

SURVIVALGIDS VOOR GOEDE DOELEN

Zo bied je de huidige
uitdagingen het hoofd

pixelzebra 
SOCIAL MATTERS



SURVIVALGIDS VOOR GOEDE DOELEN

Goede doelen nemen een bijzondere plek in onze samenleving in. Jaarlijks wordt er meer dan 4,7 miljard euro aan goede doelen gedoneerd, maar de sector heeft ook te maken met verschillende uitdagingen. Meer nog dan voorheen moeten deze organisaties duidelijk maken waarom ze bestaan, waaraan ze hun middelen besteden en welke effecten ze daarmee behalen. Vertrouwen en transparantie zijn sleutelwoorden geworden.

Zonder non-profitorganisaties zou ons land maar kleurloos zijn. Toch worstelen veel non-profitorganisaties met verschillende uitdagingen. Naast uitdagingen die vergelijkbaar zijn met die van reguliere bedrijven, hebben non-profitorganisaties te maken met fondsenwerving en vrijwilligers. Het is niet altijd eenvoudig om mensen te bereiken, boeien en binden. Maar door zowel donateurs als vrijwilligers op het juiste moment van de juiste informatie te voorzien, kun je ze wel steeds betrokkener maken.

In dit document zetten we een aantal uitdagingen van goede doelen uiteen en bieden we daarbij mogelijke oplossingsrichtingen.



INHOUDSOPGAVE

DONATEURS WERVEN EN BINDEN

Donateurs veranderen
Ken je donateurs
Pixelzebra Social Matters

GELDSTROMEN VASTLEGGEN EN VOLGEN

Kenmerken
Toegevoegde waarde
Pixelzebra Social Matters

VRIJWILLIGERS BEREIKEN EN ENTHOUSIASMEREN

Zelfeffectiviteit vergroten
Vrijwilligers binden
Generatiekloven overbruggen
Pixelzebra Social Matters

COMMUNITY BOUWEN EN BEHEREN

Verzamel zélf gegevens
Koppeling met het financiële systeem
Pixelzebra Social Matters

IMPACT CREËER JE SAMEN

DONATEURS WERVEN EN BINDEN



Goede doelen organisaties vervullen een bijzondere rol in onze maatschappij. Ze zijn primair gericht op het realiseren van maatschappelijke doelen. Dat geeft hen bestaansrecht en vormt hun identiteit. Relevantie is daarbij een belangrijk kenmerk. Een ander kenmerk van goede doelen organisaties is de fondsenwerving onder donateurs. Hoewel steeds meer organisaties inkomsten weten te genereren uit de verkoop van goederen, uit sponsoring en uit samenwerking met het bedrijfsleven, komt het grootste deel van de financiële middelen nog steeds uit de vrijgevigheid van donateurs. Een goede relatie met deze donateurs is daarom essentieel voor het succes van de organisatie.

DONATEURS VERANDEREN

De wereld verandert en ook veranderen de mensen die op die wereld wonen. Dat betekent dat de traditionele donateur niet meer is wat hij of zij was. Loyaliteit is niet meer vanzelfsprekend en donateurs verwachten in toenemende mate dat ze persoonlijk worden benaderd met op maat gesneden informatie. Ook stijgt de vraag naar transparantie; donateurs willen inzicht in wat er met hun donaties gebeurt. Waar het geld terecht komt. Bovendien willen donateurs tegenwoordig ook graag op andere



manieren kunnen bijdragen aan goede doelen. Ze willen niet alleen met hun geld de wereld mooier maken, maar ook met hun gedrag, mening, expertise of netwerk. Er is een trend zichtbaar van vaste donaties naar incidentele donaties. Als goede doelen organisatie wil je hierop kunnen inspelen, zonder je vaste donateurs uit het oog te verliezen.

KEN JE DONATEURS

Om succesvol met je (potentiële) donateurs in contact te komen, is het belangrijk dat je weet wie ze zijn. Inzicht in wie jouw donateurs zijn, helpt je om (wervings)acties beter te laten aansluiten op hun interesses en om via de juiste kanalen te communiceren.

Daarvoor is een digitaal systeem onontbeerlijk. Daarin kan eenvoudig worden bijgehouden wie er heeft gedoneerd, wanneer dat was, voor welke actie en nog veel meer relevante gegevens. Deze donateur profielen kunnen steeds verder worden verrijkt met informatie, zodat je steeds gericht en persoonlijker kunt communiceren met jouw donateurs. Op de manier die hen aanspreekt en via de kanalen die zij gebruiken. Op die manier wordt de beleving van jouw donateur steeds sterker en de binding steeds groter.





PIXELZEBRA SOCIAL MATTERS

Van het vastleggen van de potentiële schenker tot het registreren van de donatie en het verwerken van de betaling. Alles in Pixelzebra Social Matters is erop gericht dit slim en efficiënt te doen en inzicht te geven. Zo krijg je een dashboard dat inzicht geeft in potentiële schenkers en herkent het systeem donateurs op basis van bankmutaties. Met een payment hub zijn vrijwel alle denkbare betaalmethodes mogelijk, zodat je het donateurs zo eenvoudig mogelijk maakt om te schenken.

Maar het systeem biedt méér. Het is een centraal platform dat niet alleen toegang geeft tot de donateursadministratie, maar ook koppelingen heeft naar het betaalplatform en slimme marketingtools. Door al die informatie op één plek samen te brengen, kun je snel veel meer te weten komen over je donateurs, zodat je hun beleving kunt optimaliseren en jullie relatie kunt verstevigen.



GELDSTROMEN VASTLEGGEN EN VOLGEN



Donateurs willen graag inzicht hebben in waar hun geld aan besteed wordt. Dat geldt helemaal wanneer ze doneren voor een specifieke actie. Door donaties vast te leggen in een centraal systeem en ze te koppelen aan een persoon en een specifieke actie, kun je als goede doelen organisatie de waarde laten zien die jij hebt voor jouw donateur.

KENMERKEN

Het is mogelijk om gelddonaties een speciaal kenmerk te geven waarmee de donaties worden toegewezen aan een specifiek fonds of actie. Daarmee kun je snel inzichtelijk maken aan je donateurs waar hun geld naartoe is gegaan en hoe het daar nu mee staat. Stel dat iemand jouw actie op de radio hoort en via een speciale landingspagina een donatie doet. Dan is het belangrijk om als non-profitorganisatie inzichtelijk te hebben wat de radiocampagne heeft opgebracht, maar je kunt tegelijkertijd de donateurs laten weten wat de actie heeft opgebracht en hoe het geld gespendeerd wordt.

Ook je achterban kan op deze manier acties inzetten. Iemand die jouw goede doel een warm hart toedraagt en een actie op poten zet, zoals een sponsorloop, kan via zijn eigen social media kanalen oproepen om hem of haar te steunen. Alle giften die voor deze sponsorloop binnenkomen, worden vervolgens getagd en kunnen door het hele systeem worden gevolgd. Ook kan degene die de actie opgezet heeft, snel zien hoeveel zijn inspanning heeft opgebracht.

TOEGEVOEGDE WAARDE

Doordat Pixelzebra Social Matters deze geldstromen inzichtelijk vastlegt, kun je op regelmatige basis met je donateurs communiceren over het binnengebrachte bedrag, en vervolgens kun je ze actief op de hoogte houden over bijvoorbeeld de sponsorloop of het verloop van een andere actie of inzameling. Dat kan alleen wanneer alle gegevensstromen in één centraal systeem zijn gekoppeld waardoor je inzicht hebt in je donateurs en de doelen waaraan zij geven.

Het inzicht in donateurs maakt het bovendien mogelijk om de donateursreis (de 'journey') zo optimaal mogelijk in te richten en zoveel mogelijk te automatiseren. Op het moment dat je informatie centraal bijeenbrengt, kun je zowel intern als extern beter laten zien wat de toegevoegde waarde van jouw organisatie is voor jouw donateurs.





PIXELZEBRA SOCIAL MATTERS

Pixelzebra Social Matters biedt een digitaal systeem dat ondersteuning biedt bij het betrokken krijgen en houden van donateurs. Door vast te leggen wie je (potentiële) donateurs zijn en hen op het juiste moment via het juiste kanaal te voorzien van relevante informatie, kun je in contact komen en blijven.

Op die manier kun je donateurs bereiken, enthousiasmeren en hun betrokkenheid bij jouw culturele instelling vergroten. Het systeem biedt ook een moderne Payment Hub, waarin verschillende betaalwijzen, zoals Ideal, Tikkie of automatische incasso's verwerkt kunnen worden. Het doel van deze Payment Hub is om de hoeveelheid werk te minimaliseren die bij het uitvoeren van betalingen en het verwerken van bankboekingen komt kijken. Wij geloven er namelijk in dat een goed doel zich juist moet focussen op de donateurs.

Bovendien zijn fondsenwerving en acties een belangrijk onderdeel voor het vergroten van de financiën van goede doelen organisaties, naast de structurele donateurs. Onze fondsenmodule biedt een ongekennde flexibiliteit in het opzetten van fondsen en acties.



VRIJWILLIGERS BEREIKEN EN ENTHOUSIASMEREN



Als goede doelen organisatie ben je niet alleen geholpen met geld. De vrijwilligers vormen een belangrijk onderdeel van je organisatie. Ze collecteren, geven voorlichting of dragen op een andere wijze hun steentje bij. Het werven van nieuwe en het behouden van bestaande vrijwilligers is niet altijd eenvoudig, want waarom zou iemand zich juist voor j ouw goede doel inzetten?

Uit verschillende onderzoeken blijkt dat de meeste Nederlanders positief tegenover goede doelen staan, maar dat het steeds moeilijker wordt om vrijwilligers te werven en te binden. Communicatie kan een belangrijk middel zijn om mensen te bereiken en enthousiasmeren als vrijwilliger. In die rol is de bijdrage heel concreet. Het inzicht dat donateurs graag willen hebben in wat er met hun financiële bijdrage gebeurt, zien vrijwilligers direct terug in hun acties en daden. Dat geeft vrijwilligers een direct gevoel van impact en betekenis.

ZELFEFFECTIVITEIT VERGROTEN

Niet alleen die concrete, zichtbare bijdrage is voldoende voor vrijwilligers om zich aan te melden. Vaak telt ook de mening van andere mensen uit de naaste omgeving van de potentiële vrijwilliger, maar ook het vertrouwen dat mensen hebben dat ze het werk dat een organisatie van hen vraagt, ook daadwerkelijk kunnen uitvoeren. Dat laatste wordt zelfeffectiviteit genoemd en dat blijkt vaak het grootste struikelblok bij het werven van vrijwilligers.

Door als goededoelenorganisatie helder te communiceren over de benodigde kennis en vaardigheden om vrijwilligerswerk uit te voeren, kunnen potentiële vrijwilligers eerder bereid worden gevonden zich aan te melden. Ook een goede begeleiding is cruciaal voor het enthousiasme waarmee vrijwilligers zich met je organisatie identificeren.

VRIJWILLIGERS BINDEN

Het grootste struikelblok om als vrijwilliger aan te slag te gaan, blijkt echter een gebrek aan flexibiliteit. Mensen zijn bang dat ze ergens aan vast zitten. Als organisatie kun je hier op verschillende manieren mee omgaan. Zo kun je het aanbod van het vrijwilligerswerk digitaal inzichtelijk maken, zodat vrijwilligers zich kunnen inschrijven op momenten dat het hen uitkomt.

Het belangrijkste voor vrijwilligers is dat ze zich thuis voelen bij de goededoelenorganisatie, dat ze verbondenheid voelen, en serieus worden genomen. Dat is te realiseren door bijvoorbeeld vrijblijvende meeloopdagen en snuffelstages of een online platform waar inspiratie en kennis kan worden uitgewisseld.

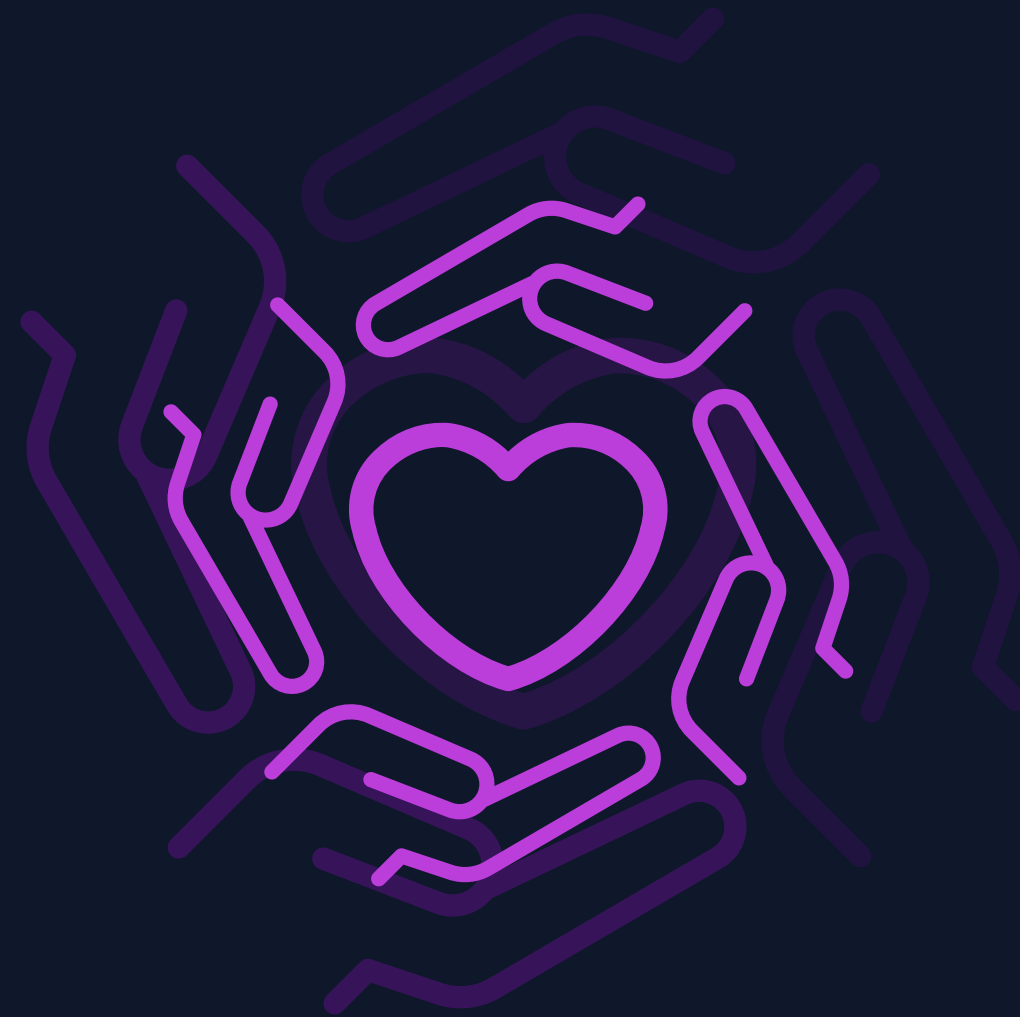
GENERATIEKLOVEN OVERBRUGGEN

Non-profitorganisaties hebben moeite om de jongere generaties te bereiken. Want zeker jonge mensen zijn huiverig zich aan één goed doel te verbinden. Zij kijken liever per keer welke actie bij hen past, het leukste is en het meeste oplevert. Toch zijn juist millennials zich heel bewust van het belang van goede doelen, maar ze communiceren op een andere manier en via andere kanalen dan de traditionele vrijwilliger.

PIXELZEBRA SOCIAL MATTERS

Pixelzebra Social Matters biedt een digitaal systeem dat ondersteuning biedt bij het betrokken krijgen en houden van vrijwilligers. Door vast te leggen wie je (potentiële) vrijwilligers zijn en hen op het juiste moment via het juiste kanaal te voorzien van relevante informatie, kun je in contact komen en blijven. Op die manier kun je vrijwilligers bereiken, enthousiasmeren en hun betrokkenheid bij jouw goededoelenorganisatie vergroten.

COMMUNITY BOUWEN EN BEHEREN



Het is een continue uitdaging om vrijwilligers, donateurs en andere belanghebbenden betrokken te houden bij het goede doel. Toch heeft ieder mens van nature een onmiskenbaar verlangen om met anderen in contact te komen. Een digitale community is hiervoor de uitgelezen mogelijkheid. Zo'n virtuele ontmoetingsplek is een prachtige manier om contact te leggen, kennis te delen en ideeën uit te wisselen.

VERZAMEL ZÉLF GEGEVENS

Hoewel er talloze communityplatformen beschikbaar zijn – denk aan Facebook, Instagram en Twitter – biedt een online platform in eigen beheer veel meerwaarde. Het grote probleem met anderemans platform is namelijk dat jouw organisatie geen zicht heeft op de waardevolle data die er over je gebruikers wordt verzameld. Terwijl inzicht in het gedrag van die gebruikers en de wensen, vragen en behoeften die er leven enorm waardevolle informatie zijn voor jouw goede doel. Zonde om die waardevolle data uit handen te geven aan de techreuzen van deze wereld. Een eigen online community is dé plek waar vrijwilligers, donateurs en andere gebruikers een relatie met elkaar en het goede doel opbouwen en waar je een waardevolle kennisbank kunt opbouwen.



Niet alleen kun je als goededoelenorganisatie informatie delen, ook leden kunnen content toevoegen, en vragen stellen en beantwoorden. Zo kan het online platform uitgroeien tot een waardevolle kennisbank en dé plek om relevante informatie te vinden.

KOPPELING MET HET FINANCIËLE SYSTEEM

Een belangrijke reden voor mensen om lid te worden van een community is om op de hoogte te blijven van wat er speelt. Maar een community kan ook de plek zijn waar gebruikers acties opzetten om geld in te zamelen voor het goede doel. Prettig is dan dat er een actiepagina kan worden gemaakt van waaruit donaties direct in het financiële systeem van jouw goededoelenorganisatie terecht komt.

PIXELZEBRA SOCIAL MATTERS

Pixelzebra Social Matters biedt een gebruiksvriendelijk platform dat is gebouwd op bewezen technologie van Microsoft. Doordat alle onderdelen (donateursadministratie, financieel systeem en marketing) met elkaar zijn verbonden, kun je als goede doelenorganisatie beschikken over waardevolle, verrijkte data die je inzicht geeft. Het biedt je de mogelijkheid om je donateurs en vrijwilligers daadwerkelijk centraal te stellen in je organisatie. Onze softwareoplossing werkt, geeft vertrouwen en rust, zodat jij je kunt toelagen op fondsenwerving voor jouw goede doel.





IMPACT CREËER JE SAMEN

Wij geloven dat non-profit organisaties met de juiste tools beter in staat zijn om hun achterban te communiceren en te verbinden.

Eén systeem dat toegang geeft tot een donateursadministratie, een betaalplatform en slimme marketingtools waarmee bijvoorbeeld donatie-journeys kunnen worden ontwikkeld. Dit is eenvoudig te realiseren met onze software oplossing voor Goede Doelen: Pixelzebra Social Matters.

Hofweg 15
2631 XD Nootdorp
T.: 070 - 82 00 196
info@pixelzebra.nl
www.pixelzebra.nl

pixelzebra 
SOCIAL MATTERS