

国际劝募经验分享系列(之四)

编者按:自2004年以来,我国非公募基金会发展迅猛。截至2012年11月20日,中国非公募基金会数量达到1591家,但筹资问题就成了制约非公募基金会发展的“硬道理”。就此,《公益时报》汇集了一组国外非公募性质的基金会、公益组织与民间团体在募款上的经典案例,希望能为国内公益行业从业者有所借鉴。

如何提高捐款者的参与度

概述

对于任何一个非营利组织来讲,除了自身使命,最重要的构成部分就是人。这里所说的人不仅是该组织的创始人,更多地指的是通过捐款和呼吁让组织得以持续运转的大众。然而,让大众进行单次捐款容易,真正调动起他们对于某项公益话题的主动性,使他们持续进行捐款,甚至成为该组织的忠实会员却并非易事。通常,许多组织会称呼这些单次捐款人为“被动派”。但是,通过一些适当的手段,是能够将这些“被动派”改造为“行动派”的。

方法

1. 改变思维

对于“被动派”,非营利组织不应该负面地去看待这些人。非营利组织应该对他们的单次捐款表示感谢,对他们在捐款之外给予的其他帮助也应给予充分的尊重。

“用‘被动派’这样的词形容捐赠人是不公平的。许多全身心投入到某项公益话题当中的人,他们第一次捐赠对他们后来的全身心参与起到了非常重要的作用。”美国公益网络组织(Network for Good)的首席运营官卡迪娅·安德烈森(Katya Andresen)这样认为,“的确有很多人初次面对公益不想付出太多,但我们不应抱怨。即使他们的初次捐赠金额很小,但这并不妨碍他们将我们的公益诉求进行传播。”

美国最大的致力于公众绿色健康生活的在线社区Care2的CEO及创始人兰迪·佩因特(Randy Paynter)也同样认为:“任何组织都需要大量的个体参与,抛开捐款不谈,像在活动书上签字、转发微博这样的行为也是他们参与公益的重要一步。我们不能因为一个人的贡献度有限,就认为他的能力仅限于此。往往是这些微小的初期行动引发了他们日后的大笔捐赠。”

2. 重新评估人群的参与度

这里的评估用到了社交媒体,因为通过捐赠者在社交媒体

的表现,非营利组织能够更清楚地了解参与人群,知道他们的参与程度。

举例微博来说,按人们对非营利组织发出的某条微博的反应,从阅读、转发、点击微博链接、通过链接捐赠到号召他人捐赠,就可将参与者的参与度由低至高分分为5个等级。对于处于不同参与程度的人群,非营利组织便可以采取不同的引导方式。

《网络型非营利组织》(The Networked Nonprofit)一书的作者贝丝·坎特(Beth Kanter)曾说:“对于处于不同参与度的人,与他们沟通的方式至关重要,精心地把握与他们的开场白和请求他们捐赠的数量,才能赢取与他们兴趣度相符的投入。非营利组织更需要运用适当的策略与手段,才能引导这些捐赠者向更高的捐赠目标迈进。”

3. 积极寻找“行动派”

公益组织应该善用社交媒体,因为那里聚集着大量的行动派。以往通过志愿者发送传单,坐等捐赠者自己上门来的日子一去不复返了。

“以往的宣传方式通常是:

发放传单、等待回应者、向回应者要钱、提供收据、再次要钱。”安德烈森这样总结道,“如今,方式应该改变如下:关注社交媒体上谈论相关公益话题的人群、倾听、参与讨论、向他们发出初次小额捐赠邀请、致谢并告知他们的捐赠所带来的效果、再次倾听、让他们成为话题主人、引导大额捐赠。”

4. 别让科技疏远个人

虽然社交媒体和科技的发展使得募捐有了更便利的途径,但捐款人在这种环境下通常会感觉他们的捐款和努力得不到重视,因为网上捐赠者众多、公益诉求众多、捐赠总额庞大。在这种情况下,公益组织可以积极做出改变,让捐赠者的付出得到充分的感谢,与捐赠者做更多的感情互动。

“我认为,如同社交网络上所有人一样,‘被动派’需要大量的交流进行维系,让他们觉得无论捐赠量的多寡,都会得到充分的尊重。”美国人道协会(The Human Society)新媒体部负责人嘉丽·路易斯(Carie Lewis)说,“我们向每位捐款人致谢,并且

在社交媒体上回复他们的每一条信息。尽管这花费了大量的时间,但正是每一个个体的参与才让我们走到了今天。”

5. 维持良好关系

网络的便利让捐赠过程变得非常简单,有时只需点击几次鼠标就能完成。即便如此,又有多少人能够定期地参与捐赠呢?非营利组织应该通过多种途径维持捐赠者的忠诚度,如此,才能让“行动派”与组织达成长期的捐赠关系。

“不要持续向捐赠者索取,而是力求让他们转发你发布的消息,或者是转发你的邮件。”公民效应(Citizen Effect)CEO及创始人丹·莫里森(Dan Morrison)说,“这样是符合人们心理的。在这一过程中,当你感觉到某个人悄然发生了改变,不妨再向他发出捐款请求。如果非营利组织和人们建立的是一种长期的关系,那么这些人自然而然地会认同你的价值观。你要做的则是在适当的时候进行鼓励,任何强迫性的捐款请求都会让大众弃你而去。”

(高文兴/编译)

思利及人公益基金会(2012)年度工作报告摘要

本基金会(2012)年度工作报告已经登记管理机关审查通过,根据《基金会管理条例》第三十八条规定,现予摘要公布。

一、基本信息

基金会名称	思利及人公益基金会		登记证号	1106	
业务范围	1)关注健康—关注支持健康促进项目,推动大众实现“三平衡、三富足、三和谐”的健康人生;2)扶贫助教—关注贫困地区青少年教育事业及其他教育发展项目;3)助弱救灾—帮助弱势群体扶危困和为重大灾害提供援助等。				
成立时间	2012-12-10	业务主管单位	国务院侨务办公室		
法定代表人	麦兴桥	原始基金数额	2000万元	基金会类型	非公募基金会
住所	广州市天河区珠江新城珠江江西路12号无限极中心17层	邮政编码	510000		
联系电话	38168853	互联网地址	www.sljrfoundation.org		

二、本年度公益活动情况摘要

1. 接受捐赠、开展资助情况 人民币(元)

项目	现金	实物折合	合计
一、本年捐赠收入	20,102,200.00	0.00	20,102,200.00
(一)来自境内的捐赠	20,102,200.00	0.00	20,102,200.00
其中:来自境内自然人的捐赠	102,200.00	0.00	102,200.00

2. 公益支出完成情况

非公募基金会公益支出完成情况

人民币(元)

项目	数额或比例
上年度基金余额	0.00
本年度总支出	10,030.00
本年度用于公益事业的支出	0.00
工作人员工资福利支出	0.00
行政办公支出	10,030.00
公益事业支出占上年度基金余额的比例	%
工作人员工资福利和行政办公室支出占总支出的比例	100%

三、财务会计报告信息摘要

①资产负债表摘要

人民币(元)

资产	年初数	期末数	负债和净资产	年初数	期末数
流动资产	0.00	20,185,021.64	流动负债	0.00	0.00
其中:货币资金	0.00	20,185,021.64	长期负债	0.00	0.00
长期投资	0.00	0.00	受托代理负债	0.00	0.00
固定资产	0.00	0.00	负债合计	0.00	0.00
无形资产	0.00	0.00	限定性净资产	0.00	0.00
受托代理资产	0.00	0.00	非限定性净资产	0.00	20,185,021.64
			净资产合计	0.00	20,185,021.64
资产总计	0.00	20,185,021.64	负债和净资产总计	0.00	20,185,021.64

②业务活动表摘要

人民币(元)

项目	非限定性	限定性	合计
一、收入	20,195,051.64	0.00	20,195,051.64
其中:捐赠收入	20,102,200.00	0.00	20,102,200.00
政府补助收入	0.00	0.00	0.00
投资收益	0.00	0.00	0.00
其他收入	0.00	0.00	0.00
二、本年费用	10,030.00	0.00	10,030.00
(一)业务活动成本	0.00	0.00	0.00
(二)管理费用	10,030.00	0.00	10,030.00
(三)筹资费用	0.00	0.00	0.00
(四)其他费用	0.00	0.00	0.00
三、限定性净资产转为非限定性净资产	0.00	0.00	0.00
四、净资产变动额(若为净资产减少额,以“-”号填列)	20,185,021.64	0.00	20,185,021.64

四、审计机构:广州立诚会计师事务所有限公司

六、年检结论:合格。

民政部

五、监事:林雪兰

2013年6月4日