

Fondsenwerving van het jaar



welzijnszorg^{vzw}

Chris De Cock, Filantropie & Partnerschappen

Wie zijn wij?



Waarom geven mensen?

Telemarketing als successtory

1

It's all about
people



Filantropie

“Liefde voor
de mensheid”

Aeschylus, 525-456 v. Chr.



Waarom geven mensen?

- Mensen geven omdat ze geraakt zijn.
- Mensen geven omdat ze dankbaar zijn.
- Mensen geven omdat ze het verschil willen en kunnen maken.
- Mensen geven omdat ze iets in ruil krijgen.



**Mensen geven
omdat iemand het hen vroeg.**



2

FUNDraising



FRIENDraising



Visie en strategie

Elke actie wordt ingebed in de algemene fondsenwervende strategie van Welzijnszorg

Onze algemene strategie vertrekt vanuit het idee dat friendraising draait om het opbouwen van **duurzame relaties** en het **centraal stellen van de partner**.

- prioritair inzetten op **individuen** en bedrijven
- verschillende **technieken**
- **laaghangend fruit** en zo successen boeken
- **geen grote investeringen**
- **CRM** is cruciaal
- **backoffice** klaarmaken voor meer schenkers
- **iedereen meenemen** intern draagvlak voor de geefvraag



Analyse 2021

Analyse van onze databank

- 80% doet maar **één schenking per jaar**
- Slechts een **tiental domiciliëringen**
- 85% schenkt **na een oproep**
- conversie en upgrade van maandelijkse schenkers **braakliggend** terrein
- deur-aan-deur niet als optie weerhouden



Telemarketing



3

Return on investment



ROI

25



350

domiciliëringen (incl. mailing)

200



4.500

euro maandelijks

	Oktober 2021	Oktober 2022	Mei 2023
breakeven	9 maanden	10,5 maanden	6,5 maanden
aantal	104	53	42
Conversie	8,87%	10,4%	4,2%
Bedrag	10,33€	11,09€	24,8€ (700 €/maand)
aantal	/	56	24
Upgrade %	/	52%	22,6%
Bedrag	/	6€	5,23€
retentie	3 afhakers	0 afhakers	0 afhakers



4

Impact

“fundraising is the gentle art
of teaching the joy of giving.”

Hank Rosso



Impact van de actie

intern

- medewerkers en bestuur.
- vertrouwen gegroeid in de geefvraag
- schenkers op een structurele manier binden aan de organisatie.

als friendraiser

- draagvlak voor community building



5

Succesfactoren

- **data is key** (analyse en goede bellijsten)
- **telemarketingbureau** – visie - relatie met de call agents (it 's all about people)
- **nazorg**, goede opvolging van bezorgdheden (retentie)
- **geefvraag** + het goede telefoongesprek (retentie)
- hou het script eenvoudig (+ actualiteit)
- **Iedereen mee** (retentie)
- **versterkende andere communicatie** (samenwerking)



Bedankt iedereen voor de samenwerking

ik ben uiteindelijk maar de 'lijm' 😊





Bedankt voor je stem!
omdat wij het vriendelijk vragen 😊



welzijnszorg_{vzw}

Chris De Cock, Filantropie & Partnerschappen