



Международно Висше Бизнес Училище
International Business School

КАЗУС

НА ТЕМА:

**МАРКЕТИНГОВА КОНЦЕПЦИЯ ЗА ПОПУЛЯРИЗИРАНЕ НА
ФОНДАЦИЯ „МЛАДЕЖКИ СЕЛИЩА”**

Изготвил:

Проверил:

2017

В сегашния икономически климат е изкушаващо за организациите с нестопанска цел да търсят пари навсякъде, където могат да ги намират. В трудни времена е по-важно от всякога фондациите да прегледат внимателно стратегията си за финансиране и да бъдат дисциплинирани за това как те набират пари.

Начините на финансиране, които нетърговските организации предприемат са различни и не всички намират модели, които да поддържат мащабни програми. Добрата новина е, че всички организации с нестопанска цел могат да се възползват от по-голямата яснота относно най-ефективния си модел на финансиране и е възможно някои неправителствени организации да разработят модели, които набират големи суми пари.

Неправителствена организация, Младежки селища, ще разчитат на държавни средства и ще използват модел за финансиране, наречен Policy Innovator. Организацията се занимава с разработване на нови методи за справяне със социални проблеми, които не са ясно съвместими със съществуващите програми за държавно финансиране. Младежките селища трябва да убеди правителствените финансиращи организации да подкрепят тези алтернативни методи, обикновено като представят своите решения като по-ефективни и по-евтини от съществуващите програми. Младежки селища ще осигурява преходно жилище за бездомните и ще развива достъпни жилища за семейства с ниски доходи. Ще се създават така наречените "хотели за благоденствие". В епоха, когато бездомността е публичен проблем, фондацията има за цел да намери по-ефективно и по-малко скъпо решение. Разбира се организацията ще търси дарения и от физически лица без значение на тяхната възраст, образование или друга демографска характеристики.

Ще се използва уебсайт и социална мрежа като Facebook.

Много важно за кампанията на Младежки селища е постоянно по всички начини да се искат дарения. Например чрез поставяне на видимо бутони в социалните мрежи и уебсайта.

Въпреки че това е очевидно, то е важно това искане да се отправи директно към заинтересовани страни / фенове / посетители.

Организацията трябва да запознава прозрачно потребителите със своята дейност и нейните усилията така, че да може да се изгради и управлява ефективно