

CP-foreningen

Strategisk plan for fundraising

Mars 2022

Team: Michael Hansen & Beate Sørum



telefon: +47 416 61 653
epost: michael@bbold.no

b.bold

Oppsummering	3
Strategiske mål og tiltak	4
Inntektsmål og investeringer	4
3 scenarioer, år fem	5
Detaljer og forutsetninger i budsjett	6
Tidsplan	7
Beskrivelse av tiltak og ressursimplikasjoner	7
Kommunikasjon og budskap	8

Oppsummering

CP-foreningen har i dag lite inntekter fra private givere, men vurderer å satse mer på innsamlingsaktiviteter for å oppnå vekst og redusere risiko ved å ha flere ben å stå på. Inntekter fra eksisterende kilder er redusert med ca. 30 prosent de siste tre årene.

For å bygge opp inntekter fra givere, trenger man å investere i å skaffe en base av givere og støttespillere. Dette bygges gradvis og over tid. Å skaffe helt nye givere, og så bygge et forhold til de over tid, krever kunnskap og erfaring, en strategisk og langsiktig tilnærming samt kontinuerlig fokus og investeringer over tid.

Dette dokumentet er et enkelt strategiforslag som viser noen veier foreningen kan gå. Budsjettforslaget inneholder et grovt og forsiktig anslag på forventede inntekter basert på tidligere erfaring og estimerte kostnader.

CP-foreningen skal opprettholde en jevnlig kontakt gjennom året med potensielle givere, og drive med utadrettede aktiviteter for å nå fram til nye støttespillere. Kanaler som bør vurderes er blant annet DM (giverbrev), Facebook, Vipps og SMS. Hvilke som velges vil avhenge av investeringsmuligheter, målgrupper, veksttakt og andre vurderinger som blir foretatt av foreningen. Et fokus på faste givere bør være sentralt i satsningen.

Det er en viktig forutsetning at hele organisasjonen, både ansatte, styret, frivillige og støttespillere, omfavner innsamling som en viktig og legitim aktivitet og noe CP-forbundet er stolte av. Dette er essensielt for å lykkes med fundraising. Det kommer til å være en 'investeringsperiode' og lønnsomheten kommer først over tid, ved å bygge opp en stabil giverbase med både folk som bidrar sporadisk og fast. Det er viktig at man stoler på prosessen og planene som blir lagt, og at man står i det over tid slik at tiltakene får gitt den effekten som ønskes.

Strategiske mål og tiltak

Inntektsmål og investeringer

Det er utarbeidet tre scenarioer med forskjellige investeringsnivåer og tilsvarende forventet inntekter; et ambisiøst (A), et middels (B) og et beskjedent (C) scenario. I 2021 hadde CP-foreningen inntekter på 23,9 millioner kroner totalt, hvorav 46.000 kroner var fra gaveinntekter.

Det er gjort beregninger med ulike innsamlingskanaler, for å gi et bilde av hvordan en investering kan arte seg. Det er ikke gitt at det nødvendigvis er disse kanalene man vil følge slavisk i de fem årene, ettersom landskapet selvfølgelig kan endre seg underveis. Men det gir et bilde av hvordan et samlet innsamlingsbilde kan se ut. Hele beregningsgrunnlaget kan ses i et eget dokument. Dokumentet viser et budsjettforslag med forventede inntekter og kostnader, etterfulgt av gjennomsnittlig gavebeløp og kostnad per gave. Deretter vises forventet antall sporadiske gaver samt antall faste givere. Videre vises en oversikt over kostnader fordelt på aktivitet og til slutt grafer som sammenligner de viktigste parameterne.

Forslaget legger blant annet opp til at foreningen tidlig får på plass en base med faste givere som kan bidra til å få et forutsigbart inntektsgrunnlag.

Vi legger opp til å starte opp med flere vervekanaler og ulike typer donasjoner, for å få en variert inntekt:

- Opp mot fire DM per år, hvorav to av utsendingene på sikt kan inkludere kjøpte adresser for å få tilfang i databasen.
- Giro i CP-bladet
- Peer-to-peer fundraising - vi setter våre egne nettverk i sving
- Finn muligheter for fast giver-verving i eksisterende aktiviteter, som for eksempel eksisterende arrangementer, gjennom lokale foreninger, i CP-bladet, samt annen utadrettet kommunikasjon mot medlemmer og eksterne målgrupper.
- Diverse nettannonsering for å tiltrekke enkeltgaver og faste gaver, få tilgang på nye navn, retargeting fra nettsidebesøk.

DM er en kostbar kanal. Her må man vurdere resultatene underveis, spesielt med tanke på om man klarer å få god respons på kalde adresser. Dersom man ikke klarer å få ønskede resultater, bør man vurdere å bruke pengene på andre kanaler. Eventuell vekst i antall medlemmer vil også bidra til vekst i DM-inntekter - dette er ikke hensyntatt i beregningen.

Mer direkte vervekanaler som face to face kan gi en langt høyere vekst. Det samme gjelder kombinasjonsverving, som "leadgenerering" i sosiale medier (signaturer mm), med påfølgende

oppfølging per telefon. Dette er de kanalene som gir uomtvistelig høyest og raskest vekst. De krever dog mye oppfølging og en stor investering.

Vi anbefaler også at foreningen tidlig begynner å kartlegge muligheter for støtte fra næringslivet.

I tillegg til kanalene nevnt ovenfor, ser vi også for oss at det vil komme inntekter på minnegaver og "store givere" (spesielt til jul). Forbundet bør også synliggjøre mulighetene for å gi en testamentarisk gave. Slikt arbeid gir dog ikke uttelling før om mange år.

3 scenarioer, år fem

Scenario A - høy

Inntekter: 8,5 millioner
Antall faste givere: 1670 stk.
Kostnader: 3,5 millioner

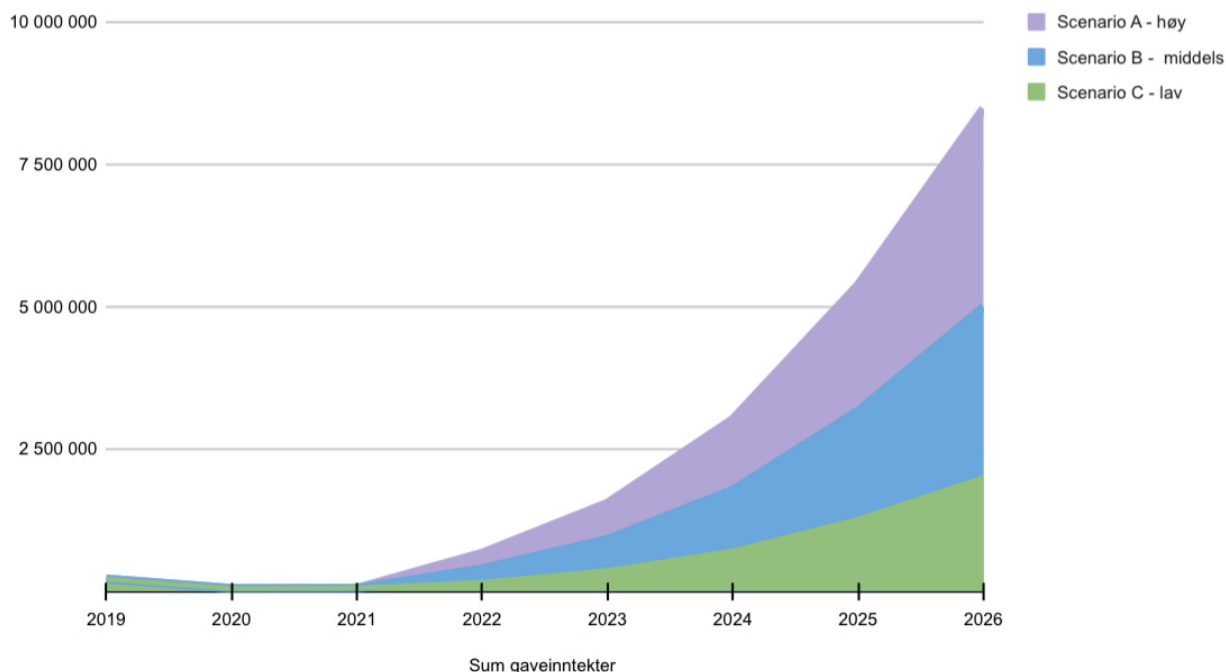
Scenario B - middels

Inntekter: 5 millioner
Antall faste givere: 980 stk.
Kostnader: 2 millioner

Scenario C - lav

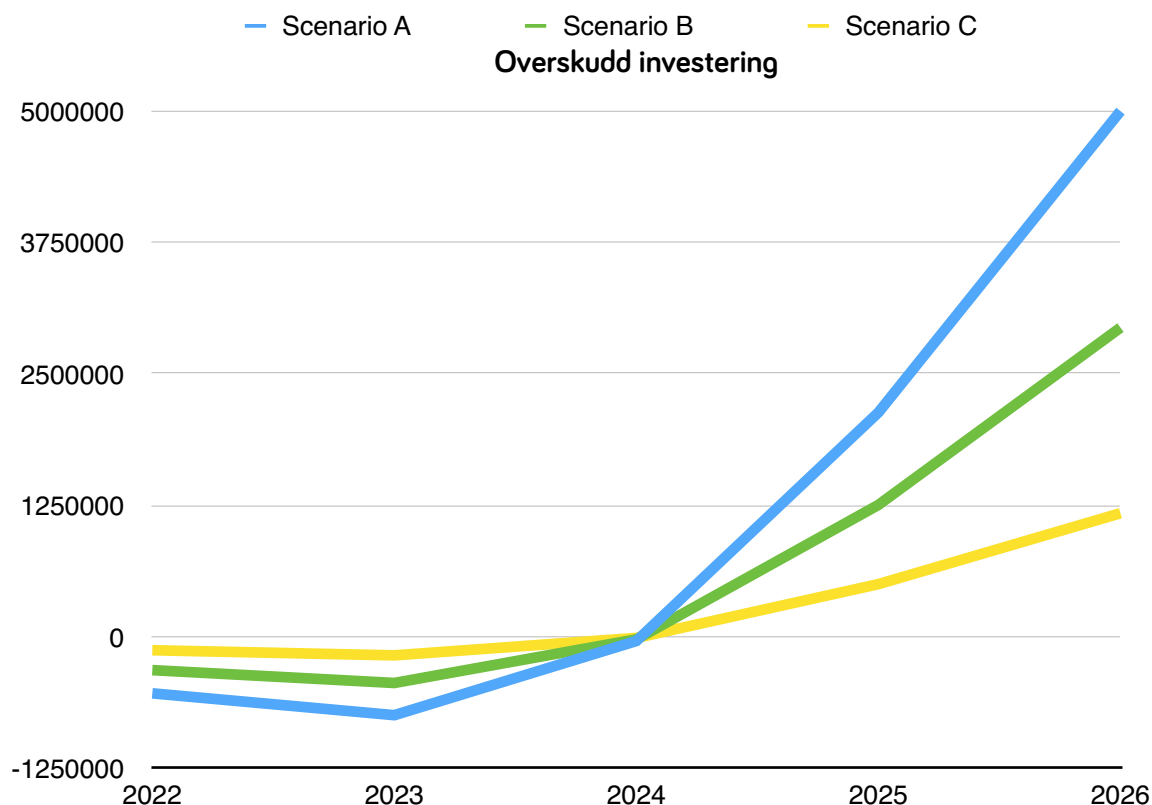
Inntekter: 2 millioner
Antall faste givere: 390 stk.
Kostnader: 820.000

Sammenligning gaveinntekter, tre scenarier



Detaljer og forutsetninger i budsjett

- **Inntektsvariabler:** Vi regner med 210 kroner per måned i snitt per fast giver, og en antatt frafall på 15% per år. På sporadiske gaver regner vi med en snittgave på 200-330 kroner, avhengig av kanal og givergruppe. Merk at giver-lojalitet over tid er vanskelig å anslå, da det varierer stort fra organisasjon til organisasjon, og kan påvirkes av hvilke lojalitetsskapende aktiviteter man gjør i løpet av et år.
- **Kostnader:** Utgifter knyttet til innsamling er delt opp i to, faste og variable kostnader. Faste kostnader er i stor grad ansatte som skal jobbe med innsamling, systemer (database og betalingsløsninger). Det er også beregnet rekrutteringskostnader for enkeltgivere på 100 kroner og faste givere mellom 1.000 og 1.200 kroner per giver.
- **Andre inntekter:** Vi regner med relativt stabile inntekter fra tilskudd. Disse inntektene anslås som like i alle tre scenarier. Foreningen kan forvente økende inntekter fra næringslivet dersom dette velges som et satsningsområde. I tillegg anslår vi at det kommer en økning i indirekte inntekter som minnegaver og arv/testament.



Tidsplan

Avhengig av scenario, er planen at CP-foreningen:

⇒ 2022: En ansatt får ansvar for å følge opp fundraisingaktiviteter. Igangsette aktiviteter, teste budskap, videreutvikle strategi og arbeidsplan, investere i system, kartlegge muligheter i næringslivet. Med disse aktivitetene håper vi å rekruttere mellom 10 og 35 faste givere, samle inn mellom 150.000 og 660.000 kroner.

⇒ 2023: Ansette en fundraiser, få på plass giverreise og lojalitetsprogram, teste nye rekrutteringskanaler, teste henvendelser til næringslivet, rekruttere mellom 50 og 200 faste givere, samle inn mellom 360.000 og 1,5 millioner kroner i gaver.

⇒ 2024: Teste aktiviteter med høyere risiko og stort potensiale, påbegynne strategi for peer to peer fundraising, teste kjøpte adresser til DM, ansette en person til å ivareta giverservice. Rekruttere mellom 90 og 370 faste givere, samle inn mellom 700.000 og 3 millioner kroner i gaver.

⇒ 2025: Revidere og spisse strategi, bygge opp langsiktige kanaler som arv og minnegaver, iverksette strategi for P2P fundraising. Rekruttere mellom 130 og 560 faste givere, samle inn mellom 1,3 og 5,4 millioner kroner i gaver.

⇒ 2026: Rekruttere mellom 180 og 780 faste givere, samle inn mellom 2 og 8,5 millioner kroner i gaver.

Beskrivelse av tiltak og ressursimplikasjoner

Vi anbefaler at foreningen gjør tiltak for å kunne jobbe målrettet med fundraising. I oppstarten blir det viktig å få grunnleggende elementer for fundraising på plass. Det er viktig at foreningen har nødvendige systemer, at disse snakker sammen, og at man har nok kompetanse for å kunne utnytte mulighetene som ligger i disse. Det må også jobbes med å få på plass gode betalingsløsninger som er motiverende og enkle å bruke.

Det er viktig at foreningen tar i bruk og nyttiggjør seg av sitt CRM-system. Dette for å sikre god kommunikasjon med givere, ryddighet ift. økonomi og skattefradrag og mindre manuelt arbeid. Det er også her man vil holde kontroll over all inngående og utgående aktiviteter, og er viktig i senere arbeid med utvikling av giverreiser.

Vi anbefaler på det sterkeste at organisasjonen utpeker en ansvarlig for fundraising-satsningen og at man får det eierskapet og mandatet som trengs for å gjennomføre aktivitetene.

Det anbefales at organisasjonen på et tidlig stadie begynner å kartlegge muligheter inn mot næringslivet, da dette på sikt kan bli en viktig inntekstkilde.

Det anbefales at organisasjonen ansetter en fulltids fundraiser, og at man begynner å jobbe med giveropplevelsen. Av erfaring er det ikke alltid like lett å få tak i gode ressurser på dette området, så man må være forberedt på at det kan ta noe tid før en ressurs er på plass. Det bør jobbes med å lage giverreiser og kommunikasjonsløp for skape en god flyt med helhetlig kommunikasjon mot potensielle og eksisterende givere. En giverreise bør være i stadig utvikling og forbedring.

Vi forventer på sikt at det vil bli behov for en ressurs som kan ivareta henvendelser og daglig dialog med givere, i form av en giverservice-rolle.

For å oppnå betydelig vekst anbefaler vi at det etter hvert igangsettes aktiviteter som har et større potensiale. Dette kan være aktiviteter som er forbundet med større risiko, som feks. telefon og feltverving. Vi anbefaler at det lages en strategi for peer to peer fundraising.

Kommunikasjon og budskap

Vi mener det finnes et stort potensiale på temaene «rettigheter» og «aktiviteter». Begge disse står helt sentralt i arbeidet som CP-foreningen gjør.

Å jobbe for bedre rettigheter for mennesker med CP er noe som kan gjøre en stor forskjell for mange. Dette temaet kan ha stort potensiale i å utfordre og skape engasjement og vil kunne egne seg godt i blant annet peer to peer fundraising. Dette temaet er det som krever mest i forhold til budskap og utforming.

Temaet «aktiviteter» er en enklere retning, og kan kobles opp til helt konkrete tiltak, som kan være en fordel. Begge temaene vil fungere godt i kombinasjon, og vil være med å styrke og skape sammenheng med arbeidet organisasjonen ellers gjør.

Forskning er også et potensielt tema, men det er nok for tidlig å satse på nå. Det kan likevel være nyttig å begynne med å kartlegge hvilken forskjell forskning kan gjøre for mennesker med CP, og vurdere om dette skal være et strategisk satsningsområde for foreningen på sikt.

Utdrag med nøkkeltall fra budsjett

Tabellen under viser antatte inntekter, utgifter og resultater for henholdsvis det ambisiøse, moderate og forsiktige scenariet, fordelt på år 1-5 og oppsummert over 5 år.

Scenario A	2022	2023	2024	2025	2026	Sum over 5 år
Inntekter sporadiske givere	621 792	1 168 750	1 787 550	2 971 192	4 539 442	11 088 726
Inntekter faste givere	42 840	372 708	1 227 152	2 403 249	3 935 219	7 981 168
Sum gaveinntekter	664 632	1 541 458	3 014 702	5 374 441	8 474 661	19 069 894
Sum inntekter alle kilder	24 568 352	25 445 178	26 918 422	29 278 161	32 378 381	138 588 494
Variable kostnader innsamling	95 540	329 800	588 200	775 540	1 011 840	2 800 920
Faste kostnader innsamling	1 105 000	1 955 000	2 465 000	2 465 000	2 465 000	10 455 000
Sum kostnader innsamling	1 200 540	2 284 800	3 053 200	3 240 540	3 476 840	13 255 920
Resultat	-535 908	-743 342	-38 498	2 133 901	4 997 821	5 813 974

Scenario B	2022	2023	2024	2025	2026	Sum over 5 år
Inntekter sporadiske givere	365 760	687 500	1 051 500	1 747 760	2 670 260	6 522 780
Inntekter faste givere	25 200	219 240	721 854	1 413 676	2 314 835	4 694 804
Sum gaveinntekter	390 960	906 740	1 773 354	3 161 436	4 985 095	11 217 584
Sum inntekter alle kilder	24 294 680	24 810 460	25 677 074	27 065 156	28 888 815	130 736 184
Variable kostnader innsamling	56 200	194 000	346 000	456 200	595 200	1 647 600
Faste kostnader innsamling	650 000	1 150 000	1 450 000	1 450 000	1 450 000	6 150 000
Sum kostnader innsamling	706 200	1 344 000	1 796 000	1 906 200	2 045 200	7 797 600
Resultat	-315 240	-437 260	-22 646	1 255 236	2 939 895	3 419 984

Scenario C	2022	2023	2024	2025	2026	Sum over 5 år
Inntekter sporadiske givere	146 304	275 000	420 600	699 104	1 068 104	2 609 112
Inntekter faste givere	10 080	87 696	288 742	565 470	925 934	951 988
Sum gaveinntekter	156 384	362 696	709 342	1 264 574	1 994 038	4 487 034
Sum inntekter alle kilder	24 060 104	24 266 416	24 613 062	25 168 294	25 897 758	124 005 634
Variable kostnader innsamling	22 480	77 600	138 400	182 480	238 080	659 040
Faste kostnader innsamling	260 000	460 000	580 000	580 000	580 000	2 460 000
Sum kostnader innsamling	282 480	537 600	718 400	762 480	818 080	3 119 040
Resultat	-126 096	-174 904	-9 058	502 094	1 175 958	1 367 994