

***GUIDELINES
FOR
ALBANIAN
NOT-FOR-PROFIT
ORGANIZATIONS***



WWW.GLOBALALBANIANS.ORG

**UDHËZIME PËR MBLEDHJEN E FONDEVE TË FONDACIONIT GLOBAL
SHQIPTARË
PËR ORGANIZATAT SHQIPTARE JO-FITIMBËSHËSE
1 SHTATOR 2026**

Hyrje/Përmbledhje

Fondacioni Global i Shqiptarëve (GAF) u themelua në vitin 2018 për të ndihmuar organizatat jofitimprurëse shqiptare të mbledhin para për organizatat dhe projektet e tyre. Kjo është ajo që bëjmë ne. Ne duam që ju të arrini shqiptarët dhe albanofilët kudo në botë për të mbështetur përpjekjet tuaja dhe për të realizuar ëndrrat tuaja. Ne do t'ju ndihmojmë ta bëni këtë përmes mbledhjes së fondeve online dhe crowdfunding.

Duke përdorur platformën GAF, mendojmë se shumë organizata shqiptare mund të mbledhin mijëra dollarë nga qindra donatorë të vegjël dhe të mesëm. Ne kemi përdorur kryesisht Zeffy-n për mbledhjen e fondeve që nga fundi i vitit 2022, ndërsa më parë kemi përdorur kryesisht Facebook-un.

Gjëja më e rëndësishme për t'u mbajtur mend është se duhet të arrini sa më shumë të jetë e mundur te Komuniteti Global Shqiptar. Duhet ta promovoni dhe ta tregtoni organizatën tuaj dhe punën e saj duke përdorur buletine, mesazhe dhe platforma të mediave sociale. Donatorët nuk do të vijnë tek ju - duhet të shkoni t'i merrni ata.

Miratimi i mbledhjes së fondeve

1. Hapi i parë në këtë proces është [aplikimi për të përdorur Platformën GAF](#);
2. Nëse mbledhja e fondeve miratohet, atëherë do t'ju kërkohet të [nënshkruaj një kontratë](#) me GAF-in.
3. Çdo pyetje që mund të keni në lidhje me këtë proces mund t'i drejtoheni info@globalbanians.org.

Kërkesat për Miratimin e Mbledhjes së Fondeve

Edhe pse GAF mund të ushtrojë njëfarë diskrecioni rast pas rasti për organizatat, kërkohen sa vijon:

1. Një faqe interneti funksionale që shpjegon se çfarë bën organizata juaj, cilët janë njerëzit kyç, misionin dhe vizionin tuaj, si dhe detaje të tjera që zakonisht përfshihen në faqet e internetit.
2. Minimumi 1,000 ndjekës të kombinuar në mediat sociale në Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, TikTok, etj...
3. Një minimum prej 250 adresash email-i të importuara në organizatën tuaj Zeffy profil përdoruesi për shpërndarjen e email-eve dhe buletineve.
4. Duhet të njiheni [mesazhet dhe shembuj për mbledhjen e fondeve](#) dhe duke përdorur platformat GAF dhe Zeffy që u prezantuan më 29 qershor 2026.

Këto kërkesa minimale janë vendosur për të siguruar që ju të keni një bazë mjaftueshëm të gjerë për të arritur jashtë në lidhje me punën tuaj dhe për të kërkuar donacione. Faqja e internetit është thelbësore për besueshmërinë tuaj, shtrirjen publike dhe sigurimin që donatorët të mund të lexojnë rreth punës së organizatës suaj në internet kur kanë nevojë ose duan më shumë detaje.

Si të jesh një Mbledhës Fondesh Efektiv

Ka qindra qasje që mund të ndiqni për mbledhjen e fondeve, dhe ka mijëra artikuj dhe video në internet që ofrojnë udhëzime nëse kërkon. Përsëri, duhet të kuptoni se GAF po ju ofron një platformë për të mbledhur para, por ju duhet të bëni 95-99% të punës si organizatë për të kontaktuar dhe për të bindur njerëzit, bizneset dhe organizatat e tjera që të dhurojnë për organizatën tuaj. Kjo nuk do të ndodhë me magji. - duhet kohë, energji dhe këmbëngulje.

Duke thënë këtë, këtu janë disa udhëzime:

1. Mbledhja e fondeve është një maratonë dhe jo një sprint – jini të duruar dhe shfrytëzoni perspektivën afatgjatë për të zhvilluar marrëdhënie me donatorët ekzistues dhe potencialë – nuk duhet të dekurajoheni nëse gjërat nuk funksionojnë mirë menjëherë, pasi është një proces.
2. Mediat sociale janë të shkëlqyera, por nuk janë personale – për të bindur njerëzit të dhurojnë, kërkojnë mesazhe dhe buletine personale përmes email-it, mesazheve në Facebook dhe Instagram, transmetimeve në WhatsApp etj....

3. Ndonjëherë thuhet se duhet t'i kërlesh donatorit 7 herë përpara se të marrësh një përgjigje "po" – ky është realiteti i mbledhjes së fondeve dhe duhet të kesh një tolerancë të lartë ndaj refuzimit dhe të jesh këmbëngulës.
4. Edhe pse është e rëndësishme t'i drejtoheni ndjenjës së arsyes së donatorit, shumica e donacioneve bëhen nga zemra, kështu që fushatat tuaja të donacioneve duhet të përqendrohen në t'i drejtohen zemrës dhe emocioneve njerëzore me anë të fjalëve, fotove dhe videove.
5. Kreu i organizatës suaj (Drejtori Ekzekutiv dhe/ose Kryetari i Bordit) duhet të jetë i angazhuar dhe të udhëheqë përpjekjet për mbledhjen e fondeve - kjo nuk funksionon nëse mbështeteni vetëm të disa staf ose kolegë për ta bërë këtë, pasi drejtuesi i një organizate më të vogël është fytyra e saj dhe duhet të jetë një kampion i mbledhjes së fondeve dhe i angazhuar në të.
6. Vendosni objektiva financiare realiste, pasi është më mirë të filloni me një objektiv modest financiar, të cilin mund ta rrisni gradualisht ndërsa arrihen objektivat financiare - nuk mund të filloni me objektiva prej 100,000 dollarësh (diçka si 5,000-10,000 dollarë është një pikënisje më e arsyeshme).
7. Asgjë nuk është e përhershme kur përpiqesh të arrish donatorë – mund të krijosh fushata të reja dhe/ose të modifikosh ato ekzistuese dhe nuk ka një orar të caktuar.

Konfigurimi i Butonit të Donacioneve në Uebfaqen Tuaj dhe Fushatave Specifike për Mbledhje Fondesh

1. Pasi të miratohet mbledhja e fondeve, së pari duhet të krijoni një buton dhurimi në faqen tuaj të internetit - këtë e bëni duke krijuar një formular dhurimi në Zeffy, por duke e lënë bosh qëllimin e mbledhjes së fondeve dhe duke mos i listuar donatorët siç është tipike për faqet/butonat e përgjithshëm të dhurimeve.
2. Pasi faqja juaj e donacioneve të krijohet në Zeffy, ju mundeni [Vendosni faqen tuaj të donacioneve dhe/ose lidhjen e donacioneve në faqen tuaj të internetit](#)– mbani mend se të gjitha donacionet bëhen në dollarë dhe mund të bëhen nga kudo në botë me Zeffy-n.
3. Fushatat e mbledhjes së fondeve janë të ndryshme nga butoni i dhurimit në faqen tuaj të internetit - butoni i dhurimit në faqen e internetit është që donatorët ta japin për organizatën tuaj, por fushatat janë që donatorët t'i japin për projekte specifike që dëshironi të financoni.

4. Ekzistojnë dy lloje fushatash donacionesh që mund të krijoni në Zeffy – një [fushatë standarde donacionesh](#) dhe një [fushatë për mbledhje fondesh nga kolegët](#) ku individë dhe/ose ekipe mbledhin para për organizatën tuaj.
5. Mbledhja e fondeve nga kolegët funksionon në mënyrë efektive nëse keni dikë që është i njohur mirë ose ka një gamë të gjerë kontaktesh që dëshiron të mbledhë fonde për ju.

Mesazhi juaj i fushatës për mbledhjen e fondeve

1. Shkruani një mesazh të shkurtër dhe të qartë rreth kauzës suaj që u drejtohet zemrave dhe mendjeve të donatorëve potencialë, në mënyrë që ata të kuptojnë se çfarë bën organizata juaj brenda 20-30 sekondave.
2. Sigurohuni që Mbledhja juaj e Fondeve është e orientuar drejt veprimit dhe e fokusuar në një aktivitet, program ose projekt specifik që organizata juaj planifikon të zhvillojë, dhe jo vetëm në mbledhjen e përgjithshme të fondeve për organizatën tuaj.
3. Sigurohuni që postimi juaj hapës të mos jetë tepër specifik dhe të pasqyrojë temën e përgjithshme të asaj që bën organizata juaj -- për shembull, mos postoni për një person ose ngjarje -- jini më specifik dhe mesazhet personale mund të postohen në përditësimet e mëvonshme të mbledhjes së fondeve.
4. Përdorni një foto, imazh ose video të shkurtër deri në një minutë të gjatë që tregon punën e organizatës suaj, që është pozitive dhe e fuqishme dhe që do t'i bëjë njerëzit të duan të dhurojnë.
5. Merrni në konsideratë imazhe infografike që kombinojnë tekstin dhe imazhet e dizajnit për të krijuar një pamje më të...i fuqishëmpërvojë vizuale.
6. Mund të përdorni anglisht ose shqip ose të dyja gjuhët për mbledhjen e fondeve – kjo varet nga audienca juaj dhe donatorët e synuar – një qasje është që ta keni materialin për mbledhjen e fondeve në të dyja gjuhët dhe në krye t'u thoni njerëzve të lëvizin poshtë në gjuhën e tyre të preferuar.
7. Përpara se të nisni një fushatë, kërkojuni disa kolegëve dhe miqve ta shqyrtojnë atë për qartësi dhe prezantim – kjo siguron më mirë që mbledhja e fondeve të jetë me cilësi të lartë para nises.

8. Përpara se të nisni publikisht fushatën tuaj për mbledhjen e fondeve, merrni disa miq dhe kolegë për të dhuruar fillimisht – një mbledhje fondesh pa asnjë donacion nuk tërheq njerëz, kështu që duhet të filloni me njerëz që i njihni mirë përpara se të kërkon donacione më gjerësisht.

Promovimi i mbledhjes së fondeve - Sa shpesh duhet të kërkon donacione

1. Nuk ka një zgjidhje të vetme për mbledhjen e fondeve - disa fushata janë më afatgjata pa një orar të caktuar dhe mund të bëhen më gradualisht, ndërsa disa janë specifike për ngjarjet dhe duhet të përfundojnë brenda 1-2 muajsh dhe kërkojnë kërkim më të shpeshtë dhe ndonjëherë agresiv të donatorëve.
2. Duke thënë këtë, promovoni dhe tregtoni mbledhjen e fondeve në shumë mënyra të ndryshme dhe mos mbështetuni vetëm në 1-2 forma të mediave sociale - përdorni çfarëdo forme të mediave sociale që mendoni se funksionon më mirë për ju -- Mesazhe, Email, Buletine, Twitter, Instagram, LinkedIn.
3. Sigurohuni që ta ndani gjerësisht mbledhjen tuaj të fondeve -- kërkon dhe identifikoni individë, grupe dhe organizata që mendoni se do të ishin të interesuara për mbledhjen tuaj të fondeve. Ndajeni atë me faqet dhe grupet përkatëse të Facebook-it, kërkojuni miqve dhe kolegëve tuaj ta ndajnë atë -- shfrytëzoni fuqinë e mediave sociale duke e ndarë dhe rishpërndarë në platforma të ndryshme.
4. Ftoni njerëzit të dhurojnë drejtpërdrejt në Mbledhjen tuaj të Fondeve -- veçanërisht ata njerëz që mendoni se kanë më shumë gjasa të dhurojnë -- dhe kërkojuni atyre të ndajnë mbledhjen tuaj të fondeve dhe të ftojnë të tjerë, pasi mbledhja e fondeve shpesh funksionon më mirë në grupe më të vogla njerëzish që e njohin njëri-tjetrin.
5. Ndani histori suksesi të punës që bëni gjatë fushatës suaj të mbledhjes së fondeve, të cilat janë personale dhe prekëse -- këto histori do t'ju ndihmojnë të arrini donatorë potencialë dhe të personalizoni atë që bën organizata juaj duke krijuar lidhje emocionale me donatorët.
6. Kërkojuni miqve, punonjësve dhe anëtarëve të bordit të organizatave tuaja të promovojnë fushatën tuaj duke ndarë video, foto dhe artikuj që mund t'i ndani gjatë fushatës.
7. Nëse merrni donacione të tjera të jashtme ose të mëdha për projektin tuaj, bëjini publike sepse ju ndihmon të mbledhni më shumë para kur njerëzit shohin se individë ose organizata të tjera po ju japin.

Qëndrimi i Angazhuar me Donatorët Tuaj

1. Gjatë gjithë mbledhjes së fondeve, angazhohuni me donatorët tuaj, pasi shumë prej tyre do të jenë edhe donatorët tuaj të ardhshëm. Donatorët preferojnë dhe presin mirënjohje nga organizata për kontributin e tyre, kështu që duhet ta përforconi këtë përmes përditësimeve dhe ndonjëherë edhe mesazheve më personale.
2. Pasi të përfundojë fushata, sigurohuni që t'i falënderoni dhe t'u shprehni mirënjohje donatorëve që ju mbështetën -- falënderojini ata si grup dhe individualisht, dhe kujtojeni atyre se sa para u mbledhën dhe si do të përdoren ato.
3. Donatorët ndihen më të sigurt dhe të frymëzuar kur kanë qasje në informacion. Sigurohuni që ta publikoni shumën që keni mbledhur nga fushata në faqen tuaj të internetit, duke qenë kështu një organizatë transparente;-- mbajini të informuar rreth aktiviteteve tuaja dhe se si janë përdorur donacionet e tyre nëpërmjet email-it, buletineve, faqes suaj të internetit dhe mediave sociale.

Anëtarësimet si një formë e mbledhjes së fondeve

Shumë organizata përdorin anëtarësimet si për të promovuar angazhimin ashtu edhe për mbledhjen e fondeve. Nuk funksionon për të gjitha organizatat, dhe ju duhet të vendosni nëse funksionon apo jo për organizatën tuaj, dhe çfarë do të ofronit në këmbim të anëtarësimeve. Megjithatë, një avantazh i anëtarësimeve është se ato mund të konfigurohen në Zeffy si donacione automatike vjetore të përsëritura që vazhdojnë derisa anëtari/donatori t'i ndalojë ato. Për shembull, mund të krijoni një grup të quajtur "Miq të Organizatës X" dhe t'u kërkonit njerëzve të paguajnë një tarifë vjetore prej 50 dollarësh ose 100 dollarësh. Udhëzimet për [sipër të krijuar një formular anëtarësimi në Zeffy është këtu](#).

Disa Sugjerime për Email-in dhe Buletinet

1. Mund të keni tashmë një listë email-esh që përdorni dhe/ose një sistem menaxhimi email-esh si Mailchimp ose Constant Contact
2. Avantazhi i Zeffy-t mbi të mësipërmet është se nuk ka kosto, praktikisht asnjë kufizim në numrin e adresave të email-it, dhe ju mund të krijoni një shabllon të bukur për buletine dhe mesazhe më tërheqëse sipas dëshirës.

3. Udhëzimet për [krijimi dhe dërgimi i buletineve në Zeffy janë këtu](#), dhe bazuar në përvojë është mirë nëse më shumë se një person e di se si ta bëjë këtë në organizatat tuaja.
4. Për të importuar bazën e të dhënave tuaja në Zeffy është mjaft e thjeshtë dhe [udhëzimet janë këtu](#) – nëse keni probleme me importimin e kontakteve, na njoftoni.
5. Lidhur me përmbajtjen e buletinit tuaj, ja disa fakte:
 -
 - Njerëzit kalojnë mesatarisht 51 sekonda në buletine, kështu që nuk mund t'i bombardoni me shumë informacion që do t'i dekurajojë nga leximi.
 - Këshilla numër 1 që u japin dërguesve të buletinit me email abonentët është ta mbajnë të shkurtër – disa thonë 200 fjalë ose 20 rreshta, dhe të tjerë 400-600 fjalë.
 - Mos kini shumë imazhe dhe logo – mbajeni të pastër me 1-2 imazhe me ndikim për të tërhequr lexuesin dhe jo për ta shpërqendruar atë.
 - Personi mesatar po lexon në telefonin e tij dhe ose nuk ka kohë të lexojë një email ku duhet të shfletojë shumë.
 - Qëllimi juaj është që emaillet dhe buletini juaj të jenë të shkurtër, të këndshëm dhe të qartë, por të ofroni përmbajtje të mjaftueshme në mënyrë që lexuesi të klikojë butonin tuaj të thirrjes për veprim ose të dhurojë.
 - Mund t'i botoni buletinet tuaja në një ose dy gjuhë sipas dëshirës.
 - Sigurohuni që buletini juaj dhe mbledhja e fondeve të jenë tërheqëse për njerëzit që mund të përdorin laptopë ose kompjuterë desktopë, por edhe për njerëzit që përdorin kryesisht pajisje mobile, pasi donacionet bëhen gjithnjë e më shumë në pajisje mobile.

Disa vërejtje përfundimtare

Nuk ka “formula” për mbledhjen e fondeve, pasi çdo organizatë dhe fushatë është e ndryshme. Ajo që keni më sipër është **vetëm udhëzime**, por duhet t'i përshtatni ato me realitetin e organizatës suaj. Mos kini frikë të eksperimentoni me ide të reja si përdorimi i inteligjencës artificiale ose sugjerimi i ideve të reja tuajat për GAF-in dhe organizatat e tjera partnere. Askush nuk i ka të gjitha përgjigjet. Ndoshta do të kemi takime tremujore për të gjithë ne që të bëjmë stuhi idesh së bashku. Në fund të fundit, vetëm ju mund të mbledhni në mënyrë efektive para për organizatën tuaj - nuk mund të mbështeteni te GAF për këtë, pasi roli ynë është më shumë të ofrojmë platformën.