

Podziękowania (7)

Przedmowa (9)

1. Definicja i paradygmat (13)

- Co to jest ten fundraising? (13)
- Paradygmat (14)
 - o Co mówią nam gen. Patton i Janina Ochojska? (15)
 - o Fundraising to relacje. Prawdziwe relacje (16)
 - o Ludzie dają ludziom, rzadko szyldom (17)
 - o Fundraising kosztuje (18)

2. Zasady (21)

- Przekaz skupiony na Darczyńcy (21)
- Nacisk na najwyższy ROI (22)
- Personalizacja (24)
- Ułatwiał przekazanie darowizny (28)
- Konwersja przypadkowych Darczyńców w regularnych (29)
- Fundraiser to nie najemnik (31)

3. Przygotowania (33)

- Funkcje w zespole (33)
- Kluczowe procesy (35)
- Narzędzia (36)
- Rekonstrukcja zasobów (38)
- Minimalizacja ryzyk (41)
- Trening zespołu i małe radości (42)
- Narracja (43)

4. Idziemy w bój! (45)

- Social fundraising (45)
 - o Spotkania osobiste (46)
 - o Druk i direct mailing (48)
 - o Internet (50)
 - o Wydarzenia (52)
 - o SMS-y (54)
 - o Fundraising uliczny (56)
 - o Pamiętaj koniecznie! (57)
- Fundraising korporacyjny (58)
 - o Małe firmy (58)
 - o Średnie firmy (59)
- Sponsoring (61)
 - o Ważne są cele Sponsora (case study) (61)
 - o Jakie dajesz korzyści i dlaczego akurat Ty? (64)
 - o Reżim komunikacyjny (67)
- Gdzie tu jest CSR? (68)

5. Pięć zasad pisania (71)

6. Case study - naucz się na naszych doświadczeniach (75)

- Co daje silna społeczność? (75)
- Nieufność i frakcje w zespole (76)
- Rola celebryty (78)
- Wielka mobilizacja (79)
- Aukcje dobre na wszystko? (80)
- Dobrze zapowiadająca się współpraca... (81)
- Współpraca z kawiarnią to samograj (82)

7. Prowadzenie kampanii (85)

- Zarządzanie projektem (85)
- Motywacja - małe rzeczy i rytuały (88)
- Ewaluacja (89)

8. Polskie problemy (91)

- Prawo (91)
- Organizacje pozarządowe a fundraising (92)
- Opinia publiczna (94)

9. To nie zakończenie, to dopiero początek... (97)

A. Jak radzić sobie z mediami? (99)

B. Jak dobry jesteś? (103)

C. Jak bardzo Darczyńcy lubią Twoje publikacje? (105)

O nas (107)