

INTRODUCTIE FUNDRAISING

ROTARY GENT-NOORD

12 OKTOBER 2023

JEROEN BRUGGE

- Independent consultant
- Expert Fundraising 11.11.11.
- Boardmember FB / member EFA

- 25 years experience (Oxfam, Plan Int, etc.)
- Non- & social profit

- Fundraising en marcom strategie
- Metrics en KPI
- Crisisbeheer – en communicatie
- Interim management en actie



FUNDRAISERS



What my friends think I do



What my mom thinks I do



What society thinks I do



What my boss thinks I do



What I think I do



What I really do

METEEN EVEN ONTGOOCHELEN

Wat wel?

- Hoe werkt professionele fondsenwerving, een tip van de sluier
- Inzichten om zelf mee aan de slag te gaan, size doesn't matter

Wat niet?

- De toverformule om met een zak geld buiten te wandelen
- Net als het echte leven is fondsenwerven hard labeur, vallen en opstaan



What is

Fundraising?

**FUNDRAISING IS THE GENTLE ART
OF TEACHING THE JOY OF GIVING**

(HANK ROSSO)

WAT IS FUNDRAISING

1. **Een diversiteit aan schenkers** op de private markt overtuigen om te doneren
2. **Vrijwillige** filantropische daad door een individu voor een **gemeenschappelijk belang**
3. **Verbinden** met mensen in functie van de missie



PARTICULIER & INSTITUTIONEEL

INSTITUTIONEEL

Overheden → draait vooral rond uniforme spelregels, je krijgt subsidies als je voldoet aan x, y, z

PARTICULIER

Belang van unieke positionering → steun omwille van onderscheidend vermogen en impact organisatie

We spreken hier verder over de private of particuliere markt

BELANG VAN PARTICULIERE FONDSENWERVING

Waarom zou je als organisatie tijd en geld investeren in particuliere fondsenwerving?

- Stijgende **kosten**
- **Overheden** trekken zich terug
- Organisaties willen ook (deels) **onafhankelijkheid**
- Nood aan vrije middelen of **matchfunding** neemt toe
- **Maatschappelijke noden** worden niet per definitie kleiner
- Schenken is een daad van **solidariteit** en een **engagement tov de organisatie**
- Een solide schenkersbasis is ook **draagvlak** op andere fronten

DE MANTRA VAN FONDSENWERVING

DE MANTRA

1. Ken je **schenkers** door en door
2. Durf **vragen**
3. Je kan niet genoeg **bedanken**



De schenker is geen melkkoe



One size doesn't fit all!

FONDSENWERVING ONE SIZE FITS ALL?

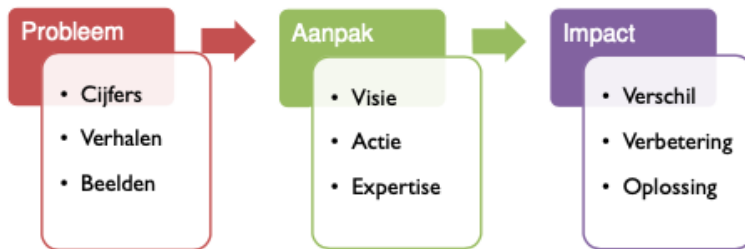
Niet dus

- Afhankelijk van schaal organisaties & expertiseniveau
- Afhankelijk van verschil in financieringsbehoefte
- Afhankelijk van verschil in profiel netwerk en achterban

SUCCESVOLLE FONDSENWERVING IS ALTIJD MAATWERK

SUCCEFACTOREN

- Een unieke **positionering**
- **Case statement**
 - Wat is het probleem
 - Hoe pakken we het aan
 - Wat is onze aantoonbare impact



- Een **wervend narratief**
- **Passie voor de schenker** en de zaak
- Durven mislukken en herbeginnen, **trial & error**

SUCCEFACTOREN

- **Visie** op **wie** we via **welk kanaal** willen bereiken
- Een doorgedreven **kennis van je doelpubliek / doelgroepen**
- Een solide FW **strategie**
 - Duidelijke doelstellingen
 - Kunnen en durven meten
 - Durven experimenteren
 - ...



STRATEGIE IS HET UITZETTEN VAN EEN DUIDELIJKE MARSRICHTING DIE JE TOELAAT OM EFFICIENT JE DOEL TE BEREIKEN

DOELGROEPENBENADERING

Fundamenteel onderscheid in Fondsenwerving

LITTLE FROM MANY

- Communicatie gericht op grotere doelgroepen
- Belang van datacaptatie en lead generation
- Meetbare below the line communicatie

Bijv. Direct Mail (DM) & E-mail Marketing (EM)

MUCH FROM FEW

- Belang van solide 1 op 1 relaties
- Persoonlijk en netwerking
- Start binnen bestaand netwerk (wie kent wie, wie steunt reeds?)

WERVEN & HOUDEN



ACQUISITIE EN RETENTIE

Wellicht de twee belangrijkste begrippen in professionele Fundraising
Onlosmakelijk met elkaar verbonden

- Belang van de **schenkerspyramide**
- Belang van de **Investment Cycle of Donor Cultivation Cycle**
- Belang van definiëren **touchpoints** voor elke schenkersegment

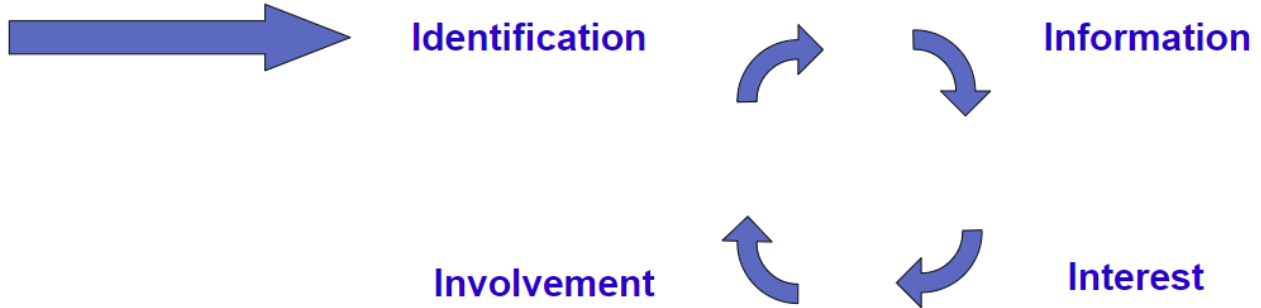
Wat is de onvergetelijke ervaring voor de schenker bij elk
contactmoment?

ACQUISITIE EN RETENTIE IN DE SCHENKERSPYRAMIDE

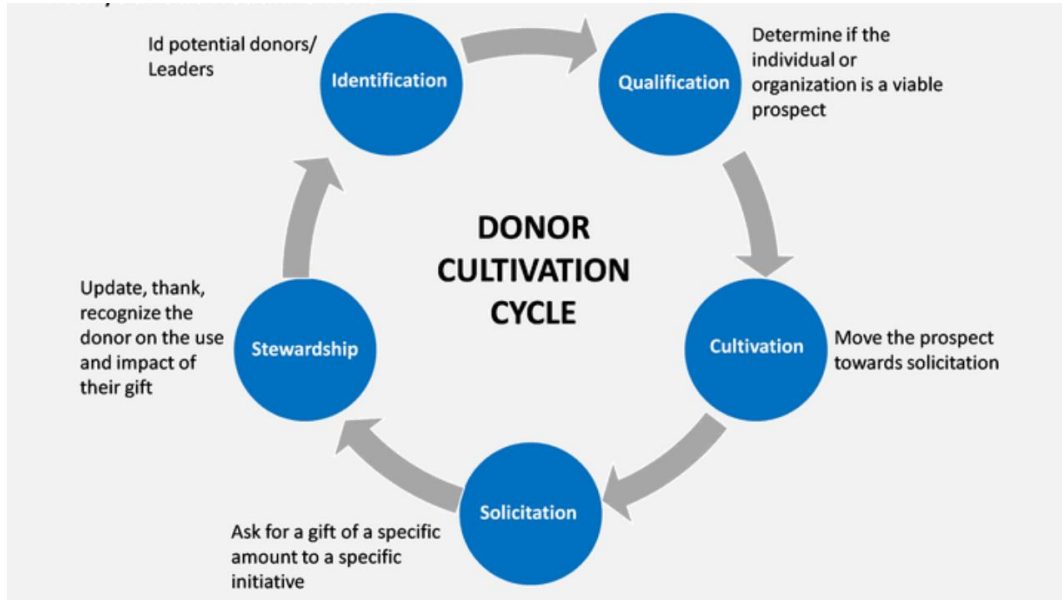
FUNDRAISING PYRAMID



DONOR INVESTMENT CYCLE



DONOR CULTIVATION CYCLE



DE FUNDRAISINGMIX

FW strategie en tactiek, een kwestie van slim verbinden

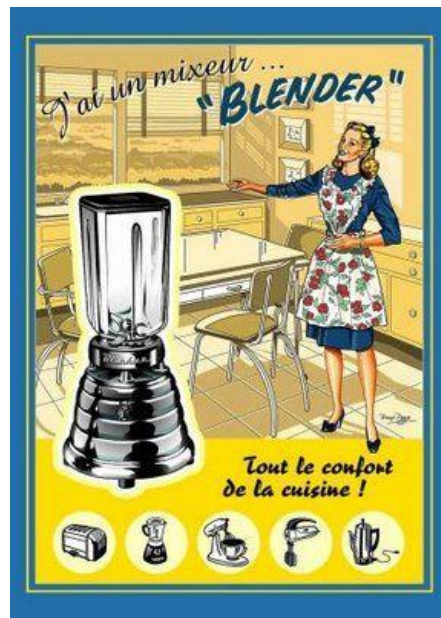
- Juiste kanaal
- Juiste doelgroep
- Geefvraag (1malig, recurrent)
- Correcte objectieven

Kanalen zijn legio: kiezen en diversifiëren op maat van

KANALEN EN TECHNIEKEN

Wat zit vandaag zoal in de fundraisingmix

- Direct Dialogue (straat & tele)
- Direct Mail (print & email)
- Digital
- Peer2peer
- Geefplatformen
- Event FW
- Corporate
- Major donor
- Legaten
- ...

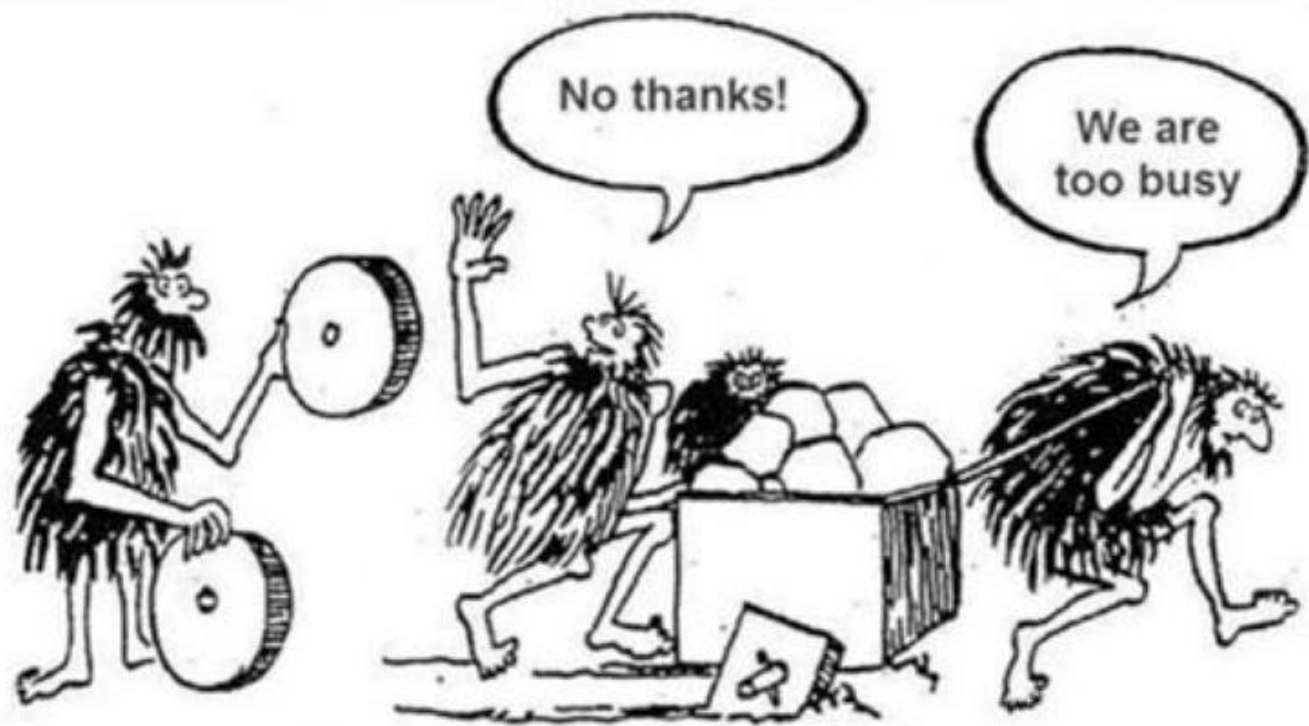


HOE SUCCESVOL FONDSSEN WERVEN – EEN CONCLUSIE

Afhankelijk van schaal, slagkracht en ambitie van de organisatie

- Wees **realistisch** en **flexibel**
- Zoek maximale **verbinding** met je **achterban**, sympathisanten, leden – verdiep systematisch de relatie (love your donors)
- Kies voor **instrumenten** en **kanalen** die je effectief beheerst
- Vertel sterke **verhalen** (off- en online), verloochen jezelf niet en blijf oprecht
- Toon aan dat de gift **impact** heeft





A close-up photograph of a person's hands holding a white rectangular sign. The sign features the text "IT'S ALL ABOUT RELATIONSHIPS" in a bold, dark red, sans-serif font. The background is a blurred bokeh of warm colors, including reds, oranges, and yellows, suggesting an outdoor setting with lights or a crowd. The person's hands are visible at the top and sides of the sign, gripping it firmly.

**IT'S ALL
ABOUT
RELATIONSHIPS**

PRAKTIJKCASE

Rotary Action Group for Addiction Prevention (RAG AP)

Corporate funding strategy

- Positionering
- Strategische krachtlijnen en hefboomen
- Dossier
- operationalisering



RAG AP

Rotary Action Group
for Addiction Prevention

THANK
YOU 😊

Bedankt

Herzlichen
Danke!

merci!
😊

Grazie!