款者们对于捐款方式有不同的倾向和偏好。有些人喜欢线下活动，如义卖和慈善晚宴，而另一些人更愿意通过在线平台进行捐款。为了尽可能地满足他们的需求，我们采取了多种筹款方法，例如线上线下结合，通过社交媒体宣传和发起在线募捐等。这种多元化的筹款渠道使得更多的捐款者可以参与到我们的筹款活动中来，从而提高筹资的效果。

此外，筹款过程中的透明和公开也是获得捐款者信任和支持的关键要素之一。我们认为，捐款者有权了解他们的捐款将如何被使用，并对我们组织的财务情况有一定的了解。为了确保透明度，我们制定了详细的预算和报告，并在活动结束后向捐款者提供了相关的财务报告。这种公开和透明的做法赢得了捐款者的信任和对我们的组织的认可，使他们更加愿意长期支持我们的事业。

最后，我们还意识到定期评估筹资工作的效果和成效的重要性。通过定期的反思和总结，我们能更好地了解哪些策略和方法是有效的，哪些是需要改进的。我们总结了筹资活动中的成功经验和不足之处，为未来的筹款计划提供了宝贵的经验教训。不断的评估和改进是筹资工作中持续发展的关键，它使我们能够在竞争激烈的筹款环境中保持优势。

总之，非盈利组织的筹资工作不仅仅是为了获得资金，更是提高组织可持续性和实现社会使命的重要手段。通过设立明确的目标、建立良好的捐款者关系、多元化筹款渠道、透明和公开以及定期评估，我们可以提高筹资活动的效果，吸引更多的捐款者参与，并为非盈利组织的发展提供更好的支持。

## 非盈利组织篇四

7月29日，sprintnextel公司给大约1000人发出了通知，告知他们被“解雇”了，接收通知的人不是这家公司的员工，而是其客户，这家无线服务提供商对自己的一组高端客户进行了为期一年的关于客户求助电话的次数、频率的跟踪调查。sprintnextel公司的一位发言人说：“有时候这些客户会在一个月之内对于同一个问题呼叫客户服务中心上百次，而我们觉着这些问题已经解决了。公司最终作出决定，因无法满足这部分客户的服务要求而中止与其商业往来。”

与此相似，txu公司（texas州的一家大型电力供应商）实施了一项名为“严厉的爱”的市场营销策略，以应对来自于能源市场的竞争压力。这家公司对拖欠费用的客户采取严厉的措施，中止对他们提供服务，并对按时付费的客户予以奖励。如此一来，这家公司不仅减少了坏账损失，而且通过减少员工与拖欠费用者斡旋的时间提高了生产力。txu公司的一位财务高层管理人员说，从一个按时付费且从不打电话咨询的客户身上获取的利润要远远高于一个天天打电话咨询的客户。

“客户剥离”，即企业对现有客户停止提供产品或服务，曾经被认为是不可理解的。然而，客户剥离如今正在成为许多组织的战略选择。当然，鉴于获取新客户的高额成本及不同细分市场交叉销售的复杂性，客户维持也是必要的。但是一些企业正在利用市场细分的新技术和新方法区分客户，从而保留高回报率的客户，摒弃问题客户。

我们的研究确认了企业与终端客户中止商业往来的四个普遍原因：对特定客户的利润不断下降，员工与非盈利客户打交道的低效率，服务大型客户能力的改变，公司战略的转变。

且不说客户剥离战略对利润和企业运行的即时影响，很多经理担心长期的衍生效果，比如客户的报复行为，或被视为行

业反叛者导致企业的名声受损。确实，客户剥离战略的间接危害有可能很大：你可能无意中把业务推给竞争者而帮了他们的大忙；你有可能伤害你精心维持的高价值客户，因为你的客户剥离行为有可能让他们认为你在提供服务时不友好。

在剥离客户之前，企业能够按照以下五个步骤进行操作，效果会比较好。它会帮助执行人员跳出利润来看待客户剥离问题。

这个模型提供了一个客观评价每个客户当前和潜在价值的系统。简言之，要把每个客户关系置于一定的背景下，然后再作出决定，采取行动。这五个步骤是：第一，重新评估企业与客户的关系；第二，教育引导非盈利客户；第三，进行价值主张再谈判；第四，将客户迁徙到其他合作伙伴或供应商；第五，中止商业往来。

在一定的情况下，客户剥离（如果正确实施）可以成为有效的战略，虽然是不得已而为之。

## 为什么要进行客户剥离

客户剥离的首要原因是利润率低。这种情况在金融和保险业相当普遍，这两个行业的利润取决于客户的风险因素。2002年，allstate和nationwide公司就分别舍弃了佛罗里达州的9.5万个和3.5万个家庭保险客户，以避免未来巨额亏损。这是因为和年佛罗里达州先后7次遭受大飓风的侵袭。

服务业和零售业也通过舍弃客户避免损失，

，总部位于波士顿的basement公司就舍弃了两个全国范围的长期客户，因为这两个客户过度的反馈和投诉耗费了basement公司宝贵的时间和资源。而零售商sears和bestbuyer对特定商品收取返货费，以阻止客户返还产品，因为这些产品由于过期或原始包装缺失而必须降价出售。轿

车租赁公司对那些曾经损坏过其交通工具的棘手客户说不。一位经理说，采取保护措施是绝对有必要的，如果有人想抬高我们的经营成本，我们必须进行自我保护。

一些组织掌握了系统的区分盈利与非盈利客户的方法。这些组织使用分析工具和手段计算客户的终生价值及其他相关变量。例如Fedex公司在上个世纪90年代末就压缩了大客户的数量，这些大客户为公司带来了10%货运量和收益。《华尔街日报》的一篇文章说Fedex公司发现一些客户，包括大宗民用投递业务，并没有给公司带来先前谈判打折率时他们所承诺的收益。所以Fedex公司提高了对这些客户的投递费用。

客户剥离的另一个原因是为了提高员工的生产率和士气。粗鲁和令人讨厌的客户往往阻碍员工完成工作甚至降低他们继续留在公司的愿望。试想餐馆的一位常客，他每次都会在食品和酒上出手阔绰，然而却经常服务员或打扰其他客户。为了留住员工，或者保留其他盈利客户，这位常客就应该被扫地出门。对于b2b行业来说，如果问题客户不清理，企业就要承受员工高流失率和技术流失的风险。一位大公司的执行人员告诉我们说：“问题是我们是否想留住我们的员工。客户对我们的员工要求太过苛刻，而我们的员工有反抗的权利。我们珍视我们的工作人员，我们很客气地告知客户，我们不能继续为他们效劳了。”一家咨询公司的一位工作人员说：“我和同事曾经为一个消费商品包装业的客户提供服务。这位客户永远不会觉着自己赢家，除非其他人都输了。即使我们把最好的方案拿给他，他也会鸡蛋里挑骨头。这让我们心力交瘁。我们把这种情况反馈给了公司，公司决定不再为这位客户提供咨询服务。”

客户剥离的第三个原因是企业的生产能力受到限制。一些企业缺乏适当的技术、人员或财力继续为一部分客户提供特定服务。此外，一些企业低估了客户的需求以及新的法规或环保制度的力量。两家会计公司的管理者说Sarbanes-Oxley法



案颁布后，他们公司摒弃了数百个美国客户，因为该法案要求延长服务大型上市公司的时间，他们公司无法匀出足够的人力为规模较小的公司提供服务。

最后，一些企业认为，虽然有一定程度的人为因素，客户剥离其实是企业发展战略的自然结果。当一家企业决定停止提供特定的商品或服务，或者退出某个细分市场，它会间接地告诉客户去寻找能够满足他们需求的其他商家。以at&t公司为例，at&t公司决定将注意力集中于商业市场，而非民用客户，at&t公司并没有刻意中止与个人客户的关系，但是自然原因以及竞争者的侵蚀使得at&t公司的民用客户数量急剧减少。

一些企业通过剥离客户以纠正过去的战略失误。一个世界级的远程通信商经理告诉我们，他们曾经在上个世纪90年代末，为了争取市场份额而不加区分地与众多小客户签订合约。然而到了2000年，这些小客户要么已经退出市场，要么不盈利。他承认，公司正在为当年的举措付出代价。他们必须剥离客户，裁员并重建组织结构。与此相似，为了应对丑闻和sec调查，在一份迟到的利润审计报告显示公司无法从25%的客户身上获利后，2005年，保险大亨marsh&mclennan在全球范围内剥离了数千家客户，marsh&mclennan公司首席执行官michaelsky告诉《华尔街日报》，短期的解决方案就是剥离非盈利客户和裁减员工。

## 非盈利组织篇五

### 食品安全工作小组名单

食品安全是学生营养餐工作重中之重，贯穿于整个学生营养餐工程的始终，为给我校学生营养餐工作把好质量关，确保食品卫生安全，根据上级相关部门的文件精神，结合我校实际，经学校行政会议研究决定，特成立《田坝中学学生营养餐工程食品安全领导小组》，小组成员名单如下：

组长：严书贤

副组长：周珍成成员：罗勇徐生太曹德权谢金祥罗正祥

周训贤徐林赵继永周遵平钱鹏升

领导小组下设营养办公室：由周珍成同志兼任办公室主任，曹德权同志兼任办公室副主任。

七星关区田坝中学

2014年8月2

4田坝中学2014年秋季学期学生营养餐

财务管理小组名单

财务管理是学生营养改善计划的核心工作，为了使我校学生营养餐经费管理安全化、规范化，根据七星关区营养办《学生营养改善计划学校财务管理制度》的精神，结合我校实际，经学校行政会议研究决定，特成立学生营养餐财务管理小组并明确相应职责。

组长：严书贤

副组长：周珍成曹德权

成员：徐林罗健华罗忠俊

七星关区田坝中学

2014年8月24日

田坝中学2014年秋季学期学生营养餐

## 膳食监督委员会名单

为了使我校学生营养餐工作得以保质保量的开展，根据七星关区教育局营养办《学生营养改善计划学校监督小组职责》的精神，结合我校实际，特建立田坝中学营养改善计划监督体系，经学校行政会议研究决定，成立学生营养餐监督小组。

组长：赵坦（镇党委委员）

副组长：周珍成（副校长）

罗正祥（工会主席）

成员：钱鹏升（教导主任）

罗忠学（教师代表）

王华（教师代表）

邹忠远（学生家长）

刘丽（学生代表）

七星关区田坝中学

2014年8月24

七星关区田坝中学

## 学生营养餐工程领导小组名单

为使学生营养餐工作顺利开展，保障营养餐经费落到实处，确保食品卫生安全，经学校行政会议研究决定，特成立田坝中学学生营养餐工程领导小组，成员如下：

组长：严书贤（校长）营养餐工程第一责任人

副组长：周珍成（副校长）

罗勇（副校长）

曹德权（办公室主任）

成员：徐生太谢金祥罗正祥钱鹏升赵继永周训贤徐林周遵平  
罗健华

领导小组下设营养餐工作办公室：由曹德权兼任办公室主任，徐林兼任办公室副主任，负责监督落实营养计划，处理日常事务。

七星关区田坝中学

2014-8-24