

سياسة وإجراءات للحفاظ على الداعمين

سياسة وإجراءات للحفاظ على الداعمين

في جمعية قيمنا لتنمية المجتمع



سياسة وإجراءات للحفاظ على الداعمين

مقدمة:

تعاني العديد من منظمات العمل الخيري في الحفاظ على المتبرعين، وذلك مع وجود العديد من الجهات المماثلة التي تبحث عن متبرعين جدد، ومع تركيز البعض من مسؤولي تنمية الموارد المالية على البحث عن متبرع جديد على حساب الحفاظ على المتبرع الحالي يزداد معدل تسرب المتبرعين وانتقالهم للتبرع من منظمة إلى أخرى أو توقفهم عن التبرع للجمعيات الخيرية.

ومن الضروري للجمعيات الخيرية الحفاظ على المتبرعين وإطالة مدة علاقتهم بالجمعية إلى أطول فترة زمنية ممكنة؛ فالمتبرع الدائم أقل تكلفة من المتبرع الجديد، كما أنه يتحول مع مرور الزمن إلى متطوع فاعل ومساهم رئيسي في تنمية الموارد المالية للجمعية عبر جلبه لمتبرعين جدد.

التوصيات المهمة للحفاظ على المتبرعين:

أولاً: تقديم الشكر لكل متبرع:

- إرسال خطاب شكر وتقدير لكل متبرع خلال فترة لا تتجاوز ٢٤ ساعة من وقت استلام التبرع، وهذا يؤكد للمتبرع أمرين مهمين .
- أهمية التبرع الذي قدمه للجمعية.
- تأكيد أن تبرعه قد وصل بشكل آمن إلى الجمعية، وخصوصاً إذا كان الدفع قد تم بطريقة نقدية.

ثانياً: تطوير وسائل الاتصال مع المتبرعين:

للحفاظ على المتبرعين يلزمنا بناء أدوات اتصال مستمرة مع المتبرعين، وذلك لإبقائهم على تواصل ومعرفة بالجمعية على مدار العام، وتهدف وسائل الاتصال المختلفة إلى تعريف المتبرع بأهم أحداث الجمعية ومشاريعها الجديدة ونتائج أعمالها وتقارير الدورية والسنوية لمختلف أنشطتها.

ومن المهم أن يتم توزيع خطة الاتصال مع المتبرعين على فترات السنة المختلفة، بحيث لا يتم التواصل مع المتبرع في فترات أو مواسم زمنية محددة، ويهدف ذلك إلى بناء ولاء المتبرع وتحويله إلى شريك في نجاح الجمعية.

سياسة وإجراءات للحفاظ على الداعمين

ثالثاً: دعوة المتبرعين للمشاركة في برامج ومناسبات الجمعية:

تعتبر مشاركة المتبرعين في البرامج والمناسبات التي تقيمها الجمعية عنصر فاعل في بناء ولاء المتبرع، حيث يشاهد بنفسه نتائج التبرعات المالية التي قدمها وأثرها على المستفيدين، وهو ما يحفزه على أن يتحول إلى متبرع دائم وشريك أساسي في نجاح الجمعية واستدامتها المالية.

رابعاً: تحليل قاعدة البيانات للمتبرعين:

تقسيم غالبية الجمعيات الخيرية المتبرعين بناء على حجم التبرعات الواردة منهم، وهذا التقسيم لوحده غير كافٍ فقد يساهم في تسرب الكثير من المتبرعين الأفراد من الجمعية.

ويفضل أن نضيف للتقسيم السابق؛ تقسيم المتبرعين بناء على دورية تبرعهم على النحو التالي:

المتبرع السنوي: المتبرع لمرة واحدة في السنة

المتبرع نصف السنوي: حيث يتبرع لمرة في السنة على الأقل

المتبرع الدوري: حيث يتبرع بشكل دوري (شهري أو فصلي)

ويساهم التقسيم بناء على دورية التبرع على العناية بجميع المتبرعين وزيادة عدد تبرعهم عبر وسائل الاتصال المختلفة،

فالمتبرع الدوري يكلف أقل بكثير من إدخال متبرع جديد للجمعية.

كما يمكننا أيضاً تقسيم المتبرعين بناءً على اهتماماتهم، فمن المتبرعين من يهتم بالتبرع للأوقاف ومنهم من يفضل التبرع للمشاريع والبرامج التنفيذية للجمعية والموجهة إلى المستفيدين مباشرة.

خامساً: الاتصال الهاتفي والزيارات الميدانية:

لتعزيز العلاقة مع المتبرعين يلزمنا التواصل الهاتفي المباشر مع المتبرعين لتقدير تبرعاتهم وأثرها على المستفيدين من خدمات الجمعية، بالإضافة إلى القيام بالزيارات الميدانية إلى أهم المتبرعين لشكرهم في مقرهم، ويتفاوت الفريق التنفيذي الزائر من الجمعية إلى المتبرع حسب تصنيفه، فأحياناً قد نحتاج أن يشارك المدير التنفيذي أو أعضاء من مجلس الإدارة في زيارات الشكر والتقدير لأهم المتبرعين والمانحين.

سادساً: اطلاعهم على التقارير الخاصة بالبرامج والمشاريع.

سابعاً: تزويدهم بطرق صرف الدعم المقدم منهم.

ثامناً: الإعلان في كافة مواقع التواصل الاجتماعي عن الدعم المقدم من قبلهم.

تاسعاً: عمل استمارة لقياس رضا الداعمين والمانحين ومراعاة ملاحظاتهم ومقترحاتهم

سياسة وإجراءات للحفاظ على الداعمين