



**Bedanken
en Welkom
heten**

Welkomstkaart



Bedankt voor je donatie

worldanimalprotection.nl



voornaam],



vrijdag 20:45

HELPMEE

Bedankt voor je donatie aan NSGK! De Junior Reporters hebben een leuke video voor je klaar staan. Ga snel naar nsgk.nl/bedankt



Deze laatste aflevering van '7 stappen' maakten we speciaal voor jou, om je te bedanken voor je steun de afgelopen maanden!



Jouw structurele steun onmisbaar voor mensen op de vlucht, en we hopen dat je vluchtelingen blijft steunen. We hebben je nodig. Niet alleen voor hulp aan vluchtelingen uit Syrië, ook voor mensen die op de vlucht zijn voor het geweld in Myanmar, Zuid-Soedan en vele andere conflictgebieden.



[Bekijk hier de online versie](#)

OVERLEVEN IN 7 STAPPEN



Beste Claudia Geluk,

De afgelopen maanden waren voor mij heel bijzonder. Samen met de familie van Farida en Abdul liet ik je zien hoe cruciaal jouw steun is tijdens de belangrijkste stappen om als vluchteling te overleven.

Je hebt kunnen rondkijken in het kamp waar ik dagelijks werk. Je kon zien hoe belangrijk vanzelfsprekende zaken zijn, zoals een slot op je deur of eigen wc. Je ontdekte welke onmisbare rol jij speelt in het leven van het gezin van Farida en vele andere gezinnen op de vlucht.

Beste Lisa,
Bedankt voor het prettige gesprek dat we voerden. Dankzij betrokken mensen zoals jij kunnen we mensen op de vlucht levensreddende hulp bieden. Daar willen we jou namens het UNHCR-team in Nederland hartelijk voor bedanken.
In de bijlage vind je een kopie van jouw aanmeldingsformulier. Als je daar nog vragen over hebt, kan je ons bereiken via de mail (donateursnl@unhcr.org) of via de telefoon (070-2501815). We horen graag van je.

Tijdens ons gesprek vertelden we je over Inaam, het vijfjarige meisje uit Syrië. Met jouw donatie help je mensen zoals Inaam aan een veilige slaapplek, eten, drinken en medische hulp. Ook zorgen we samen voor een toekomst voor kinderen en volwassenen op de vlucht.

De familie van Inaam wil jou graag vertellen over hun leven als vluchteling, en wat jij voor hen betekent. Daarom ontvang je binnenkort een bericht van ons, waarin we Inaam en haar familie aan je voorstellen. We houden contact!

Hartelijke groet,

Claudia
UNHCR Nederland



Volg ons via





**Uhhh oké,
we gaan onze
donateurs bedanken
en welkom heten...**

**...waar moet ik
beginnen?**



Checklist bedanken en welkom heten

Deze checklist helpt je bij het vaststellen van je bedank en welkomststrategie en daarmee ook de invulling ervan.

- Uitgangspunt: hoe draagt dit bij aan persoonlijke en relevante communicatie met de donateur
- Data: Let op! Welke informatie haal je op, doe je er iets mee en is dit relevant voor de relatie met de donateur.
- Bottle-neck is vaak content: maatwerk gaat ten onder aan beschikbare budgetten/content/handjes





Bedanken en Welkom heten

- De start!
- Inventarisatie/ voorbereiding
- Implementatie/ inregelen in processen
- Evaluatie & optimalisatie

De start



intern draagvlak genereren



scope bepalen



contentbehoefte intern bespreken om op natuurlijke momenten content te creëren voor bedank- & welkomstflow



multidisplinair projectteam samenstellen:

- fondsenwerver
- data/analist
- communicatie/redacteur
- frontoffice
- online
- productowners (major donors/kleine giftgevers/middle donors/PD etc)



Bedanken is niet alleen bij de start van een nieuwe relatie, is onderdeel van elke flow



Inventarisatie / voorbereiding

- Welke flows/ welkomst journeys zijn reeds aanwezig in de organisatie
- Behoeft onderzoek doelgroep(en): What's in it for them, emo vs ratio. Wat zijn de verwachtingen van de donateur, is dit duidelijk. Drijfveren en verwachtingen duidelijk
- Kanaalvoorkeur doelgroep/ nadenken over vorm en kanaal
- Past het bij het kanaal (on-line, face-toface..) en 'fase waarin de doelgroep zich bevindt'
- Is het een 'bekende of onbekende relatie' (lead, heractivering, upgrade, winback)
- Kunnen we gepersonaliseerd bedanken op campagneniveau (brief/ e-mail)
- Proces bepalen: bedanken, welkom heten, combinatie
- Content: wat is er al en wat moet er ontwikkeld worden. Hou hier ook rekening met een mogelijke introductie van de organisatie en de projecten waar de komende periode focus op ligt.
- Nadenken over de duur van de welkom- en bedankproces. Kijk hoeveel communicatie momenten er zijn na de on-boarding om te bepalen hoeveel en hoe lang je welkomstflow wilt/ moet maken.
- Kpi's: vooraf bepalen en ook hoe te meten (wanneer ben je succesvol)
- Mogelijkheid om te testen
- Trigger/ beslisregels vastleggen. (wie wanneer wat timing, doelstellingen, SMART) en briefings opstellen. Bv. Als men de e-mail niet opent wellicht de uiting per post toesturen (zeker in geval van een SEPA Incasso contract).
- Bepalen of je wilt pre-testen/tijdens testen en optimaliseren en draagt dit bij? Maak het niet te complex! (N=5 kan al heel veel zeggen)



Vervolg voorbereiding

- Inventarisatie automatiseringsmogelijkheden/ impact analyse huidige werkprocessen/functies
- Let op met AVG en op-tins verkrijgen voor verdere communicatie
- Passen bij merk en merkwaarden/ merkwaardig gedrag/ welke belofte doe je als merk en hoe vul je deze aan. Wat is belangrijk voor je relatie en wat is belangrijk voor je merk
- Hypotheses testen (wat test je, hoe en waarom). Hou rekening met controlegroep
- Goeie content kost tijd! Neem genoeg tijd om te creëren/ planning
- Bepaal de regels binnen de journey
- Bepaal per stap de pijlers (inspireren, faciliteren, activeren, informeren of betrekken)
- Bevestiging: doel bepalen (waardering, goede keuze, kennismaking, pre-notificatie) en zorg dat deze in balans zijn
- Wat wil je met je 'reguliere processen' tijdens bedank- en welkomtraject (e-nieuwsbrief, dm etc)
- Fondsenwerving levert de benodigde content, beslisregels, businesscase etc op. Natuurlijk in samenwerking met andere afdelingen zoals data/ IT en communicatie
- Zorg voor variatie/afwisseling (content). Welke waarde biedt jij je donateur.
- Doel van contactmoment bepalen: Interactie als belangrijk component (niet alleen maar zenden)
- Werk in realistische (kleinere) stapjes en start ook in een niet ideale situatie (agile)
- Welkom heten/bedanken maximaal een jaar
- Relevantie staat voorop!!! Afhankelijk van de relatie het aantal touchpoints bepalen



Implementatie

- Organiseer en interne Kick-off sessie
- A/B testen inbouwen (waarde toevoegen, inzichten creëren om op voort te borduren)
- Reguliere processen aanpassen aan de welkomstjourney (uitsluitingen etc)
- Online en offline flows inregelen
- Diverse partijen op elkaar afstemmen zoals leveranciers, interne afdelingen, online partijen, drukwerk/ verzendhuis
- Zorg dat het opgenomen is op de communicatiekalender
- Maak gebruik van marketingautomation om de juiste timing tussen de verschillende uitingen te garanderen
- Proces testen voor livegang
- Continue monitoren, meten en bijsturen is zeer belangrijk
- Let op de technische implementatie, per fase is data aangehaakt om oplevering te bewerkstelligen zodat er daadwerkelijk uitgestuurd kan worden.

KPI's om op te sturen

- Open's en clicks
- CSS-score (Charity Supporter Score)
- Klachten
- Vragen die binnenkomen
- CSAT (Customer Satisfaction Score)
- Retentie (langere termijn)
- Betrokkenheid

Key



Performance

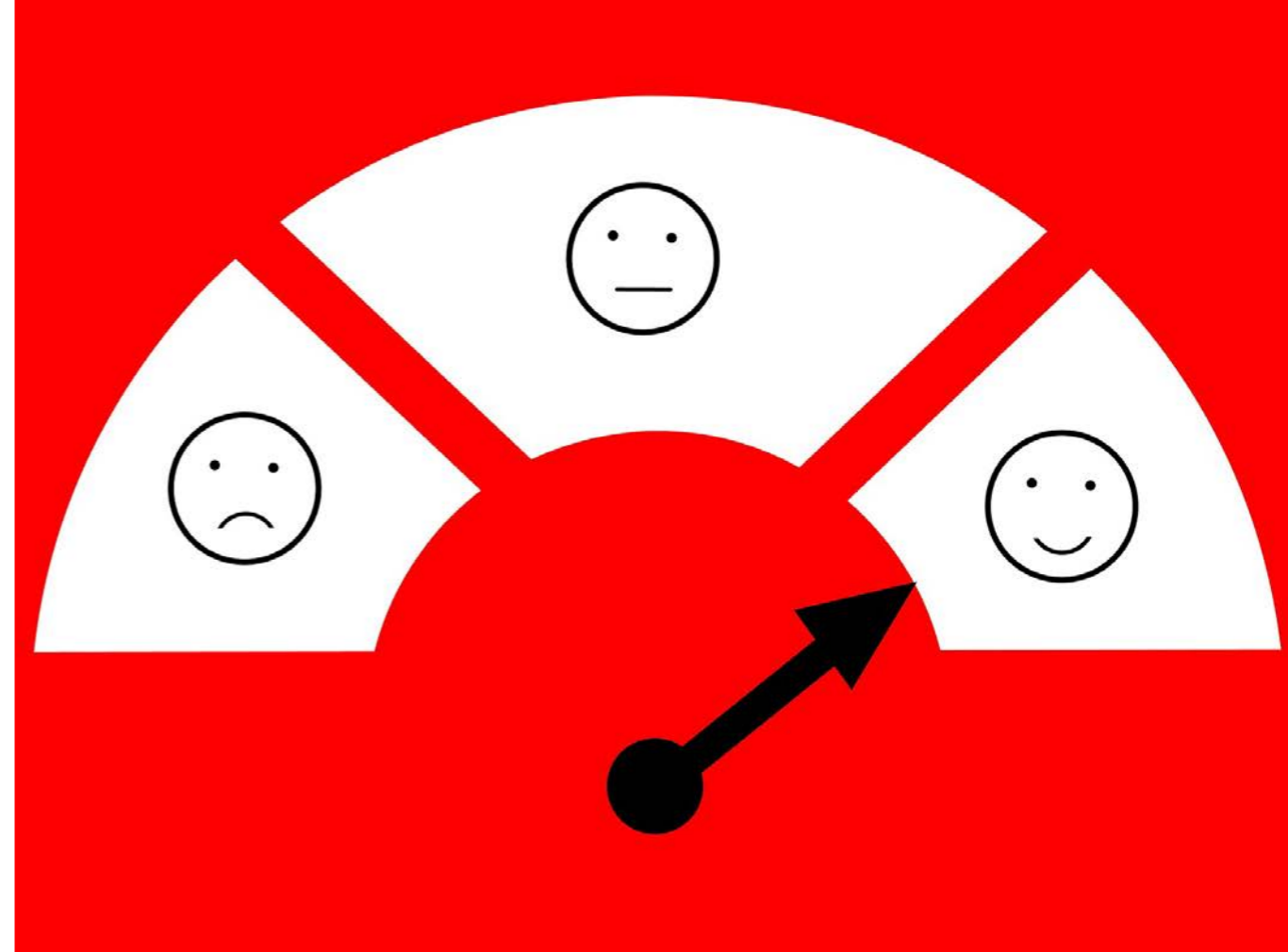


indicator



Evaluatie en bijsturing

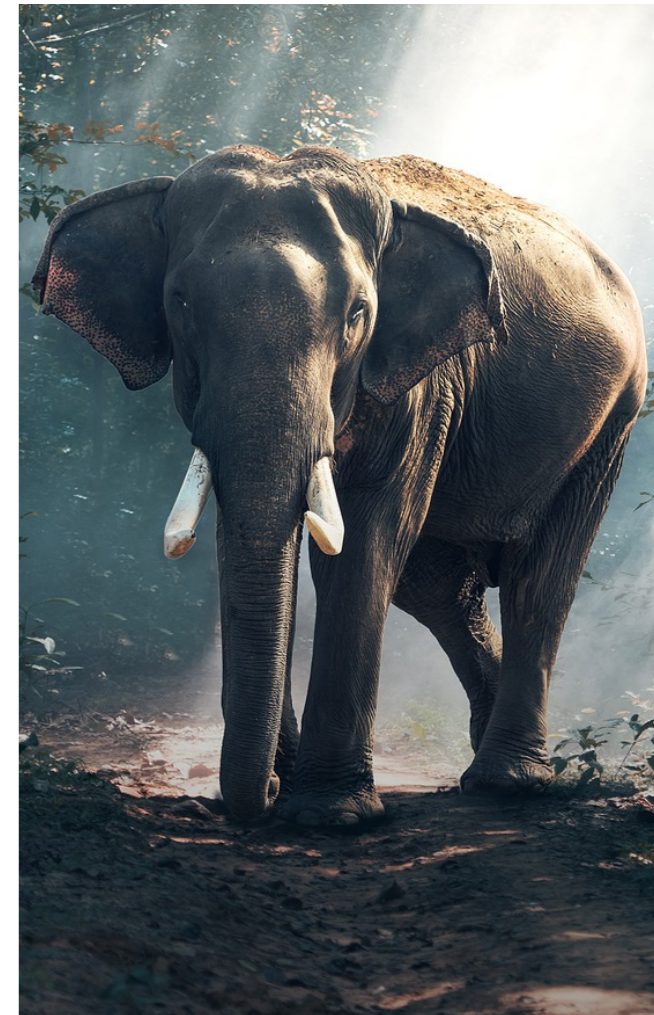
- go/no go momenten bepalen
- eerste evaluatiemoment bepalen
- 2.0 versie inplannen en verder
- Let op! is een continue proces



Er is niet één customer journey voor welkom heten en bedanken

Per organisatie wisselt dit ontzettend.

Van klein...
Naar **GROOT**





Momenten en manieren om te bedanken

- Stuur een handgeschreven kaartje/ brief.
- Haak in op een moment in het leven van de donateur, bijvoorbeeld een jubileum, een verjaardag
- Haak in op een bijzonder moment voor de organisatie, bijvoorbeeld probleem is opgelost, onderzoek is voltooid, doelstelling gehaald, jubileum van de organisatie
- Vier het aantal jaren dat een donateur jouw organisatie steunt
- Stuur een kaartje tijdens een unieke feestdag, bijvoorbeeld dag van de mensenrechten, of dag van gehandicapten
- Geef iets terug, een korting, een training, een evenement
- Geef persoonlijke en vriendelijke terugkoppeling, zorg voor een excellente klantenservice
- Verras een donateur, zorg dat jouw organisatie het positieve gesprek van de dag wordt
- Nodig eens een donateur uit op het kantoor of voor een donateursonderzoek
- Organiseer lokale bijeenkomsten voor donateurs
- Laat je donateur weten dat je zijn/haar feedback waardeert en wat ermee is gebeurd
- Zet je donateurs in het zonnetje, digitaal met een #donorlove of een aparte pagina binnen de website
- Stuur je donateur uitgebreide informatie over de programma's
- **Geef ze een glimlach!**

