

LEKTION 3: DURCHFÜHRUNG EINER FUNDRAISING-AKTION

1. EINLEITUNG

Kurze Beschreibung der Lektion



In dieser Lektion werden Sie lernen, einen spezifischen Plan oder eine Strategie für jedes Ziel und jeden organisatorischen Bedarf zu erstellen, wobei die allgemeine Sichtweise der gemeinnützigen Organisation berücksichtigt wird. Themen der Lektion sind:

- i) die Bewertung von Risiken durch die Identifizierung von Problemen und Hindernissen
- ii) Ausarbeitung eines Gesamtkonzepts bzw. eines Aktionsplans
- iii) Festlegung von Fundraising-Plänen auf der Grundlage messbarer Ergebnisse.

Erlangte Kompetenzen

Festlegen einer Gesamtstrategie für die Mittelbeschaffung, die eine ganzheitliche Sicht auf die Kampagne und die verschiedenen Aktionen berücksichtigt, die mit den Gesamtzielen der Organisation abgestimmt werden müssen. Eine solche Strategie muss die verschiedenen Hindernisse berücksichtigen.

Lernziele

- Die Hauptelemente einer Fundraising-Kampagne als Ganzes zu identifizieren und in der Lage sein, einen Aktionsplan zu erstellen, der als Businessplan aufbereitet ist
- Die wichtigsten digitalen Kanäle für eine Kampagne zu identifizieren
- Aufzeigen, wie man gute Kampagnen-Indikatoren und -Inhalte aufstellt
- Die Haupthindernisse auflisten, die eine Fundraising-Arbeit bedrohen, und die wichtigsten Strategien, um diese zu bewältigen
- Erkennen der wichtigsten Elemente für DSGVO, die eine Online-Fundraising-Kampagne betreffen (Speicherung von Kontaktlisten, Nichtbeachtung usw.)
- Identifizierung und Beschreibung des wichtigsten Tools für digitales Fundraising in Kombination mit den Kanälen
- Erkennen der wichtigsten Möglichkeiten, wie Sie mit Spender:innen in Kontakt bleiben können



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Proj.no: 2019-1-FI01-KA204-060827

Schlüsselwörter

- Spender:innen
- Kampagne
- Strategieplan

Hashtag der Lektion: #TimeToDonate

Voraussichtliche Dauer: 5 Stunden