



Tips voor de organisatie

Planning

A. Doel van de actie.

Formuleer een duidelijk doel van uw actie. Omschrijf deze kort en bondig. Zorg ervoor dat bekend is wat het bedrag is dat de organisatie wil ophalen. Collectanten zullen gemotiveerder zijn als ze duidelijk weten waarvoor ze collecteren en hoeveel ze gezamenlijk proberen op te halen.

B. Timing:

Een goede collecte campagne duurt normaal tussen de 1 en 3 weken. Het kort houden van de campagne zal collectanten gemotiveerd houden. Beter een korte en intensieve campagne dan eentje die uitgesmeerd is over tijd.

Plan uw actie vooruit en bestel de (s)teunboekjes pas als u klaar bent om de actie te starten. U heeft maar liefst een betalingstermijn van 45 dagen! Zorg dat u de actie uitvoert binnen deze termijn; dan hoeft er geen geld uit de kas!

C. Aantal collectanten:

Bepaal van tevoren hoeveel collectanten u voor de fondswervingsactie in kunt zetten. Peil de groep of organisatie naar de bereidwilligheid om hieraan mee te werken. Probeer een zo reëel mogelijke inschatting te maken van het aantal deelnemers. Uitgaan van een realistisch aantal deelnemers zal u helpen uw actie beter te plannen.

D. Bepaal de opzet en uitvoering van uw actie:

Collectes kunnen op allerlei wijzen worden uitgevoerd. Afhankelijk van het doel van de actie, het aantal deelnemers en het beoogde bedrag kunnen acties kleinschalig of grootschalig worden opgezet.

Een kleine actie kan bestaan uit het toesturen van één boekje per deelnemer met het verzoek dat ieder collectant in de kring van bekenden (familie, vrienden, kennissen, burens, collega's, enz.) zijn/haar boekje vol laat krassen. Een dergelijke actie is zeer effectief, kost nauwelijks organisatie en is snel uit te voeren. U zult versteld staan hoe makkelijk er binnen een kort tijdsbestek een behoorlijk bedrag wordt ingezameld.

Een grotere actie kan worden opgezet door (s)teun in te zetten middels een huis-aan-huis collecte of in combinatie met evenementen zoals een braderie, sportdagen, sponsordagen, festivals, of andere georganiseerde activiteiten. Soms is hiervoor een vergunning nodig van de desbetreffende gemeente. Deze wordt in de regel zonder problemen afgegeven. Informeer vooraf bij uw gemeente.

Een aantal collecte mogelijkheden op een rij:

- bij familie, vrienden, bekenden, relaties, burens en collega's.
- tijdens sportdagen, wedstrijden, competities, toernooien 'langs de lijn'. Laat zowel leden als ook toeschouwers meedoen.
- tijdens feesten, jubileums en optredens.
- tijdens evenementen zoals braderieën, markten, inzamelacties, enz.
- huis-aan-huis collectes



Communicatie

A. Club-, school- of organisatie blad

Gebruik het club-, school- of organisatieblad en/of nieuwsbrief om leden, leerlingen, vrijwilligers op te roepen mee te doen aan de (s)teunactie. Plaats een verhaal en leg hierin uit waarom het zo belangrijk is dat mensen aan de (s)teunactie mee doen. Vermeld duidelijk het doel van de actie: mensen zijn eerder bereid mee te doen indien ze weten waar het geld voor bestemd is.

B. Internet

Heeft uw organisatie een eigen internetsite? Maak vermelding op uw site van de te houden (s)teunactie. U kunt tevens (s)teun internet banners downloaden op onze site en een link naar www.steun.nl of www.steun.be plaatsen.

C. Sociale media

Vermeld uw (s)teunactie op Facebook, Google+, Twitter, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Tumblr en meer. Sociale media kan ervoor zorgen dat uw actie heel snel bekend wordt!

D. Posters

Op onze website www.steun.nl of www.steun.be kunt u gratis (s)teun posters downloaden. Deze zijn uit te printen in zowel zwart-wit alsook in kleur en kunnen worden voorzien van eigen tekst en afbeelding. Hang de posters op in de kantine, clubhuis, op de ruiten van winkels in de buurt of op publieke plaatsen zoals het prikbord van de bibliotheek of supermarkt.

E. Advertenties

Op onze website www.steun.nl of www.steun.be kunnen speciale (s)teun advertenties gratis worden gedownload. Deze kunnen voorzien worden van eigen teksten en afbeeldingen. De (s)teun advertenties kunnen worden geplaatst in het clubblad, schoolkrant of andere uitgaven ter ondersteuning van uw (s)teunactie.

F. PR

Wanneer u een (s)teunactie organiseert, al of niet in combinatie met een evenement of activiteit, is het raadzaam lokale krant/omroep hiervan op de hoogte te stellen. Die kunnen zorgen voor veel gratis publiciteit! Stuur een verhaal in en leg hierin uit waarom het zo belangrijk is dat mensen aan de (s)teunactie mee doen. Vermeld duidelijk het doel van de actie: mensen zijn eerder bereid mee te doen indien ze weten waar het geld precies voor bestemd is. Op onze website www.steun.nl of www.steun.be staat een voorbeeld van een persbericht die naar eigen inzicht kan worden aangepast. Dit persbericht kan gratis worden gedownload.

G. Berichten: houdt uw deelnemers op de hoogte!

Het is belangrijk om iedereen goed op de hoogte te houden van uw fondswervingsactie. Brieven en/of mededelingen via internet, facebook of email zijn eenvoudige en doeltreffende manieren om alle belanghebbenden te informeren en te motiveren.

Een aantal voorbeelden:

Bericht aan de ouders: als uw actie de inzet van kinderen betreft is het raadzaam de ouders van tevoren goed te informeren. Uiteraard is de begeleiding van kinderen tijdens de actie van groot belang.



Klaar voor de start: Een algemeen bericht ter uitleg van het doel van de actie, het streefbedrag, de wijze van uitvoeren, het tijdsplan en uitleg over (s)teun kan overhandigd/verstuurd worden bij ieder uitgereikte (s)teunboekje. Zo weet iedereen wat de bedoeling is en wat van hem/haar wordt verwacht.

Tussentijdse update: Het versturen van een bericht ongeveer 1 tot 2 weken voor het einde van de actie kan motiverend zijn voor de deelnemers. Hierin kan men nog een keer het belang van de actie onderstrepen en ook een tussenstand doorgeven. Een dergelijk bericht geeft een extra impuls gedurende de actie; het kan ervoor zorgen dat de deelnemers alles op alles zetten om in die belangrijke laatste weken zoveel mogelijk bij elkaar te krijgen.

Na afloop: Hooguit 2 weken na het aflopen van de actie is het raadzaam de deelnemers op de hoogte stellen over het verloop van de gevoerde actie, hoeveel er is opgehaald en of het doel is bereikt. En ook om de collectanten/deelnemers te bedanken! Wacht hier niet te lang mee. Het goed en tijdig informeren na afloop vergroot de kans dat de deelnemers een volgende keer weer mee willen doen!

Prijzen voor de collectanten

Niet alle fondswervingscampagnes hebben een 'incentive' nodig. Echter bij sommige fondswerving acties kan het helpen indien er een motiverende 'incentive' voor de collectanten in het vooruitzicht wordt gesteld. Beloon de actieve deelnemers die zich inzetten voor uw actie! Vooral jonge leden vinden het leuk een klein presentje te ontvangen als dank voor hun inzet en/of in het zonnetje te worden gezet; een kleine attentie doet wonderen.

Prijzen: er zijn verschillende soorten prijzen waarmee men de collectanten kan motiveren:

- A. Individuele prijzen: iedereen die een (s)teunboekje vol krijgt ontvangt een prijs.
- B. Bestseller prijzen: stel een prijs in het vooruitzicht voor diegene die het meeste geld ophaalt, de meeste boekjes weet vol te krijgen of die boven een bepaald bedrag of aantal boekjes uitkomt.
- C. Loterij prijzen: iedereen die een (s)teunboekje vol krijgt ontvangt een lot die kans geeft op een of meerdere prijzen.
- D. Ontastbare prijzen: creatieve en ludieke acties zorgen voor veel motivatie en vermaak, vooral onder jongeren. Bijv. als er een bepaald bedrag wordt ingezameld zal er een BBQ worden georganiseerd.

De soorten prijzen kunnen verschillen en zijn uiteraard afhankelijk van het budget. Tip: reserveer een bepaald percentage van de opbrengst uit (s)teun al vast voor het beschikbaar stellen van prijzen. Houd hier rekening mee bij het inplannen van het aantal boekjes en het op te halen netto streefbedrag.

Digitaal betalen

(s)teunacties kunnen nog prima uit de voeten met contant geld. Toch kan het raadzaam zijn om ook een digitale vorm van betalen aan te kunnen bieden voor het geval donateurs geen contant geld bij zich mochten hebben. (s)teun adviseert Tikkie en/of Payconiq te gebruiken. Meer informatie is te vinden op www.steun.nl/hulp of www.steun.be/hulp



Tips voor de collectanten

Hoe een donateur te benaderen?

Intro:

“Hallo, mijn naam is <naam collectant>. Wij zijn geld aan het inzamelen voor <doel van de actie> namens <naam organisatie>. Wij doen dit met (s)teun. Wilt u meedoen?”

Uitleg:

“Het is leuk om te doen, de donaties zijn erg klein en u zou ons hiermee enorm helpen. Het werkt heel eenvoudig. U wast een of meer varkentjes in het boekje door deze te krassen. Onder de kraslagen staan bedragen variërend van €0,50 tot €3,00. Het bedrag dat u open krast is uw donatie. Als dank ontvangt u een vel met 8 waardevolle voordeelcoupons.”

Laat het bedrag openkrassen met een munt.

Na afloop:

Hartelijk dank voor uw bijdrage (steun, hulp). Nog een fijne dag/avond!

Belangrijk!

- Maak van tevoren een lijst van zoveel mogelijke mensen waarvan je denkt dat zij wel willen doneren.
- Begin met familie, vrienden, kennissen, burens, collega's en anderen in jouw naaste kring. Benader vervolgens mensen waarvan je inschat dat zij wel sympathiek zijn met jouw organisatie en het doel van de actie.
- Draag altijd je (s)teunboekje bij je. Je weet nooit wanneer je een potentiële donateur tegen het lijf loopt.
- Begrijp goed waarom jouw organisatie geld nodig heeft en het doel van de actie. Wees voorbereid op verdere vragen hierover.
- Benader potentiële donateurs op een rustige wijze. Praat duidelijk maar rustig. Verzeker jezelf ervan dat de potentiële donateur het (s)teun systeem goed begrijpt alvorens uit te nodigen tot het krassen.
- Lach en wees altijd vriendelijk, ook bij een afwijzing.
- Laat duidelijk de voorkant van het boekje zien tijdens het introductie praatje zodat de naam van de organisatie, doel van de actie en het logo of afbeelding voor de potentiële donateur goed zichtbaar zijn. Sla tijdens dit gesprek de eerste bladzijde om ook de tweede afbeelding te laten zien op de binnenkant van het boekje. Sla vervolgens het boekje geheel open om de kortingscoupons en de krasvelden te laten zien en de donateur uit te nodigen om een of meer varkentjes te wassen.

Super belangrijk!

- (s)teun is **niet** het verkopen van kortingscoupons. De meeste mensen zullen doneren vanuit sympathie met de organisatie en het doel van de actie. De kortingscoupons zijn een aardigheidje waarmee je de donateurs bedankt.
- (s)teun is **niet** een kras-en-win of gokstelsel. (s)teun is een manier om fondsen te werven voor een goed doel. Er valt niets te winnen. Of liever gezegd: iedereen heeft altijd prijs met (s)teun!