

Activiteit	Van “bedelbrief” naar persoonlijke benadering	
Kartrekker		
Missie & probleemstelling	(organisatie) verbindt meer donateurs aan zich voor de langere termijn om.....	
Doelgroep		
Geefmotief	De klant heeft	
Doel	20% van de nieuwe klanten donateur laten worden voor minimaal € 10 per maand.	
Strategie	Stel concreet de vraag of men wil doneren. Train vrijwilligers om dit te durven en leg uit waarom (organisatie) donateurs nodig heeft. Maak gebruik van de betrokkenheid die men op dat moment heeft. Bedank ze voor de optie of willen ze tijd om er over na te denken, stuur dan aan op een telefoontje na een week of 2 weken. Je kan dan informeren hoe het met het gaat en nogmaals de “donatievraag” stellen.	
Actieplan	- In diverse ruimten hangt uitleg over en oproep tot doneren. - De ‘donatievraag’ wordt standaard onderdeel van het proces. - Combineer dit eventueel met de betaling; men krijgt bijvoorbeeld korting op de aanschaf wanneer ze donateur worden. - Bij een positief antwoord, direct vastleggen in een sponsordocument. Geef ze in dit document de keuze uit 3 geldbedragen € 5, €10, €25 en bijvoorbeeld aanvullen met overig. De kans is groot dat men de tweede optie kiest. - Verwelkom deze mensen als nieuwe donateurs, bedank hen en geef aan wat ze kunnen verwachten m.b.t. hun donatie. - Leg de gegevens van de donateur goed vast in een donateurs database en e-mail lijst. Denk aan e-mail en telefoonnummer.	
Donor reis / tegenprestatie	Zorg voor regelmatige informatie over het wel en wee van de organisatie. Vertel over de voortgang en bedank de donateurs in ieder bericht! Maak ook gebruik van de mogelijkheid om donateurs te wijzen op extra (eenmalige) giften; bijvoorbeeld voor specifieke activiteiten. En maak de optie om te doneren zo concreet en makkelijk mogelijk. Blijf betrokken en stuur op interactie.	
Begroting	Kosten € 500	Opbrengsten € 8.400
Benadering	Persoonlijk; ga het gesprek aan, informeer en vraag expliciet. Is het antwoord afwijzend vraag dan wat redenen zijn om het niet te doen, zodat jullie daar van mogen leren.	
Materialen	A4tjes met informatie over noodzaak donateurs & QR code die men direct leidt naar een concrete donatie pagina. Mogelijkheid tot inschrijven donateurs (formulier / website)	
Communicatie	Train de beschreven communicatie regelmatig met collega’s en vrijwilligers. De vraag niet stellen is geld laten liggen!	
Checklist	☐ zijn vrijwilligers getraind m.b.t. de donatievraag? ☐ liggen er documenten klaar bij de balie om de donateur in te schrijven of is de website hier op ingericht? ☐ hangt er, in de diverse ruimtes, informatie over de noodzaak van donateurs voor de organisatie, inclusief QR code? ☐ is er specifieke informatie voor handen om eventuele vragen te beantwoorden? ☐ Is de registratie van de gegevens van de donateur op orde? ☐ Voeg toe aan een mail lijst voor donateurs ☐ zet nieuwsbrieven in voor updates en bedankjes per kwartaal ☐ registreer vertrekkende donateurs en / of wijzigingen ☐ bedank een donateur bij vertrek ☐ verplaats deze naar een andere databank om eventueel later te benaderen	

Evaluatie & resultaten	Kijk op basis van een half jaar hoe de actie er voor staat. Bijvoorbeeld; Hoe veel klanten zijn er geweest en hoeveel van hen is donateur geworden? Bespreek wat goed werkt en wat juist niet? Zijn er bepaalde vrijwilligers die dit gemakkelijk af gaat? En zo ja, zijn zij extra op die positie in te zetten? Hebben de andere vrijwilligers meer / andere ondersteuning nodig? Wat vinden jullie van het resultaat? Stel de aanpak op basis van die gegevens en ervaringen bij. De resultaten leg je vast in een database.
------------------------	--