

Succesvol online donateurs werven

Een whitepaper over online fondsenwerving

Voor non-profit organisaties zijn leden en donateurs van groot belang. Om het aantal leden en donateurs te vergroten wordt er op straat geworven, adverteert men in kranten en tijdschriften en worden zelfs forse bedragen betaald voor TV reclame.

Uw organisatie heeft uiteraard een website waarop bezoekers zich als donateur kunnen aanmelden. U bent dus online. Maar er zijn meer mogelijkheden voor online fondsenwerving.

Deze whitepaper biedt adviezen en tips om uw campagne voor online fondsenwerving, met behulp van speciaal daarvoor ontwikkelde actiepagina's, zo succesvol mogelijk te maken.

Speciaal ontwikkelde actiepagina's

Wanneer u gebruik maakt van speciaal ontwikkelde actiepagina's houdt dat vaak in dat deze door het netwerk of bureau (dat uw campagne zal promoten) wordt ontwikkeld.

De belangrijkste eigenschappen van een zgn. dedicated landingpage zijn:

- ✓ de pagina is actiematig
- ✓ de pagina bevat niet teveel tekst
- ✓ vaak bevat de pagina een incentive
- ✓ geïnteresseerde bezoekers kunnen op de pagina direct donateur worden, extra informatie vragen of zelfs collectant worden.

Een actiepagina voor goede doelen zou in ieder geval deze informatie moeten bevatten:

- ✓ een korte toelichting in wie u bent en wat u doet
- ✓ zo gedetailleerd mogelijk informatie over waar de donaties naar toe gaan
- ✓ redenen waarom donatie noodzakelijk is
- ✓ voordelen voor de bezoeker (*what's in it for me*)

Tip: Sta open voor de ideeën van het netwerk dat uw campagne gaat promoten. Zij hebben doorgaans meer ervaring met het ontwikkelen van succesvolle landingspagina's.

Combineer uw ervaringen in fondsenwerving met de online ervaringen van het netwerk om de optimale campagne te creëren.

Een goed gevoel verkopen

De basis van online fondsenwerving is het verkopen van een goed gevoel. Hoeveel mensen zullen er staan te springen om 'zomaar' geld te doneren?

Het is algemeen bekend dat Nederlanders hun hand goed op de knip houden. Alleen als we direct iets terug krijgen willen we betalen. In uw geval dient u in ieder geval een goed gevoel te kunnen bieden. Dat kan door ze direct iets van waarde terug te geven, bijvoorbeeld in de vorm van een kleine gadget.

Zorg ook dat u betrouwbaar overkomt. Ook dat draagt bij aan het goede gevoel van de bezoeker. Bent u aangesloten bij vakbonden of keurmerken? Toon dan de logo's van die organisatie op de pagina.

Tip: U zult het overgrote deel van de bezoekers moeten overtuigen om aan u te doneren. Denk daarom goed na over de incentive die u biedt.

Wees vriendelijk tegen uw bezoekers

U vraagt heel wat van uw bezoekers. Dwingen helpt niet, dus zorg dat u vriendelijk bent.

Het komt regelmatig voor dat pagina's voor fondsenwerving 'schreeuwen' dat de bezoeker donateur moet worden, en wel nu!

Uiteraard is het de bedoeling dat de bezoeker een donateur wordt, maar vraag het vriendelijk. Gebruik beleefde teksten en wees attent.

Gebruik dus:

- ✓ Maakt u het verschil?
- ✓ Heeft u iets over voor...?
- ✓ Kunt u iets missen om te helpen?

in plaats van:

- ✗ Doneer nu!
- ✗ Wordt nú donateur
- ✗ Help ons nu met uw donatie

Tip: Vraag uzelf af hoe het zou klinken wanneer u de tekst van de pagina uit de mond van een ander zou horen. Zou het vrijblijvend klinken of zou u de persoon te opdringerig vinden?

Vraag niet teveel

Uiteraard dient u niet te veel als donatie te vragen. Maar deze opmerking gaat ook op voor de data die u vraagt.

Iedere actiepagina zal de mogelijkheid bieden om persoonsgegevens achter te laten. Uiteraard is het van belang dat u de naam, adres en rekeningnummer van de bezoeker ontvangt. Maar is het echt nodig om de geboortedatum te weten? En hoe zit het met het e-mailadres en telefoonnummer? Gaat u uw donateur echt bellen en mailen?

Tip: Wanneer u meer dan de noodzakelijke data vraagt is het verstandig dat u aangeeft waarom. Bekijk het voorbeeld hiernaast.

E-mail
Op dit e-mailadres ontvangt u een bevestiging van uw aanvraag.

Telefoonnummer -
Uw aanmelding wordt telefonisch bevestigd

Zorg voor een optimale opvolging

Online fondsenwerving stopt niet na ontvangst van de leaddata.

Waar u iedere nieuwe donateur in eenzelfde traject plaatst is het voor de donateur zelf allemaal nieuw. De bezoeker weet niet wat hem of haar te wachten staat. Zorg daarom dat de opvolging goed is. Reageer snel, duidelijk en toon uw dankbaarheid voor de keuze van uw nieuwe donateur.

Maakt u gebruik van een callcenter, zorg dan dat zij weten waar de leads vandaan komen. Zo kunnen zij de online campagne een beter vervolg geven.

Het is bij sommige netwerken mogelijk om automatisch opvolgmails te sturen. Maak daar gebruik van. Het is gratis, levert nagenoeg geen extra werk op en, met de juiste inhoud, zal het positief op de nieuwe donateur over komen.

Tip: Biedt uw nieuwe donateur direct een positieve ervaring in de eerste opvolgmail. Denk bijvoorbeeld aan een gratis extraatje zoals een e-Book of uitnodiging voor een aankomend evenement.

De campagne heeft zijn werk gedaan, en dan?

Dan start u een nieuwe campagne op om de doelgroep aan te spreken die niet op de vorige campagne heeft gereageerd.

Leadcampagnes zijn namelijk een uitstekende manier om op korte termijn veel exposure en leads te genereren. Na de eerste boost zal de campagne doorgaans in aantallen bezoekers en leads afnemen.

Om opnieuw leads te genereren is het verstandig om 1 tot 2 maanden na de eerste campagne de volgende campagne alweer in te zetten.

Heeft een campagne niet het gewenste aantal leads gehaald? Dat kan een keer gebeuren. Bespreek met uw contactpersoon waar dat aan zou kunnen liggen en start een nieuwe, betere campagne.

Tip: Blijf vernieuwend. Probeer in te spelen op actuele gebeurtenissen.

Over Daisycon:

Daisycon is sinds 2000 actief in performance based online marketing. Naast het product Lead Generation kunt u bij Daisycon ook terecht voor uw affiliate programma, CPC-campagne en deelname in commerciële enquêtes.

Daisycon biedt u onder andere de mogelijkheid om een zeer uitgebreid concept voor online fondsenwerving. In overleg met u ontwikkelen wij de actiepagina's en bijbehorende banners in uw eigen huisstijl en zo conversiegericht mogelijk. Naast de actiepagina verzorgt Daisycon tevens de automatische opvolging per e-mail.

Bent u geïnteresseerd in online fondsenwerving via dedicated landingspagina's neemt u dan contact op met Kelly van Blanken-Noom (channelmanager Non-profit) of André de Ruijter (productmanager Lead Generation).

Daisycon BV
PJ Oudweg 5
1314 CH Almere
Tel: 036 5483770
E-mail: k.noom@daisycon.com
a.deruijter@daisycon.com

Lees ook de whitepaper "[Een succesvolle leadcampagne in 6 stappen](#)" op Daisycon.com