



Бьем рекорды: почему люди стали чаще помогать НКО во время пандемии и что с этим делать дальше

Екатерина Ульянова

<https://te-st.org/2020/06/18/pandemic-donations/>

Статья обновлена 25 августа 2023



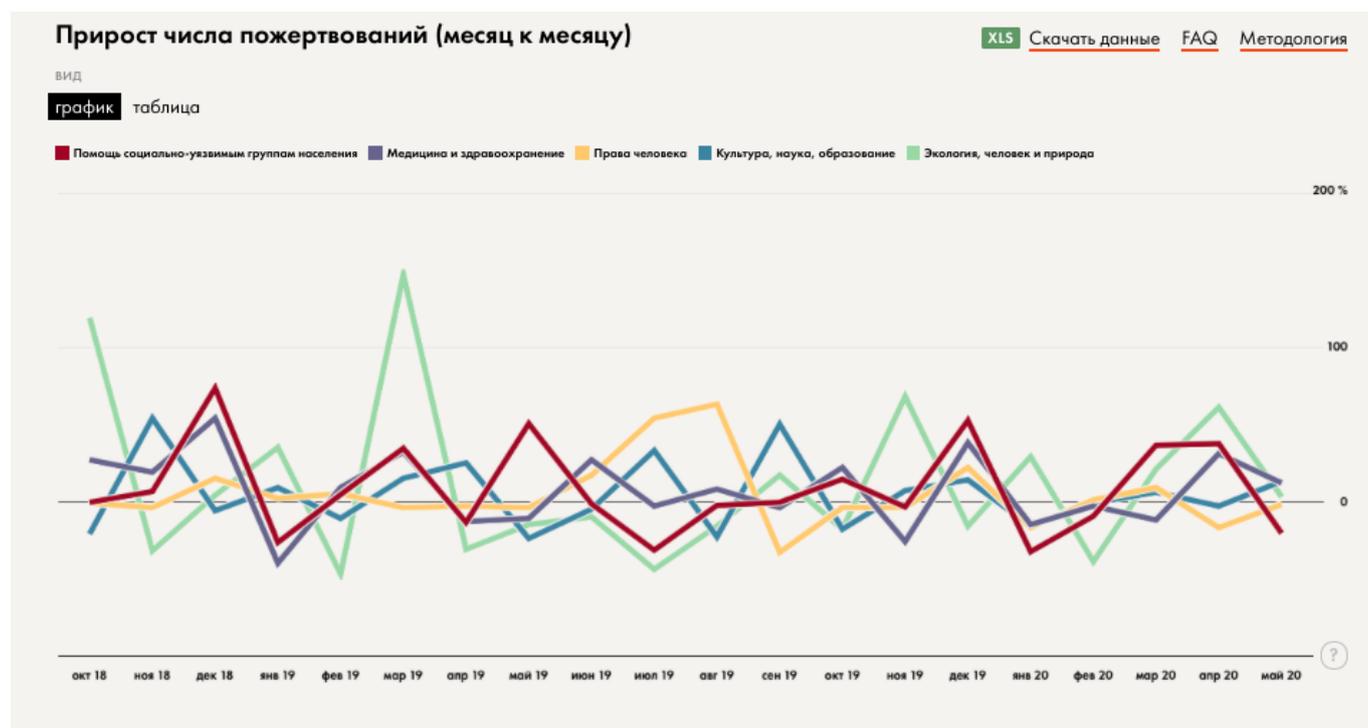
В России с начала самоизоляции количество онлайн-пожертвований на помощь социально уязвимым группам населения увеличилось почти в два раза. К такому выводу пришли аналитики «Яндекс.Денег» и проекта «Если быть точным» фонда «Нужна помощь». В мае 2020 года всплеск пожертвований социально уязвимым группам пошел на спад, но при этом показатели все равно остались высокими.

Почему люди стали жертвовать больше и как удержать аудиторию, журналист Теплицы Екатерина Ульянова узнала у Елизаветы Язневич, руководителя отдела исследований благотворительного фонда «Нужна помощь», и Екатерины Дмитриевой, директора по развитию фонда «Арифметика добра».

Проблемы без карантина

Аналитики пришли к выводу, что с начала самоизоляции количество онлайн-пожертвований на помощь социально уязвимым группам населения в России увеличилось почти в два раза. Активнее стали поддерживать НКО, помогающие малоимущим, жертвам насилия, сиротам,

людям с инвалидностью. При этом средняя сумма платежа в марте-апреле 2020 года составила больше тысячи рублей – это рекорд последних полутора лет.



Бенчмаркинговые данные говорят о том, что число частных пожертвований выросло. Скриншот «Если быть точным».

Основной плюс бенчмаркинговых данных – они собираются от многих организаций. В этом исследовании учитывались данные более 600 некоммерческих организаций (НКО), которые принимают онлайн-пожертвования через «Яндекс.Кассу». Поэтому на основе собранной статистики можно говорить о тенденции в секторе.

«Рост помощи социально уязвимым группам населения начался в марте 2020 года. В мае рывок закончился, число пожертвований снизилось. При этом продолжает расти помощь медицинским организациям. И общая тенденция все равно хорошая. Мы как инфраструктурная организация подходили к весне с опаской, что все обвалится из-за пандемии и кризиса. Но мы и коллеги начали объединять усилия, говорить о том, что социальные проблемы на карантин не уходят. И это дало свои результаты, начался рост пожертвований». Елизавета Язневич, руководителя отдела исследований благотворительного фонда «Нужна помощь».

Волна помощи

Исследователи «Нужна помощь» считают, что рост пожертвований произошел из-за нескольких факторов. Пандемия и самоизоляция – это чрезвычайная ситуация. И в природе человека откликаться на такие кризисы и нестандартные ситуации. Люди начинают больше проявлять солидарность.

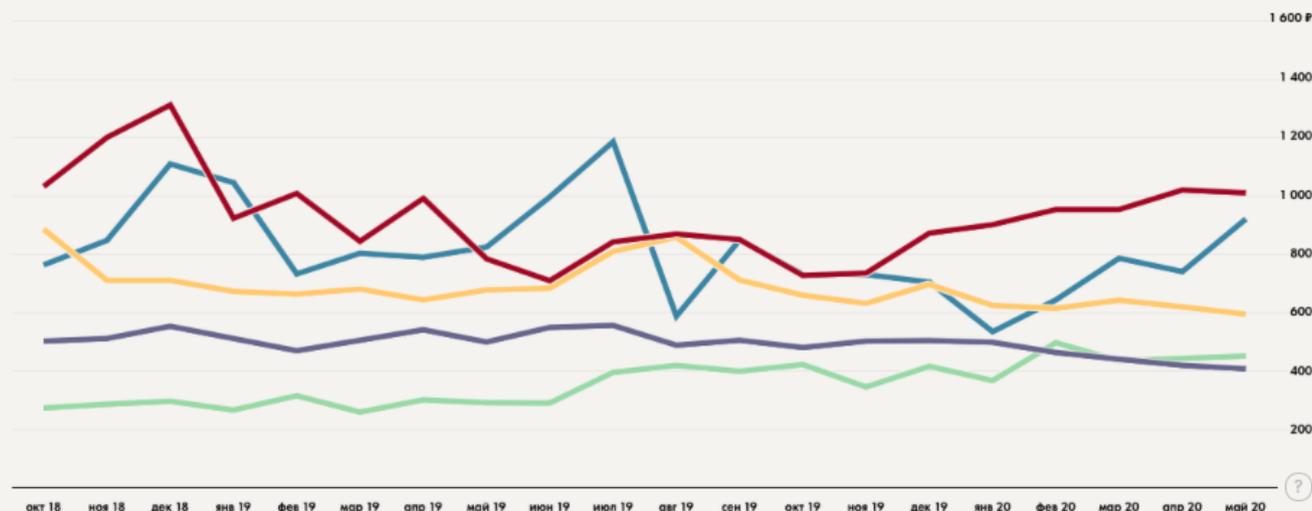
«Во время катаклизмов всегда поднимается волна помощи», – говорит Елизавета Язневич. Только обычно она бывает более локальная. Например, во время наводнений или пожаров люди помогают жителям только пострадавшего региона. Коронавирус оказался более масштабной историей, объединившей всех.

Динамика среднего пожертвования (помесячно)

ВИД

Среднее арифметическое Медиана

■ Помощь социально-уязвимым группам населения ■ Медицина и здравоохранение ■ Права человека ■ Культура, наука, образование ■ Экология, человек и природа



Средняя сумма платежа также росла. Скриншот «Если быть точным».

Уязвимые социальные группы стали еще более уязвимыми. Благотворительные организации обратились к людям с просьбой поддержать их подопечных и попали в объединяющие настроения, когда люди сами готовы больше помогать. В данном случае НКО стали посредниками, которые передали помощь благополучателям. И подарили людям чувство сопричастности к взаимопомощи.

Правильный фокус

Но сам по себе рост солидарности во время чрезвычайной ситуации послужил лишь предпосылкой к росту пожертвований. Дальше некоммерческим организациям удалось правильно распорядиться ситуацией и направить фокус внимания людей в нужном направлении. Возникла чрезвычайная ситуация. Граждане стали думать, что делать, как они могут помочь тем, кто оказался в еще более трудном положении. И команды НКО дали людям ответы на эти вопросы и предложили помочь своим подопечным. Выступили с посылом, что можно поддержать фонды, и это будет способ переживания ЧС и реализация желания помочь.

«Все ждали, что будет очень плохо. Но многие организации собрались, не стали опускать руки и закрывать программы. Вместо этого они воспользовались возможностью повернуть ситуацию в свою сторону. Они стали говорить, что им нужна поддержка, просили помощи, запустили онлайн-кампании. Это сработало». Елизавета Язневич

Например, многие фонды поддержали флешмоб под названием **#еслинебудетфондов**. Сотрудники НКО, волонтеры, благотворители и подопечные рассказывали в социальных сетях о том, что случится, если фонды закроются. Еще один пример – команда фонда «Нужна помощь» запустила акцию «Спасаем тех, кто спасает нас» для поддержки благотворительных организаций. Желающие принять участие в акции могли оформить ежемесячное пожертвование в пользу одной из проверенных НКО, сотрудничающих с фондом.

Ролик акции «Спасаем тех, кто спасает нас».

У этих акций были разные механики: первая – информационная кампания, вторая –

фандрайзинговая. Но задача была одна – показать людям, что фондам нужна поддержка. И что можно проявить солидарность в чрезвычайной ситуации, помогая подопечным некоммерческих организаций.

«Наши коллеги из других организаций с конца марта запустили кампании с посылом, что только объединившись, мы можем справиться. И это отразилось на росте пожертвований. Если бы организации не начали вести антикризисную коммуникацию, больше показывать себя в медийном пространстве, запускать кампании и просить о поддержке, то не было бы и результатов, и роста». Елизавета Язневич

Честная коммуникация

С тем, что рост частных пожертвований – это не просто стечение обстоятельств, но и результат работы некоммерческих организаций, согласна и Екатерина Дмитриева, директор по развитию благотворительного фонда «Арифметика добра». У фонда, который занимается системным решением проблемы сиротства в России, во время самоизоляции также выросли пожертвования от частных доноров на 25-30%.

«Связано ли это с общим ростом рынка частных пожертвований или напрямую с нашей работой, сейчас сказать сложно. Потому что мы весь прошлый год занимались построением нашего B2C-фандрайзинга, много усилий тратили на то, чтобы привлечь рекуррентных доноров. Сложно сказать, что именно стало триггером – растущее желание помогать, развитие горизонтальных связей и гражданского общества или наша системная работа». Екатерина Дмитриева

При этом с началом пандемии команда «Арифметика добра» сделала ставку на контент-маркетинг и честную коммуникацию с аудиторией. В социальных сетях и рассылках сторонникам объясняли, почему их помощь сейчас особенно важна. Фонд помогает детям-сиротам, в том числе тем, кто находится в учреждениях, проводит для них уроки и тренинги. Из-за пандемии сдвинулись сроки проведения ЕГЭ и ОГЭ и возросла нагрузка на преподавателей.



Арифметика добра

20 апреля

Изоляция для детей-сирот — привычное состояние, в социальной изоляции дети живут годами. Сейчас к ней прибавилась ещё и невозможность полноценно учиться. Положение детей, которым в этом году предстоит сдавать ЕГЭ и ОГЭ, особенно сложное — от результатов выпускных экзаменов зависит их судьба.

Мы поговорили с директорами детских домов и узнали, как дети адаптируются к новому формату обучения и с какими сложностями сталкиваются.



Пример поста, в котором команда «Арифметики добра» говорит о проблемах подопечных во время самоизоляции.

«Мы прямо говорили, что уроки во время самоизоляции никто не отменял. И для детей, которые заперты в детских домах, – это единственная возможность контактировать с внешним миром, и наша поддержка нужна им сильнее чем обычно», – рассказывает Екатерина Дмитриева. Также команда фонда делала рассылки по донорам, которые сделали разовое пожертвование. Им писали, что сейчас все находятся в сложной ситуации, и предлагали жертвовать меньше, но регулярно.

Системная работа

Екатерина Дмитриева напоминает, что новых доноров важно не только привлечь, но и удержать. Люди, которые решили поддержать фонды во время чрезвычайной ситуации и роста солидарности, могут стать постоянными сторонниками. Для этого нужно продолжать с ними работать и общаться.

Например, все новые доноры фонда «Арифметика добра» попадают в базу рассылок. Сотрудники организации отправляют им письма и рассказывают, как работают собранные пожертвования, на что были потрачены деньги, и каких результатов смог добиться фонд. Также сотрудники проводят маркетинговые исследования и выясняют:

- кто эти новые сторонники;
- что они хотят;
- какие свои потребности они закрывают, делая пожертвования в фонд;
- что им можно предложить еще.

Это системная работа, которая позволяет расширять базу доноров и наращивать число рекуррентных платежей. И в итоге приходиться к стабильному росту частных пожертвований и не зависеть от чрезвычайных ситуаций и спонтанного роста активности среди граждан.

Еще по теме

- Мечты и страхи поколения Z: к чему готовиться некоммерческому сектору?
- Деньги по клику: 6 шагов к онлайн-фандрайзингу
- Как (не) надо общаться с журналистами: чеклист, инструкции, шаблон пресс-релиза