



Почему сайт это
фандрайзинговый
инструмент? Как
собирать всегда.

Александра Маслова

Со-основатель и партнер агентства по
digital-фандрайзингу для НКО LAMA
Charity

FUNDРАЙЗИНГ
НОВОГО
ВРЕМЕНИ

ПЕРЕСТРОЙКА



L A M A C H A R I T Y

DIGITAL & FUNDRAISING
FOR NON PROFIT ORGANIZATION

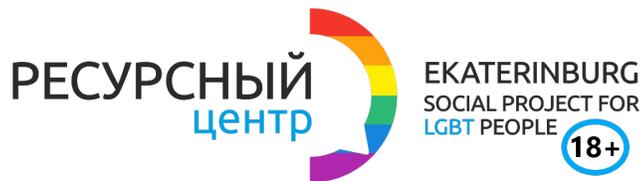
Краткое знакомство

Привет! Меня зовут, Александра Маслова.
Занимаюсь маркетингом и digital более 9 лет,
4 из которых в управлении.

- Со-основатель и партнер агентства по digital фандрайзингу LAMA Charity – по нв
- Проектный руководитель digital маркетинга в БФ Арифметика добра - 2019
- Бизнес-аналитик по внедрению amoCRM
- Директор по маркетингу в международной логистической компании с офисом в Китае, г.Пекин – 2014-2018
- Работала с проектами студентов школы Сколково – GetIT



Нам доверяют





План работы

- Сайт – почему это фандрайзинговый инструмент
- Структура сайта для фонда/ платежка/ что обязательно должно быть
- Цепляющие тексты с триггерами
- Фандрайзинговые глаза /фотоконтент
- Как собирать всегда
- Этапы разработки и стоимость
- Где искать подрядчиков И на что обратить внимание - Фриланс/ коленка/даром
- Интеграции для работы с базой
- И многое другое



Почему сайт – фандрайзинговый инструмент?

Потому что если не сайт фонда, тогда что?
Так или иначе все пути ведут на него.



Некоторые точки контакта 😊

Сайт	Радио	Платежные терминалы
Вконтакте	Телевидение	Технологичные партнерства
Facebook	Блогеры/амбассадоры	Фирменный мерч
Одноклассники	Офис	Краудфандинговые платформы
Инстаграм	Флаеры	Конкурсы
Email рассылки	Коллаборации с брендами	Объявления/присутствие в тематических группах /онлайн и оффлайн
СМИ	Визитки	Выступление на конференциях
YouTube канал	Выступления на форумах, конференциях	Личный блог



Что должно быть на сайте

Разберем основные блоки.



Наличие удобной платежной формы на сайте	Уставные документы	Актуальные новости фонда и его работы	Программная деятельность фонда – подробно	Четкое и понятное меню сайта – логика
Кто мы и что делаем	Ценность денег в эквиваленте поступков – в каждой платежке	Срочные сборы (если актуально)	Проведенные мероприятия и акции – архив нужен	Единое визуальное оформление – все гармонично – не вырви глаз
Счастливые истории детей/людей – как результат вашей работы	Расписание занятий	Отсутствие на сайте мексиканцев – лиц с фотостоков – это не про доверие	корректность, грамотность, аккуратность во всем – тексты/фото	Фишки для подписки на рекуррентные платежи
Отчетность по месяцам и годовые отчеты	Дружественные специалисты фонда (Психологи например)	Информация о фонде и команде	Указать действующих партнеров	Подписка на рассылку и реальные контакты (с работающим телефоном)

Программная деятельность фонда

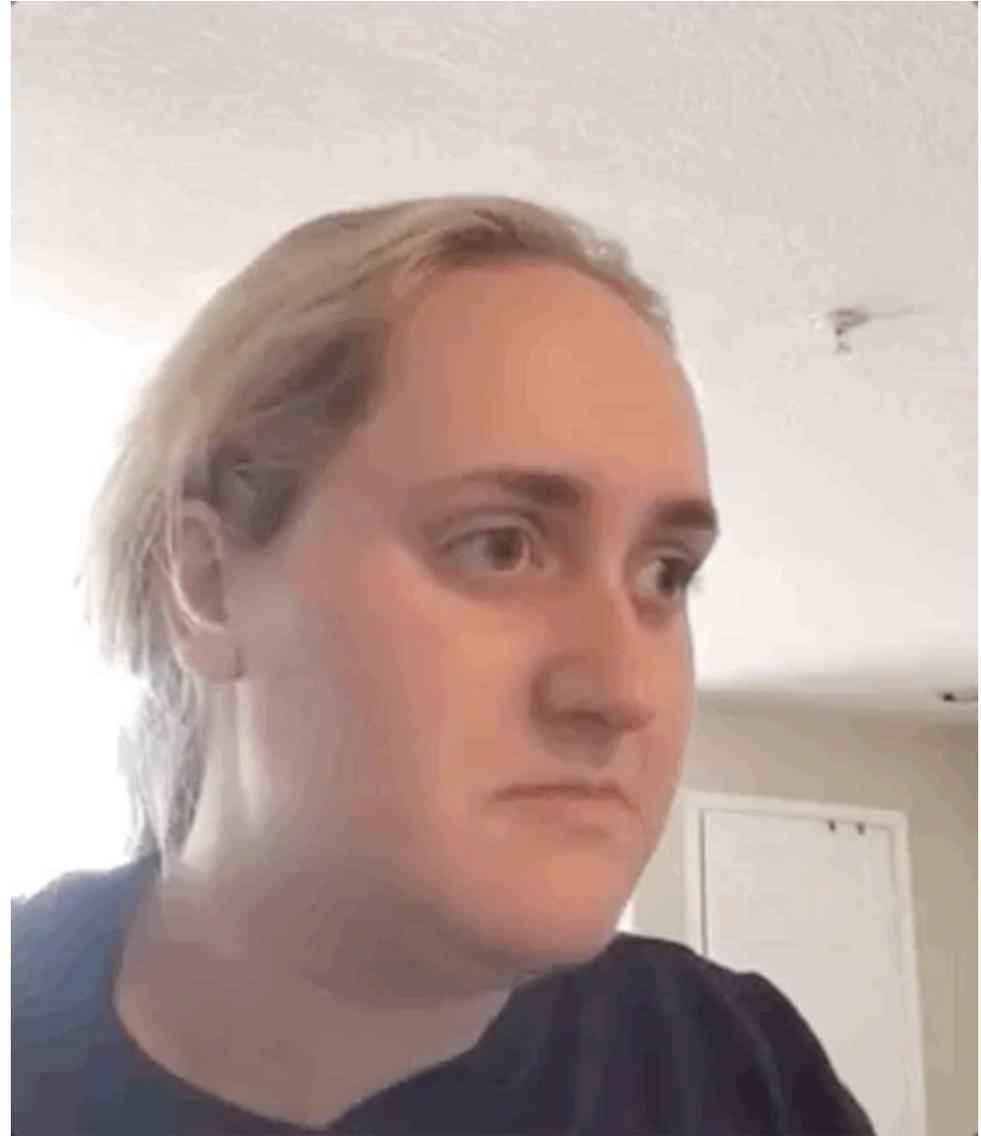
Чем конкретно занимается фонд в рамках Программной деятельности и Кому конкретно помогает? Релевантные Цифры в платежках.





Твердые факты на сайте

Цифры, сертификаты, дипломы, ОТЧЕТЫ.
То, что нельзя опровергнуть вот таким
скептикам.



Что делать?

ТВЕРДЫЕ ФАКТЫ	ОЦИФРОВКА
10 лет работы фонда	За 10 лет собрано 20 000 000 рублей
Провели спортивный забег с компанией N	400 участников, собрано 300 000 рублей
Получили сертификат за прозрачную отчетность	-

1. Вспомните и по-возможности оцифруйте достижения фонда (это вам очень пригодится в любой точке контакта).
2. Награды, количество людей которым вы помогли, сумма которую вы собрали за все время работы фонда для благополучателей.
3. Известные амбассадоры, бренды
4. Сертификаты за прозрачную отчетность
5. Проведенные мероприятия и акции – оцифровать число участников/ сумму сбора итд

Отчетность

Просто должна быть – обязательно.
И чтобы найти можно было сразу.



А еще желательно, чтобы было красиво и не скучно.

ОТЧЁТНОСТЬ

ПО МЕСЯЦАМ



ПО ГОДАМ

2020
год

2019
год

2018
год

2017
год

Подписаться на рассылку

Как к вам можно обращаться

E-mail

Подписаться

■ Нажимая кнопку «Подписаться», я подтверждаю, что прочитал и согласен с политикой конфиденциальности.

О нас

Обязательно должна быть Легенда, история.
Что повлияло, куда вы идете
И ради чего. Ваша миссия.



Что делать?

КЛЮЧЕВЫЕ СОБЫТИЯ – ЧТО ПОВЛИЯЛО	СТАВЛЮ + ЕСЛИ ГОТОВЫ РАССКАЗАТЬ
Переезд в другой город	
Утрата или потеря	
Тяжелая болезнь	
Желание помочь	
Сильное эмоциональное потрясение	

1. Составить легенду о фонде, если она есть наполнить красками. Если вы основатель фонда- идеально. Если нет – привлечите к работе основателя.
2. Задача – раскрыть ваши качества и ценности прописанные через историю, отобрав подходящие факты в биографии основателя если есть возможность, или работе самого фонда.
3. Легенда – очень сильный инструмент, с которым вы дальше сможете и в пир и в мир и в добрые люди – и везде она будет работать на вас.



Страница пожертвования

Чтобы потенциальные доноры не уходили
Безвозвратно «в закат».



Придайте бОльшую
ценность деньгам и
дайте возможность
донору сделать
поступок

Продумайте ценность для каждой суммы
В вашей платежке. Так она имеет
Большой смысл – а перевод денег
Превращается в настоящий поступок.

СУММА	ПРИМЕР
500р	Стоимость работы няни в палате у детей-отказничков детской больницы им. Филатова г Пенза за 1 ночь.
150р	Цена одной чашки кофе, пожертвованная «Кварталу Луи» раз в месяц, поможет молодым людям с инвалидностью найти свое место в жизни.
940р	940 рублей – сто кирпичей для возведения поместья «Новые берега». Помогая строить «Новые берега» - строим новое будущее для молодых людей с инвалидностью в нашей стране и развиваем Пензенский регион!



СОЗДАЁМ МИР РАВНЫХ
ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Заполните это поле.

LAMA-Charity.ru

Я ХОЧУ СДЕЛАТЬ ПОЖЕРТВОВАНИЕ

Ежемесячно

Разово

150 ₽

500 ₽

940 ₽

Другая сумма ₽

500 рублей – стоимость работы няни в палате у детей-отказничков детской больницы им. Филатова г Пенза за 1 ночь.

Имя

Фамилия

E-mail

- Согласен с условиями [оферты](#) и [политики конфиденциальности](#)
- Я разрешаю присылать мне письма

ОТПРАВИТЬ

18

ПОМОЧЬ СЕЙЧАС

Мы поддерживаем ЛГБТ+сообщество Екатеринбурга и Свердловской области и нуждаемся в вашей финансовой помощи!

Ежемесячно

Разово

PayPal / Visa / MasterCard

700 ₺

500 ₺

940 ₺

Другая сумма | ₺

940 - Деньги на аренду Комьюнити-центра в Екатеринбурге.

Как мы можем к вам обращаться

E-mail

Я хочу получать новости и знать, как работают мои деньги.

Оферта

ПОМОЧЬ

Вам нужно понимать СВОИХ ДОНОРОВ

Чем лучше вы знаете кто это – тем быстрее
Вы найдете с ними общий язык.



Что делать?

ХАРАКТЕРИСТИКИ	ХАРАКТЕРИСТИКИ
Пол, возраст	Семейное положение
География (где живет, а где работает)	Доход на семью /мес Личный доход Постоянный или временный Есть ли дети/ипотека
Хобби, интересы, увлечения (красота дети психология зож) similar web – интересы (закладки на Facebook)	Образование
Профессия	Боли, мечты, цели Какие главные ценности – семья честность экология
Почему их должен зацепить ваш фонд – что измениться в их жизни – что увидит глазами человек (ребенку сделали операцию)	Каким будет решающий фактор принятия решения о пожертвовании – логика/эмоции

1. Максимально подробно описать вашего желанного частного донора. Но для того, чтобы портрет не был вымышленным персонажем из фильма – для начала опишите своего текущего донора по тем же параметрам.
2. Я – как ролевая модель донора. Чтобы максимально детально понять кто эти люди, попробуйте посмотреть на себя. Ведь вы когда-то пришли работать в этот фонд – это больше чем пожертвование. Почему? Подумайте, это вам поможет в заполнении таблицы.
3. При составлении портрета – ориентируйтесь на ядро ваших доноров – которых будет большинство. В отдельности дополнения к портретам по программам делаем в последнюю очередь.

<p>Если они не будут ничего делать – что случится – в чем будет потеря</p>	<p>Какие надежды они связывают с подпиской на пожертвования? Что вы сделаете?</p>	<p>Как они узнают о вашем фонде? Друзья, реклама в соцсетях</p>	<p>Где проводят время? Сайты соц сети магазины – какие?</p>
<p>Что могло бы их стимулировать сделать пожертвование уже сегодня?</p>	<p>Готовы ли они стать рекурентом? Если да, что им мешает это сделать? Если нет – что нужно чтобы стать готовым (триггер – срочность)</p>	<p>Жизненные цели – явные (те о которых вы можете говорить в своих рекламных сообщениях) и скрытые (вы о них знаете но напрямую не говорите)</p>	<p>Проблемы – решение каких проблем наиболее актуально для них сейчас</p>
<p>Они уже помогали фондам? Каким? Что порадовало а что разочаровало?</p>	<p>Каким они видят конечный идеальный результат от своего пожертвования?</p>	<p>В чем они продолжают сомневаться относительно вашего фонда? Какие есть явные и скрытые возражения?</p>	<p>Какие эмоции испытывают потенциальные доноры по отношению к фонду? Что их больше всего радует, злит и тревожит?</p>
<p>Между какими фондами они будут выбирать прежде чем придут к вам?</p>	<p>Что им нравится или не нравится в ваших конкурентах?</p>	<p>Какие выгоды они видят для себя в помощи фонду?</p>	<p>Что могло бы побудить доноры рассказывать о вас друзьям?</p>

NEXT LEVEL

Ваша целевая аудитория
намного шире

- Партнеры
- СМИ
- Команда
- Подрядчики
- Бизнес-центр, где вы находитесь
- Наставники / менторы /
- Коучи
- Блоггеры
- Лидеры мнения
- Амбассадоры





Цепляющие тексты с триггерами

Любой текст на вашем сайте должен
Нести смысл и определенный посыл.
Вода никому не интересна и не нужна.



Что делать?

- Научиться пользоваться триггерами когда вы говорите где-то о фонде, закрываете адресный сбор или просто пишете пост в соц.сети.
- Подумайте, как именно вы можете использовать тот или иной триггер – конкретно на вашем примере.
- Помните о том, что все мы люди – и так или иначе это психология – сильно давить на людей нельзя – сломаются не починишь. Поэтому используем аккуратно и максимально деликатно.

ТРИГГЕРЫ	ПРИМЕНЕНИЕ (ПРИМЕР)
Взаимная благодарность	Список полезной литературы для приемных родителей – электронная книга в подарок при подписке на новости
Высокая миссия	Чтобы все дети жили в семьях с родителями
Авторитетность	Наши награды - признание экспертов области
Приобщение к обладанию	Помощь конкретному ребенку / его история – рекурент
Детали	Профессионализм – терминология чуть-чуть
Динамика	Закулисье работы – сколько всего делаем
Показать результаты - герой	Успешные истории – фонд молодец
Масса (прогресс-бары)	Эффект толпы – все помогают и я тоже
Эффект сериала	История ребенка – сбор на операцию – операция – после операции

Фотоконтент и фандрайзинговые глаза

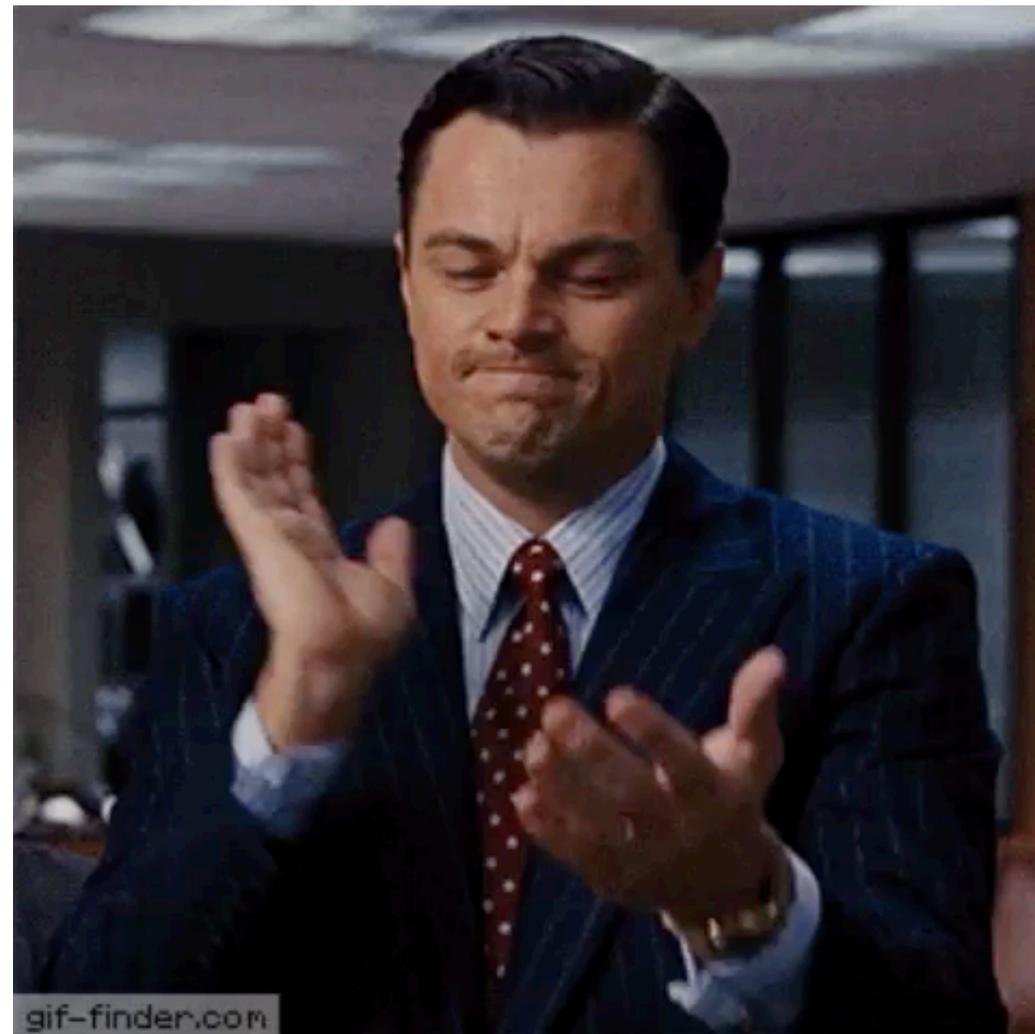
Никаких мексиканцев и фото со стоков
На вашем сайте. Это работает против вас.
Анти-доверие, анти-платеж – запомните!





Как собирать всегда?

Главный вопрос-интрига.



- Сводка
- Отчеты
- Карты
- Вебвизор
- Посетители
- Сегменты
- Настройка

Посетители



Посетители 737

Новые посетители



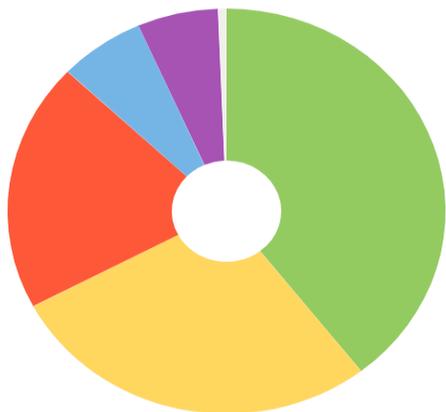
Новые посетители 715

Адрес страницы

Адрес страницы	Просмотры
	729
	62
	46
	34
	19
	18
	15
	13
	11
	8

Источник трафика

Визиты



Прямые заходы 39,5 %
 Переходы из социальных сетей 27,8 %

Отказы

24,7 %
 +4,49 %



Глубина просмотра

1,22
 -16,4 %



Время на сайте

0:54

Последняя поисковая фр...

Последняя поисковая фраза	Визиты
хай вэй групп	8
хайвей групп официальный ...	5
	-

КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ	АНАЛИЗИРУЕМ - ИСПОЛЬЗУЕМ
Посещаемость сайта / отдельных страниц	Выявляем зоны подъема и спада – стыкуем с проходящими у нас мероприятиями, акциями, рекламой. Делаем выводы.
Источники перехода на сайт (мое любимое)	Смотрим с каких ресурсов были переходы, с каких соц.сетей и сколько, смотрим переходы из email с utm метками и многое другое
Аудитория	Если у вас нет счетчика, мы предполагаем кто ваша аудитория. Если он есть – вы просто смотрите ее здесь (соц дем – тип устройства – география)
Вебвизор	Выбираем человека который раз в неделю будет просматривать в течении часа сеансы с вебвизора и составлять чек-лист слепых зон и наоборот самых активных. Это поможет вам доработать сайт чтобы уменьшить число отказов и увеличить конверсию в платежи.

Этапы
разработки
сайта – из чего
складывается
СТОИМОСТЬ

Давайте разбираться.



Этап	Что происходит на данном этапе
Сбор ТЗ и хотелок	Здесь важно рассказать вашему подрядчику о всем том, что бы вам хотелось. Скинуть сайты которые вам нравятся и что именно. Ну и прописать ТЗ. Дальше об этом еще скажу. По срокам – 1 неделя – при оперативной обратной связи.
Дизайн-макет / Контент	На данном этапе дизайнер рисует макет вашего сайта. По срокам 3-4 недели.
Верстка	Преобразование картинки в код. Срок сильно зависит от объема работы и многостраничности сайта. От месяца до 3. Здесь внесение правок «а-ля директор увидел по-другому» уже становится проблематичным и стоит доп.денег.
Программирование	Подключение форм обратной связи, установка на СУ (Wordpress, Битрикс итп) Срок – от 1 до 3 мес.
Интеграции	Cloudpayments, crm система, сервис рассылки. 1-2 недели (зависит от сложности).
Обучение	Обучение команды работать в админке сайта. 2 часа.



Где искать подрядчиков

Та еще головная боль. Но если что
Можно обратиться к нам в lama-charity.ru





На что обратить внимание при разработке сайта

Честный чек-лист от Lama-charity.ru

Специализация агентства	Обратить внимание на нужные интеграции с платежными сервисами
Чтобы сайт можно было редактировать самим	Проговорить подключение ssl сертификата, домена и настройки корпоративных почт
Смотрим кейсы и отзывы	SEO оптимизация
На ориентировочный срок разработки – 3-6 месяцев это нормально	Договориться о способах взаимодействия и заключить договор со спецификацией
Проговорить весь функционал сайта в ТЗ	Оперативная обратная связь нужна не только вам но и агентству – чтобы не сорвать сроки
Кто будет писать тексты – контент (зависит от бюджета)	Послепродажное обслуживание и техподдержка – платная или нет
Позаботится о качественных фотографиях для сайта заранее	Обучение сотрудников работать в админке сайта – платно или нет
Проконсультироваться с опытным digital - фандрайзером	Убедитесь что вы зашли не на завод с поточным подходом к штамповке сайтов без души



Сайты на конструкторе

Просто расскажу о том,
Чего в таких сайтах как правило нет.



Ваши ценности, экспертиза, качества

Вы настоящий, таких больше нет.
Ваша философия. И видение мира
во всем мире.



Что делать, если уж «так вышло что, делает сосед»?

КАЧЕСТВА	ЦЕННОСТИ
Яркость/ искренность/ прозрачность	Осознанность
Оптимизм	Уважение
Консервативность	Равные права
Практичность	Семья
Внимательность к деталям	Здоровье

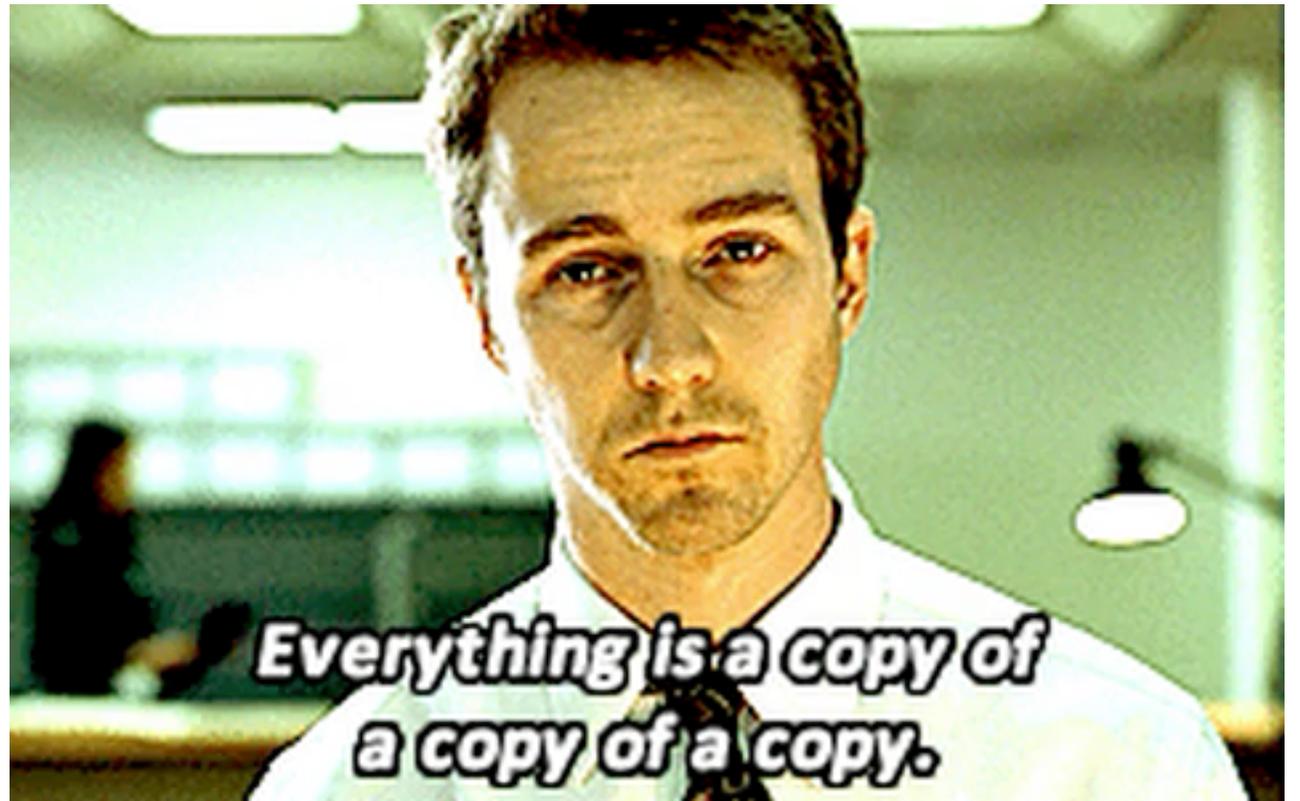
1. Понять как ваш фонд делает то, что он делает – с какой эмоциональной окраской и донести это до «соседа».
2. Проставить приоритеты – какие качества гармонично сочетаются с ценностями фонда.
3. Чем больше вы напишите тем лучше. В приоритеты взять 5 штук.
4. В зависимости от этого - вы сможете гармонично использовать визуал в коммуникациях (ярко - либо строго и консервативно, есть место для гифок или нет)

И ОЧЕНЬ СИЛЬНО ВЕРИТЬ.

НАДЕЯТЬСЯ. НА ЛУЧШЕЕ. ЧТО ВСЕ ЭТО БУДЕТ ОТРАЖЕНО НА ВАШЕМ САЙТЕ

PRO bono

Шла вторая пятилетка первой итерации сайта для фонда. Просьба воспринимать с юмором 😊 У всех по-разному, но бывает и так.



А когда будет
ГОТОВО?

Скоро. А кому сейчас легко?!



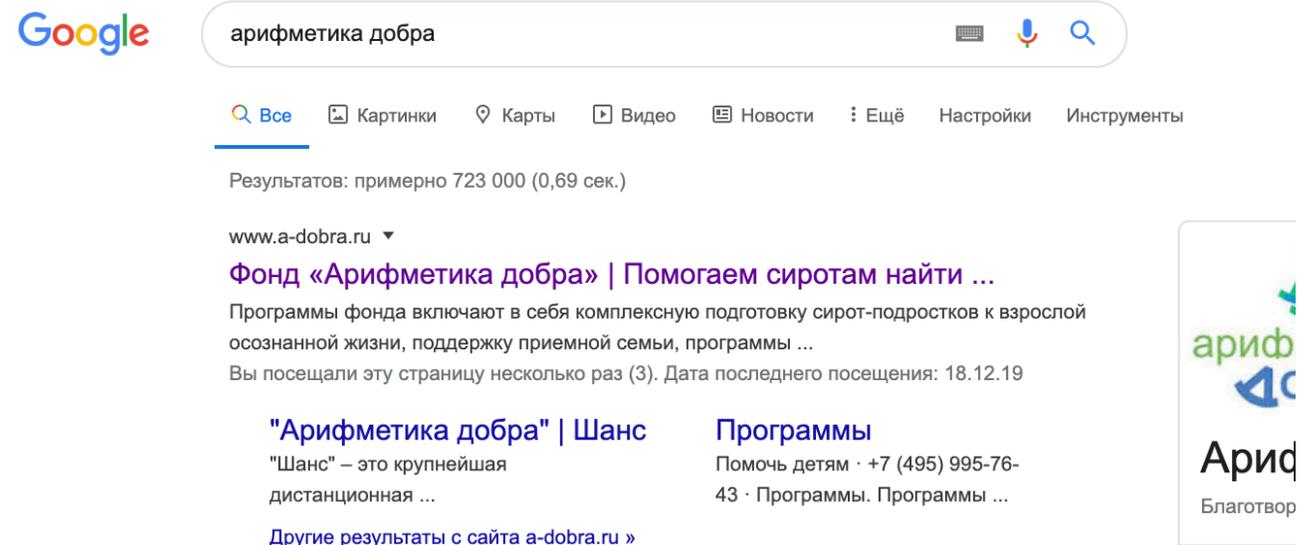
Ура! Готово. А когда пойдут деньги?

Когда на сайт придут ваши потенциальные доноры.
Без продвижения сайт просто
Есть и просто, ну красивый может даже.



Базовые SEO настройки сайта

- Оптимизация сайта для поисковиков путем прописывания ключевых слов на страницах сайта в админке.
- Технические настройки и работа программиста
- Срок индексирования поисковиками обновленного seo ключами сайта может достигать до 2 месяцев



The image shows a Google search interface. The search bar contains the text "арифметика добра". Below the search bar, there are navigation links: "Все", "Картинки", "Карты", "Видео", "Новости", "Ещё", "Настройки", and "Инструменты". The search results show approximately 723,000 results in 0.69 seconds. The first result is from the website "www.a-dobra.ru" and is titled "Фонд «Арифметика добра» | Помогаем сиротам найти ...". The snippet for this result reads: "Программы фонда включают в себя комплексную подготовку сирот-подростков к взрослой осознанной жизни, поддержку приемной семьи, программы ...". Below the snippet, it says "Вы посещали эту страницу несколько раз (3). Дата последнего посещения: 18.12.19". There are two sub-links: "«Арифметика добра» | Шанс" with a snippet "«Шанс» – это крупнейшая дистанционная ..." and "Программы" with a snippet "Помочь детям · +7 (495) 995-76-43 · Программы. Программы ...". At the bottom of the search results, there is a link "Другие результаты с сайта a-dobra.ru »". On the right side of the image, there is a vertical banner with the logo "ариф" and "Ариф" and the text "Благотвор".



Контент-стратегия для SMM

Не просто, но дорогу осилит
идуший.

Таргетированная реклама



Опять же, никто не отменял. Тем более, если вы уже составили четкий портрет своего частного донора.

EMAIL

Самый недорогой канал прямой связи
С нашим донором.



Спасибо за внимание!

Александра Маслова

Если для вас эта презентация была
полезной, вы можете оставить
свой отзыв на нашей странице
Facebook

<https://www.facebook.com/lamacharity/>

Нам будет очень приятно 😊

