

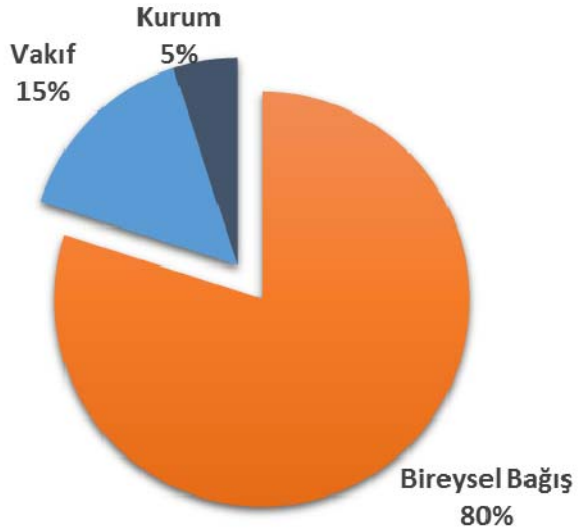
Sivil Toplum Kuruluşları Gerçekten Bireysel Bağış İstiyor Mu?

43%



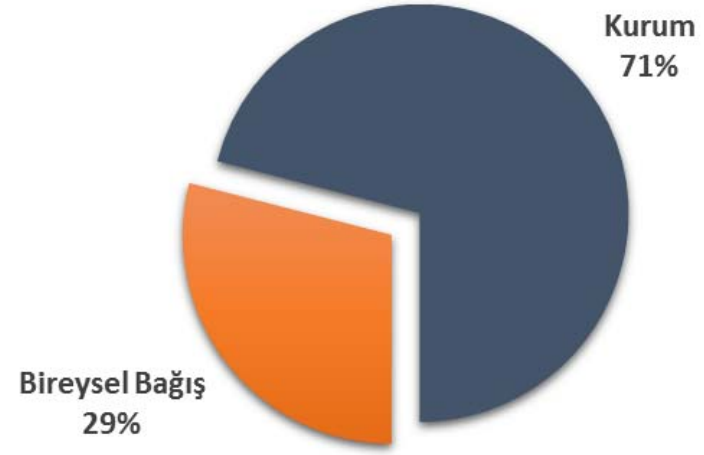
**Akıllı Bağış, Akıllı Bağışçı
Platformu
İtir Erhart – İ. Renay Onur**

Bireysel Bağışçının Önemi



A.B.D.

Kaynak - <http://givingusareports.org/>



Türkiye

Kaynak – Adım Adım ile çalışan STK'lar

Bağışçı = Müşteri

- Bireylerden aldığı bağışı yine bireylere ve topluma yatıran STK'ların ana sorumluluklarından birisi bireylerin sorularına **zamanında, doğru, sıcak ve doyurucu** bir şekilde geri dönmektir.
- İş modelleri bireysel müşteriye dayanan şirketler, müşteri ilişkilerini performans kriterlerinin önemli bir parçası olarak görmektedirler.
- Şirketlerin **müşteri memnuniyeti** için kullandıkları bütün süreç ve uygulamalar **bağışçılar** için de kullanılabilir.
- Misyonları doğrultusunda başarılı olmak isteyen STK'lar, bağışçı konusunda kendilerine **şirketlerin müşteri kriterlerini referans** (*benchmark*) alabilirler.

Bağışçı İlişkisi?

- Forrester Research'un yaptığı araştırma müşterilerin %41'inin **altı (6) saat içerisinde e-postalarına cevap** beklediğini gösteriyor.
- Bu süre sürekli azalmaktadır, 1-2 sene öncesine kadar müşteriler e-postalarına 24-48 saat içerisinde cevap beklerken şu anda bu süre 60 dakikaya inmiştir.

STK'lar e-posta yolu ile gelen soru ve sorgulamalar sonucunda kendilerini şaşırtan bağış ve destekler alıyorlar.

Müşteri ilişkileri konusunda sistem geliştiren ORACLE'ın 2011 yılında yaptığı araştırma müşterilerin şirket ile ilişkileri, istekleri ve mutsuzlukları konusunda önemli saptamalar yapıyor.

STK'lar bu araştırmada **şirket yerine STK'yı, müşteri yerine bağışçılarını** koyarak, bağışçıların istekleri hakkında fikir sahibi olabilir.

Neden Sizi Seçerler?

- Cana yakın çalışanlar ve ilgili bağışçı ilişkileri (%73)
- İstedikleri bilgiye hızlı ulaşma ve sorunlarının özümü (%50)
- Kiřisel deneyimler (%36)
- İyi ve saygın STK (%33)



Neden Sizi Bırakırlar?

- Bağışçıların %89'u kötü bir deneyim sonrası aynı alanda çalışan başka bir STK'ya bağış yapmaya başlarlar.
 - Alanınızdaki tek STK siz misiniz?
- Bağışçıların %50'si STK'yı bırakmadan önce sorunlarının çözülmesi için 1 hafta verirler.



Mutsuz Bağışçı Ne Yapar?

- %26'sı, Facebook ve Twitter hesapları üzerinden, yüzlerce, binlerce arkadaşları/takipçileri ile bu deneyimlerini paylaşırlar.
- %79'u, kötü bağışçı ilişkileri deneyimlerini internet ortamında yetkililer ile paylaştıklarında göz ardı edilirler.
- Sorunları çözüldüğünde
 - %46'sı mutlu olur
 - %21'i STK ile ilgili olumlu bir yorum yazar.



Mutlu Müşteri İçin Ne Yapmalı



- Telefona cevap ver
 - Mutsuz bağışçılarının %58'i telefon ve e-posta ile ulaşamadıklarını söyler



- Biraz canlan, hızlan
 - Mutsuz bağışçılarının %56'si sorunun çok geç çözüldüğünü söyler



- Kendi işini öğren
 - Mutsuz bağışçılarının %57'si konu hakkında konuştukları kişiden daha fazla bildiğini söyler



- Samimi ol
 - Mutsuz bağışçılarının %51'i şirketlerin hala adını bile doğru söyleyemediğini söyler



- Müşterini tanı
 - Mutsuz bağışçılarının %34'ü şirketlerin daha önce kendisini aradığını bilmediğini söyler



- Sosyalleş
 - Mutsuz bağışçılarının %16'sı şirketin anti sosyal olduğunu ve sosyal medya üzerinden onlara ulaşamadığını söyler

Hazır Mısınız?

- Bütün bu konulara aynı anda eğilmek zor olabilir
 - Bağışçı ile ilk karşılıklı etkileşimin olduğu e-posta'dan başlanabilir.
- En önemli kaynağın bireyler olduğunu düşünen STK'ların artık e-postalara dönüş hızını da performans kriterleri arasına koymaları gerekmektedir.
- **Bunu test etmek için en hızlı ve en iyi yöntem potansiyel bir bağışçı olarak STK'ların web sayfasındaki iletişim adresine bir e-posta gönderip bilgi istemektir.**



Kısa Bir Test?

- Bu amaçla 20 Nisan Pazartesi 2015 Tarihinde Saat 9:30 – 9.45 aralığında 49 Sivil Toplum Kuruluşuna aşağıdaki e-posta gönderildi.

«Sayın İlgili,



Derneğinizi elimden geldiğince takip etmeye çalışıyorum, amacınızın çok önemli olduğuna inanıyorum. Desteklemeyi ve bağış yapmayı düşünüyorum. Projeleriniz konusunda yeteri kadar bilgi sahibi değilim. Bana projeleriniz konusunda bilgi verir misiniz?

Saygılarımla,
T. Yusuf Çelik»

Hangi STK'lara Gönderildi?

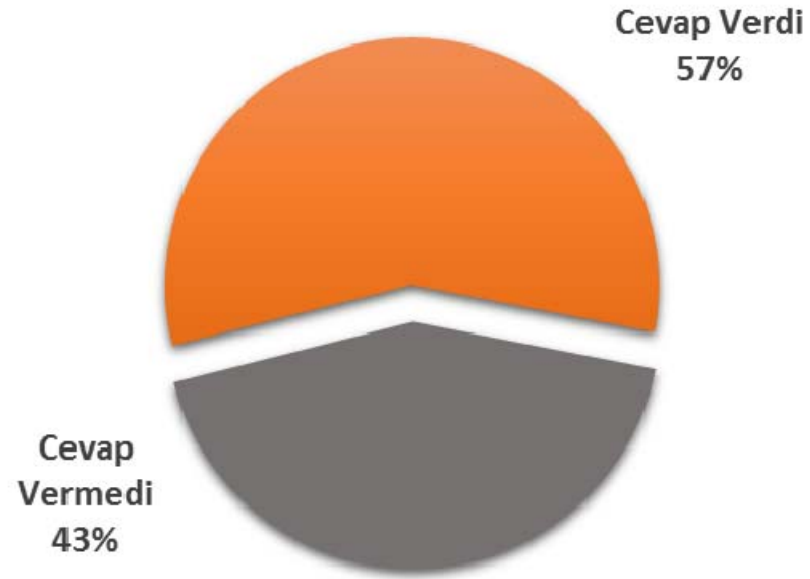
- AÇEV
- AKUT
- ALS MNH
- Altı Nokta Körler Derneği
- Barış İçin Müzik Vakfı
- Bilim Kahramanları Derneği
- Bipolar Yaşam Derneği
- Bir Dilek Tut
- BİSEG
- Buğday
- BÜMED (Boğaziçi Mezunlar Derneği)
- Ceza İnfaz Sisteminde Sivil Toplum Derneği
- ÇYDD
- Deniz Temiz Derneği
- Down Sendromu Derneği
- Eğitim Sanatı Dostları Derneği
- Gönüllüler, maksat gönülleri bir olsun
- Grameen
- Gündem Çocuk
- Hayat sende
- Hayata Renk Ver Derneği
- HAYTAP
- İKGV
- İLKİYAR
- KAÇUV
- KASDER
- Kimse yok mu
- Koruncuk
- Kuzey Doğa
- LÖSEV
- Mor Çatı
- Oy ve Ötesi
- Parıltı Derneği
- Rusihak
- Sen de Gel
- Tarih Vakfı
- Tarlabası Toplum Merkezi
- TED
- TEGV
- TEMA
- TEV
- TOÇEV
- TOFD
- TOG
- Tohum Otizm
- TÜRGÖK
- Türkiye Spastik Çocuklar Vakfı
- WWF
- ZİÇEV

Neden bu STK'lar

8 tanesi Adım Adım ile çalışıyor
18 tanesi Adım Adım süreçlerinde
başvuru yapmış
23 tanesi koşucuların keşke bu
STK'lar için de yardımseverlik
koşusu yapalım dedikleri STK'lar

Sonuçlar

- Cevaplama Oranı

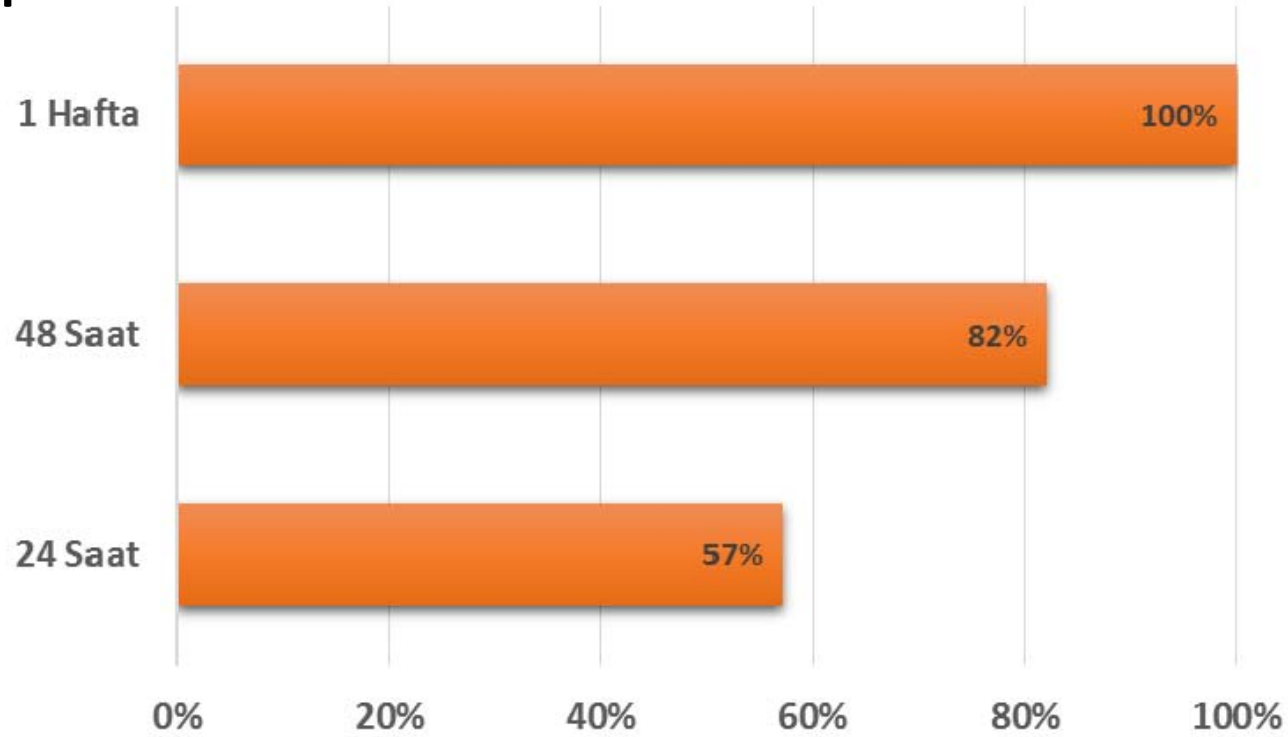


Bireysel bağışçılara kendilerini anlatmak isteyen, bağış almak isteyen STK'ların **%43'ü** potansiyel bağışçıdan gelen e-postaya 1 hafta boyunca **geri dönmediler. 2. hafta da değişiklik olmadı.**

Bağışçı neden size bağış yapsın?

Sonuçlar

- **Cevaplama Süresi**



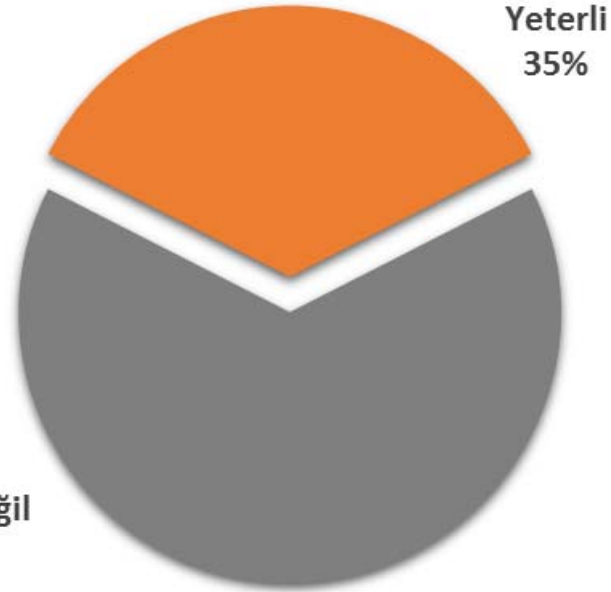
Cevap veren STK'ların % 57'si ilk 24 saat içerisinde geri dönüş yaparken, ilk 48 saat içerisinde geriye dönenlerin oranı %82 oldu. İkinci hafta ger dönüş olmadı!

Sonuçlar

- **Cevabın Yeterliliği**



Yeterli Değil
65%



Potansiyel bağışçının sorularına cevap veren **STK'ların %35'i** çeşitli seviyelerde **tatmin edici cevap** verdi.

%65'i bağışçının isteklerini göz ardı ettiler.
Sizce bağışçı tekrar sorar mı?

Sonuç

Bağışçıların bağış yapmak istediği her 10 STK'dan 6'sı geri dönüş yaptı.

Geri dönüş yapan 6 STK'nın 2 tanesinin cevabı yeterli ve bağışa teşvik edici.

Bağış yapmak isteyen 10 kişinin 8 tanesi hala bilgiye ulaşamadı.

Sonuç



En Güzel Geri Dnşlerden zet

Bağışçıyı önemsediğini göstererek cevap veren STK'ların cevaplarının en güzel özelliklerini bir araya getirerek, en doyurucu, en sıcak, en akılda kalıcı mesajın sırlarını da özetlemek istedik.

Hemen iki paragraflık bir metin hazırlayıp bundan sonra sizin hakkınızda bilgi alıp bağış yapmak isteyenlere göndermek üzere saklayın.

Bağışçılarınızı zmeyin.



En doyurucu, En sıcak, En akılda kalıcı

Giriş

- **İsme hitaben** olmalı
- Otomatik hissi olmamalı

İçerik

- **Kısa ve net projeler** olmalı ve aksiyon düğmesi olmalı
- **Gönüllülükten bahsetmeli** fakat direk olarak “CV’nizi gönderin” şeklinde olması uygun değil
- **Yaratıcı, çarpıcı, duygusal** ve etkileyici bir şey söylemeli
- Bir **film** olmalı. Bu film kısa ve açıklayıcı olmalı. En fazla 2 dakika olmalı ve indirilecek format yerine sosyal medya hesaplarında izlenebilmeli (YouTube vb.)
- Bir **fotoğraf** olmalı. Fotoğraf ve film e-postaya ruh katar
- Proje ismi ve ne kadar **bağış ile neler yapabilecekleri bilgisi** olsun, bağışçı ne kadar bağış yapacağı konusunda kararsızdır.
- **Hesap numarası** veya linki olmalı
- E-postayı uzatmamak için web sayfasında bunların olduğu sayfalara link de verilebilir
- 2 satır da olmamalı 1 sayfa da olmamalı
- Telefon ile arayabiliriz ve detaylı bilgi verebiliriz bilgisi olmalı
- **Görüşme talebi olmalı** en azından vakfa uğrarsanız 1 gün önceden haber verirsiniz görüşmek isteriz denmeli.
- “Adresinizi verirsiniz evinize doküman gönderelim” denmeli
- Sonunda “**Haberlerinizi bekliyoruz, mesajınıza çok sevindik**” demeli

En doyurucu, En sıcak, En akılda kalıcı

İmza

- **Bir isimden gitmesi** otomatik hissini azaltıyor, isimsiz bir info adresi yerine gerçek bir kişiden gitmesi daha etkili.
- Mesajı gönderen ismini ve görevini ve kontak bilgilerini içermeli
- Olabiliyorsa kurum yöneticilerinden birisinin adından gitmesi daha etkili

Ne olmamalı

- Başka hiçbir şey söylemeden sadece telefon verin arayalım demek ilgilenilmediği hissi yaratıyor, bunun yerine sık kullanılacak bir paragraf yazın biraz özelleştirin sonunda yine verin numaranızı deyin. Bir paragrafta projelerinizi ve etkinizi anlatamıyorsanız, bağışımı ne kadar düzgün kullanacağınız konusunda kararsız kalırım
- Yoğunuz sonra arayacağız kesinlikle olmamalı, bunu yazana kadar otomatik maile 1 satır ekleyip öyle göndermeli.
- Geri döneceğiz deyip dönmemek en kötüsü
- Dernekten sadece bir mail gitmeli, farklı projeler için farklı insanlardan birden fazla mail gitmesi, düzensiz ve karışık bir yapıyı çağrıştırıyor.

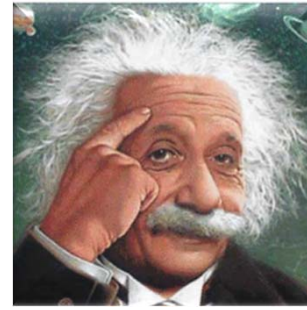
Format

- Mail format olarak göze hoş görünmeli, sağa kayık, sola kayık özensiz olmamalı.
- **Font büyüklüğü 10'dan küçük olmamalı**
- Maillerin %50'si telefonda okunuyor, **telefonda nasıl görüldüğünü test edin.**

Akıllı Bağış, Akıllı Bağışçı

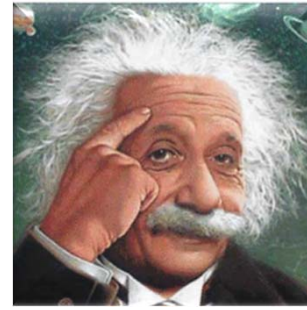
Bağış duygusal bir aksiyondur, bununla beraber aynı konuya eğilen STK sayısı arttıkça cebindeki sınırlı parasıyla kendini huzurlu ve mutlu hissetmek isteyen bağışçı, yapacağı bağış ile ne olacağını nasıl bir etki yaratacağını bilmek ister. **Maksimum fayda** almak ister. Duygusal bir karar **olması akılsız bir karar olmasını gerektirmez**.

STK'lar **bağışçıların da hakları** olduğunu hissettikleri ve yapılarını buna göre düzenledikleri zaman daha fazla bireysel bağışa kavuşacaklardır.



Akıllı Bağış, Akıllı Bağışçı

Bu konuda örnek almamız gereken Amerika STK'ları arasında önemli yere sahip olan 4 STK (American Association of Fund Raising Counsel, Association for Healthcare Philanthropy, Council for Advancement and Support of Education, National Society of Fund Raising Executives) **1993 yılında bağışçı haklarını** hazırlamışlar ve bir çok STK'da bunları kabul ederek ilişkilerini buna uygun düzenlemeye başlamışlardır.



Bağışçı Hakları

“Bağışçılık **gönüllü bir davranıştır**. Vermek ve paylaşmak yaşam kalitemizi artırır. STK’ların ve projelerinin halkın güvenini ve saygısını kazanmasına, bağışçıların ve potansiyel bağışçıların **güvenli ve akıllı bağış** yapmasına önem verdiğimiz için bağışçı haklarının arkasında duruyoruz”



Bütün **bağışçıların bu hakları bilmesi** ve bağışlarını buna göre akıllı bir şekilde yapması, bağışçılarına **hızlı ve açık cevap veren STK’ların öne çıkmasını sağlayacaktır**.

Bağışçı Hakları

1. STK'nın **misyon ve vizyonu**, bağışın nasıl kullanılacağı hakkında ve bağışı amaçları doğrultusunda **verimli olarak kullanma** kapasitesi ve niyeti hakkında bilgilenme,
2. **Yönetim kurulu ve yöneticiler** hakkında bilgi edinme ve yöneticilerin ihtiyatlı ve basiretli bir şekilde görevlerini yerine getirmesini bekleme,
3. Son **finansal bilgilere** ulaşım,
4. Verilen bağışın **amacına uygun kullanılacağı** konusunda garanti isteme,
5. Uygun **takdir ve tanınma**
6. Kanunlara uygun **şekilde bağışlarının gizliliğini** talep etme,
7. Bağışçılar ile kurulan bütün ilişkilerin **profesyonel** düzeyde olmasını talep etme,
8. **Bağışı isteyen**in gönüllü mü, çalışan mı yoksa sadece bu işi için dışarıdan tutulmuş birisi mi olduğunu **bilme**,
9. Eğer başkası ile paylaşılacaksa **iletişim bilgilerinin listelerden silinmesini isteme**,
10. Bağış yaparken soru sorma, **anında, doğru ve açık cevapları alma hakkı** vardır.