

STUREN OP VOLDOENDE DONATIES MET EEN GOED DOORDACHT JAARPLAN

Fondsenwerving op orde met jaarplan

Midden in de zonnige zomer heeft u misschien weinig zin om aan cijfertjes, doelstellingen en analyses te denken. Maar toch is het voor veel organisaties na de zomer weer zover, de plannen voor 2021 moeten op papier komen. De zomermaanden zijn bij uitstek de periode om de basis voor dit jaarplan in orde te maken: de resultaten en evaluaties van de tot nu toe ingezette campagnes en kanalen om donaties binnen te halen.

Het jaarplan opstellen is vooral een cijfermatige exercitie. In de cijfers van uw organisatie kunt u belangrijke informatie achterhalen die u helpt bij het opstellen van het jaarplan voor 2021. Denk aan:

- Hoeveel donateurs telt uw organisatie?
- Hoeveel donaties heeft uw organisatie vorig jaar opgehaald?
- Zijn de doelstellingen van vorig jaar behaald?
- Hoe effectief is het budget ingezet?

Deze cijfers koppelt u in uw jaarplan aan eventuele trends in de markt waar uw organisatie op kan inspelen. In een

fondsenwervend jaarplan vertaalt u de fondsenwervende strategie voor het komende jaar in concrete en meetbare doelen, resultaten en activiteiten. U legt vast wat de belangrijkste financiële en kwalitatieve doelen zijn en de belangrijkste projecten of activiteiten waarmee uw organisatie ze realiseert.

Meerjarenbeleidsplan

De basis voor een fondsenwervend jaarplan is het meerjarenbeleidsplan van uw organisatie. Dit stelt u vaak op

voor een periode van drie tot vijf jaar. Daarin beschrijft u de visie van de organisatie voor de komende periode. Dit plan bevat naast de visie vaak een SWOT-analyse (meer hierover leest u in het artikel op pagina 15) en de stip op de horizon waar uw organisatie naartoe wil werken. Per afdeling heeft u hierin beknopt beschreven hoe deze visie zich vertaalt in de op hoofdlijnen te verwachten doelstellingen en investeringen.

Begin

Bij het opstellen van een jaarplan begint u bij het begin: het huidige jaarplan. U stelt uzelf een aantal vragen:

- Heeft uw organisatie de beoogde resultaten (de zogeheten KPI's) behaald?
- Hoe succesvol zijn de grotere fondsenwervende campagnes geweest?
- Tegen welke externe en interne factoren bent u aangelopen?
- Wat waren de successen en tegenslagen voor uw organisatie?
- Is uw organisatie binnen de norm gebleven van maximaal 25% totale investering voor fondsenwerving? Veel organisaties stellen deze post op maximaal 20% om hier ruimschoots binnen te blijven.

De informatie die bovenstaande vragen opleveren, gebruikt u voor evaluaties en analyses waaruit u een advies voor de toekomst filtert.

Doelstelling

Vervolgens kijkt u naar de doelstellingen in het meerjarenbeleidsplan van

Niet-structurele giften kennen verschillende vormen

De meest voorkomende vormen van niet-structurele donaties zijn:

- eenmalige bijdrage aan een specifieke fondsenwervende campagne of doel;
- jaarlijkse collecte;
- grote giften voor specifieke projecten (van organisaties en particulieren);
- bijdragen vanuit loterijen zoals de PostcodeLoterij of de VriendenLoterij;
- bijdragen uit eigen georganiseerde loterijen (Jantje Beton en KWF zijn hier voorbeelden van);
- crowdfunding (door particulieren die zelf donaties werven voor jouw organisatie);
- evenementen zoals fundraisers en sportactiviteiten;
- nalatenschappen.

de organisatie. Aan de ene kant is er de kwalitatieve doelstelling die beschrijft waar uw organisatie de komende periode wil staan en welke positie u wilt innemen. Deze doelstelling beschrijft altijd de impact die uw organisatie wil maken. Om dat mogelijk te maken is geld nodig. En daar komt de fondsenwervende doelstelling om de hoek kijken. U moet zich afvragen hoeveel geld of donaties uw organisatie nodig heeft om de gewenste impact te kunnen maken. Vervolgens maakt u een plan waarin u vastlegt hoe u deze donaties gaat realiseren. Hier heeft de integriteit van de organisatie invloed op. In de meeste meerjarenbeleidsplannen staat welk bedrag uw organisatie moet ophalen met fondsenwerving om de impact te kunnen realiseren.

Einddoel

Dankzij de analyses en evaluaties van de huidige fondsenwervende activiteiten van uw organisatie weet u wat goed werkt en wat minder goed of helemaal niet (meer) werkt. Dankzij het meerjarenbeleidsplan weet u wat het einddoel voor de fondsenwerving is voor 2021. Nu is het zaak om deze twee te combineren en te kijken hoe u de fondsenwervende doelstelling kunt realiseren.

Budget

Een jaarplan is gelaagd. Er zijn meerdere manieren om dit plan vorm te geven. Dit is afhankelijk van hoe uw fondsenwervende afdeling is ingericht, denk aan een focus op doelgroepen, kanalen

Invloed uitoefenen

Op hoofdlijnen is uw indeling gesplitst in structurele en losse giften. Kijk daarnaast eens naar de inkomsten waar u invloed op kunt uitoefenen. U heeft nauwelijks invloed op bijdragen van loterijen en nalatenschappen, maar wel op de collecte (aantal collectanten) en oproepen aan uw eigen achterban via post, e-mail en telefoon.

Bouw ruimte in voor onvoorziene omstandigheden

Maak uw jaarplanning niet te gedetailleerd. Er moet ruimte zijn om gedurende het jaar in te kunnen spelen op actualiteiten en veranderende omstandigheden.

Scenario's

Denk aan de deur-aan-deurcollecte en evenementenwerving die door corona dit jaar voor een langere periode stilliggen of misschien zelfs niet door kunnen gaan. U

heeft ruimte nodig om met budgetten te schuiven om toch het gewenste bedrag aan donaties te realiseren. Belangrijk is het dus om niet afhankelijk te zijn van een specifiek kanaal of één wervingsmethode. Maak voor uzelf een aantal verschillende scenario's en houd uw excelbestand bij de hand, zodat u snel de aantallen kunt aanpassen en een aangepaste invulling kunt geven aan het jaarplan.

of juist resultaatgebieden. U maakt een inschatting van de benodigde investering op hoofdlijnen om de begrote doelstelling te behalen. De analyses van het afgelopen jaar laten u het zogeheten return on investment (ROI) zien. Deze ROI zet u één op één door naar het jaarplan. Bijvoorbeeld: afgelopen jaar heeft de organisatie een ROI van 2,1 behaald, wat betekent dat elke euro die in fondsenwerving is geïnvesteerd € 2,10 oplevert. Stel dat de doelstelling voor 2021 is om € 210.000 aan giften en donaties te werven, dan heeft u daarvoor een budget van € 100.000 nodig.

Percentage

Vervolgens neemt u de samenstelling van de giften en donaties onder de loep. Bereken de percentages van structurele donaties en de losse giften. De structurele donaties zijn de basis van uw inkomsten. Houd er rekening mee dat jaarlijks een deel wegvalt door opzeggingen of overlijden. Om het bedrag op peil te houden of te laten groeien, doet u investeringen ten behoeve van de werving én het behouden van uw donateurs. Stel dat de structurele donaties goed zijn voor 60% van uw totale fondsenwervende inkomsten. Dat betekent dat uw organisatie nog 40% moet werven op andere manieren.

Innovatie

In de volgende stap vult u in hoe u deze doelstellingen realiseert. Welke doelgroepen benadert u en welke kanalen zet u

in? Die informatie helpt u om een betere inschatting voor het benodigde budget te maken. Belangrijk is om binnen het budget een potje op te nemen voor innovatie. Aan dit budget hangt u (nog) geen fondsenwervende doelstellingen. Dit geeft de ruimte voor groei, om nieuwe technieken uit te proberen en met de tijd mee te gaan. Overweeg om hier vijf tot tien procent van het budget voor vrij te maken. Als organisatie is het tenslotte belangrijk om te innoveren, want alleen dan maakt u uw organisatie toekomstbestendig.

Puzzelen

En dan is het puzzelen geblazen. De ROI – waarmee u op hoofdlijnen het benodigde budget heeft ingeschat – kunt u ook uitrekenen op kanaalniveau. Een exceloverzicht vormt de basis, waarin u de verschillende KPI's opneemt, zoals ROI, bereik, respons en gemiddelde gift met de benodigde formules om tot de te verwachte inkomsten te komen. Speel met de oplage en aantallen om tot een gewenste mix van kanalen te komen om fondsen te werven. Als deze duidelijk is, vraagt u offertes aan bij de leveranciers van uw projecten. Zo kunt u uitgaan van werkelijk te verwachten kosten in plaats van gemaakte kosten. Die past u aan in uw excelbestand en zo komt u tot het uiteindelijke jaarplan.

Patricia Heemskerk, oprichter van Het Goeddoelenmeisje, tel: 06 28 25 94 46, e-mail: patricia@hetgoeddoelenmeisje.nl, website: www.hetgoeddoelenmeisje.nl