

Annetuste kogujate võrgustiku kohtumine

19.03.2019

Arutasime, kuidas annetamisest rääkida, annetajaid juurde saada, mis sõnumeid kasutada, kus, kellega ja kuidas rääkida. Samuti kõneleme püsiannetajate leidmisest ja hoidmisest.

Sissejuhatuseks kõneles annetamise kommunikatsioonist Heateo SA kommunikatsioonijuht Kärt Kaasik, toetudes oma kogemusele Heateos, „Ma armastan aidata“ annetuskeskkonnas ja NULA inkubaatoris. Ave-Marleen Rei Mondost kõneles *storytelling*'ust kui meetodist annetuste kogumisel ning nende sõnumitest seoses annetuste suunamisega konkreetsetesse kogukondadesse ja tegevustesse. Riina Kuusik-Rajasaar Mondost arutas Tarkusefondi näitel, kuidas leida ja hoida püsiannetajaid. Laura Oro Eestimaa Looduse Fondist tutvustas ELFi püsiannetajate programmi.

Küsimus sissejuhatuseks: mis on annetuste kogumisel suurimad takistused?

- Väärtustega seotud teemadel on raske annetusi koguda, kui konkreetseid lugusid rääkida ei saa, vaid pigem küsid toetust teatud väärtuste eest seismisel
- Kuidas käivitada inimesi ja panna neid annetama, kui ei taha või ei saa rääkida kurbasid lugusid?
- Suur vastutus, kui räägid inimese lugu, kes vajab annetuste näol abi oma olukorra parandamisel, eriti kui on tegemist lastega. Kuidas abivajajate privaatsust hoida?

Kommunikatsiooni planeerides mõtle, kas suudad lühidalt sõnastada: mis on see muutus, mida soovid ühiskonnas saavutada? Miks on selle jaoks vaja annetusi koguda?

Pane paika, mis on **kommunikatsioonitegevuste eesmärk**? Kui palju peab annetuste maht kasvama, mis aja jooksul, mille jaoks?

- Mis eeldused peavad selle eesmärgi täitmiseks täidetud olema?
- Kas teie teema on ühiskonnas aktuaalne? Kui palju sellest teatakse? Kas üldse midagi teatakse? Kuidas teemat rohkem pilti tuua?
- Keda soovid kõnetada, kes nad on? Mis sihtrühmad on sul juba kaetud? Keda veel saaks kaasata? Kas olemasolevate sihtrühmade lähedal või küljes on inimesi, keda lihtsasti annetamisse kaasata?
- Mida tahate neile inimestele öelda? Miks inimene peaks teile annetama?
- Mis kanali ja formaadi kaudu te nende inimesteni jõuate?

Digireklaamide eelis on see, et need on mõõdetavad (klikkide järgi näed, kui paljudeni sinu reklaam jõuab; väli- või pabermeediareklaamide puhul seda ei näe); saad ka jooksvat tagasisidet eri lahendustele ja vajadusel teha muudatusi.

Lugude rääkimine

Kui sa ei saa rääkida lugu, et keegi konkreetne inimene/loom vm vajab abi, siis võivad sinu organisatsiooni lugusid rääkida ka inimesed, kes juba usuvad sinu tegevusse ja panustavad. Saad leida kõneisikuid, kes aitavad organisatsiooni sõnumeid levitada ja selle kaudu ka organisatsiooni tuntust tõsta ja annetusi koguda.

Abivajavate inimeste lugude rääkimisel tuleb mõelda, kuidas neid inimesi toetada, kelle lugu on meediasse viidud, et tema abistamiseks annetusi koguda. Mis kogemus nad saavad, kas ja millist abi nad hiljem vajavad, kui nad on sattunud avalikkuse tähelepanu alla. Eriti hoolikalt tuleb mõelda laste õigustele, kui räägitakse laste lugusid.

Annetajatele tagasiside andmine

Kui sul pole kõigi sinu organisatsioonile annetanud inimeste kontaktandmeid, siis tuleb sul kasutada enda teisi kanaleid, sh koduleht, uudiskiri, sotsiaalmeedia, et anda tagasisidet annetuste kasutamisest. Tuleb läbi mõelda, millise regulaarsusega tagasisidet anda.