



Не прощаемся: 5 советов, что говорить отписавшимся донорам

Анна Боброва

<https://te-st.org/2021/07/08/recurrences-and-unsubscriptions/>

Статья обновлена 25 августа 2023



Рекуррентные, или ежемесячные, платежи — один из главных способов обеспечить стабильную работу некоммерческих организаций. Поэтому сотрудникам фондов и НКО важно выстраивать доверительную коммуникацию с теми сторонниками, которые подписаны на регулярные платежи. Даже если они вдруг решили отказаться от поддержки организации.

Автор Теплицы Анна Боброва собрала советы, как правильно выстроить общение с отписавшимися от рекуррентов донорами.

Сохраняйте «теплый» контакт

Наталья Шаварина, менеджер по работе с частными донорами фондов «Константа» и «Плюс Помощь Детям», считает, что коммуницировать с донором стоит в любом случае. Отписка от рекуррентного платежа — такой же повод для коммуникации с донором, как и подписка на этот самый платеж.

С этим согласна Алена Удаленкова, отвечающая за фандрайзинговые рассылки фонда «Нужна помощь». Как минимум люди, которые жертвовали вам регулярно, знают о вашем фонде. А это уже очень важно при огромных потоках информации, которые мы получаем каждый день. То,

что они отправляли вам свои деньги, — это вообще крепкая эмоциональная связь на долгое время.

Не «забывайте» на этих людей. Если только вы не разругались с конкретным донором в пух и прах, это все-таки теплые контакты.



Алена Удаленкова,

отвечает за фандрайзинговые рассылки фонда «Нужна помощь»

Узнайте причины отписки

Команда фонда «Нужна помощь» летом 2021 года начнет тестировать коммуникацию с донорами, которые отказались от пожертвований. Алена Удаленкова рассказывает, что в первую очередь сотрудники будут отправлять опрос о причине отмены подписки. А дальше будут корректировать свою коммуникацию в зависимости от данных опроса.

Спрашивайте о причинах отмены подписок, анализируйте ответы и меняйтесь, чтобы стать лучше и интереснее для ваших доноров. Конечно, дайте донору немного «отойти», прежде чем пытаться его вернуть, но обязательно сделайте попытку возобновить поддержку от этого человека.

Например, донор перестал доверять организации, тогда важно узнать, почему именно так получилось и как фонд может улучшить свою работу. Если же донор взял кредит или у него появились временные финансовые трудности, то можно договориться с человеком о напоминании через полгода. Так даритель почувствует, что его вклад важен.

Алена отмечает, что способы коммуницировать могут быть разные: цепочка писем (через месяц — три месяца — шесть месяцев — год после отмены подписки), письма и звонки, письма и сообщения в мессенджерах, боты в мессенджерах. Зависит от того, какие коммуникации использует организация.

Относитесь к донору с эмпатией

Причины отписок могут быть разными, в том числе и связанными с личными трудностями — увольнением, болезнью, горем в семье.

«Я помню, однажды человек написал нам, что его теща заболела раком, поэтому он вынужден отказать себе в благотворительности, но надеется вернуться. Я спросила, нужна ли ему какая-то помощь, он попросил посоветовать фонд, и я посоветовала», — говорит Наташа Шаварина.

Такая живая коммуникация мотивирует сторонников не прерывать связь с организацией навсегда. Вполне вероятно, когда ситуация у человека изменится к лучшему, он или она вернется и снова будет поддерживать НКО.

Не вызывайте чувство вины

Избегайте негативных и давящих формулировок. «Если ты сейчас отпишешься, то все будет плохо» — неверный подход. Стоит исходить из позитивной мотивации — «если вы подпишетесь обратно, то мы сможем сделать больше».

Наталья Шаварина отмечает, что чаще всего дарители отписываются по случайности — смена или потеря банковской карты. Тогда позитивное напоминание о том, что можно вернуться к подписке, поможет донору.

Не надо думать, что человек сидит и только и думает, как бы дать денег на благотворительность, потому что у каждого своя жизнь, они могут жертвовать не одному фонду, у них может быть несколько карт, и уследить за всем сложно.



Наталья Шаварина,

менеджер по работе с частными донорами фондов «Константа» и «Плюс Помощь Детям»

Фонд должен взять на себя поддерживающую функцию — напоминать о работе, о том, как можно снова подписаться, и почему это важно.

Считайте результаты кампании по возврату доноров

Алена Удаленкова уверена, что сотрудникам фондов обязательно нужно считать результаты кампании по возврату. В том числе для того, чтобы понять, насколько эффективна эта кампания именно для вашего фонда. Не перекрывают ли затраты на коммуникации и оплату труда сотрудников, которые занимаются кампанией, финансовые результаты кампании по возврату.