

STRONGER
ROOTS

Prečo organizácia potrebuje CRM systém?

PRÍRUČKA

**Budovanie komunity
pre neziskovky**

AUTORKA

Radoslava Nováková, konzultantka
v oblasti fundraisingu

Jednou z dôležitých foriem budovania komunity priaznivcov a fundraisingu sú databázy kontaktov a práca s nimi. V určitej fáze vývoja každej neziskovej organizácie prichádza čas zamyslieť sa nad CRM systémom (Customer Relationship Management – manažovanie vzťahov so zákazníkmi), ktorý by vám pomohol **udržať si prehľad o svojich kontaktoch a cieľových skupinách, uľahčil a zefektívnil by prácu s nimi a najmä by ju zautomatizoval**. Čím skôr začnete využívať jeden komplexný systém, tým menším problémom budete musieť čeliť pri narastajúcom počte darcov a podporovateľov a uľahčíte si vytváranie komunity. V tomto článku prinášame niekoľko rád a tipov, aké systémy a nástroje sú v súčasnosti k dispozícii a ako s nimi môžete pracovať.

HLAVNÉ PRÍNOSY A FUNKCIE CRM SYSTÉMOV

Najväčším prínosom je efektívna správa kontaktov. V systéme máte jednotným spôsobom uložené dáta svojich kontaktov. Môžete tu segmentovať svoju cieľovú skupinu na základe rôznych indikátorov a prispôbiť vašu komunikáciu špecifickým potrebám a záujmom jednotlivých segmentov. V CRM môžete taktiež spravovať svojich dobrovoľníkov, aj udržiavať kontakty na inštitúcie, ktoré oslovujete v rámci advokačnej práce. Asi najužitočnejší je však CRM systém pre vašich kolegov z fundraisingu, pretože v ňom môžu sledovať dary a darcov, vytvárať si fundraisingové reporty, mať prehľad o zrušených platbách alebo si nastaviť automatické spôsoby komunikácie s darcami.

ČO BY MALA VAŠA DATABÁZA OBSAHOVAŤ?

- Kontakty (meno, priezvisko, email, telefónne číslo, adresa a ďalšie možné identifikátory), ale tiež poznámky k jednotlivým ľuďom.
- História vašej komunikácie s týmito kontaktmi.
- Zaznamenávanie súhlasov týkajúcich sa GDPR (s akou komunikáciou a v akom rozsahu vám dotyčná osoba dala súhlas).

Ak máte databázu alebo iný integrovaný systém, ktorý vám umožňuje **posielať emaily** (napr. Mailchimp a i.), môžete si na jednom mieste zaznamenať celý priebeh emailovej komunikácie s dotyčnou osobou. V ideálnom prípade by ste mali vidieť všetky osobné informácie kontaktu vrátane **histórie darov, ak ide o darcu**. Pre účely fundraisingu je dobré prepojiť databázu s bankami alebo darovacou platformou ako napr. darujme.sk.

Prehľady a analýzy dát vám pomôžu pri zostavovaní budúcich stratégií. Vďaka CRM sa môžete na dáta pozeráť z rôznych uhlov (napr. aký je mesačný prírastok darcov, aký je mesačný nárast nových kontaktov, aké máte príjmy, úbytky a poklesy, sledovanie dobrovoľníckych hodín, návratnosť investícií, kľúčové ukazovatele výkonnosti atď.). Tieto dáta si viete vďaka CRM prechádzať a jednoducho ich filtrovať. Keďže tieto dáta máte na jednom mieste, neuniknú vám žiadne informácie.

CRM systém vám tiež pomôže, keď si budete nastavovať **strategickú komunikáciu**. V systéme totiž môžete **segmentovať jednotlivé cieľové skupiny** a nastaviť rôzne komunikačné kanály podľa ich relevantných charakteristík. Napríklad môžete poslať iný email darcom a iný zas novo získaným kontaktom. V CRM

môžete zhromažďovať aj štatistiky zo sociálnych sietí. Môžete napríklad cielene monitorovať, aký druh príspevkov na sociálnych sieťach alebo aký váš program sa páči rôznym cieľovým skupinám, na ktorý najviac reagujú, v akom čase klikajú na vaše príspevky a otvárajú newsletter alebo na aké veci najviac prispievajú. Následne si môžete nastaviť komunikáciu tak, aby každá skupina od vás dostávala práve ten obsah, ktorý ju zaujíma.

Tiež si tu môžete nastaviť automatizované emaily, napr. ak získate do databázy nový kontakt, zaradi sa do kategórie „cesta priaznivca“, a tak bude postupne dostávať sériu pripravených emailov, ktoré najskôr predstavia vašu organizáciu a postupne prinesú možnosť, ako sa stať darcom. Automatické reaktívne emaily vám zas pomôžu, aby ste neprišli o darcov, keď sa prestanú ozývať. S pomocou modulu pre telefundraising si môžete nastaviť automatické emaily nasledujúce po rôznych druhoch telefonátov. Všetky tieto nástroje vám pomôžu ľahšie rozšíriť a upevniť komunitu okolo vašej organizácie.

CRM systém ponúka množstvo rôznych funkcií: prípravu kampaní či uvítacích balíčkov, starostlivosť o darcov (individuálnych, firemných, veľkých darcov), integráciu rôznych iných systémov, online fundraising, záznamy z e-shopu, modul pre telefundraising, nastavenie automatizovanej komunikácie, prehľady správania a cesty darcov/dobrovoľníkov/priaznivcov až po analýzu dát. Musíte preskúmať funkcie, ktoré váš CRM systém ponúka a rozvíjať tie, ktoré vám najviac uľahčujú vašu prácu.

AKO CRM SYSTÉM ČO NAJLEPŠIE VYUŽIŤ?

Ak to vaše technologické možnosti dovoľujú, skúste vytvoriť detailnú databázu, ktorú by mohla využívať celá organizácia. Automatizujte a integrujte všetko, čo môžete. Pozrite sa na svoje kontakty strategicky s ohľadom na rozvoj komunity a prípravu fundraisingových aktivít. Analyzujte dáta a správanie vašich darcov a priaznivcov a sledujte vaše silné a slabé stránky.

AKÝCH CHÝB SA VYVAROVAŤ?

Problémy, ktoré riešia mnohé neziskové organizácie, sú **poddimenzované vnútorné kapacity pre rozvoj**, prípadne rezistencia k zmene systému práce. Niektoré databázy vám to veľmi uľahčia (migrácia z databáz, prenos dát, nastavenie procesov a reportov, externá podpora), ale bez dostatku času, kapacity a premysleného a užívateľsky prívetivého nastavenia to nepôjde. Preto je dôležité vybrať si správnu databázu, ktorá **maximálne intuitívna a použiteľná** s ohľadom na vaše potreby.

Ak sa pustíte do vývoja vlastnej databázy, bude to „beh na dlhú trať“. Na nastavenie systému podľa vašich potrieb potrebujete vývojárov a interných pracovníkov. Majte tiež na pamäti, že žijeme v online veku, kde sa neustále vyvíjajú nové nástroje a aplikácie. Vývoj vlastnej databázy by sa mohol dosť predražiť, takže stojí za to zvážiť vhodný pomer cena – výkon.

Databázu pravidelne čistite. Je mylné domnievať sa, že cieľom je zhromaždiť čo najviac údajov. Údaje od neaktívnych starých podporovateľov, ktoré nebolo možné aktualizovať, sú zavádzajúce a nepomáhajú vašej práci. Preto je dôležité pravidelne aktualizovať databázu a zabezpečiť vymazanie údajov, ktoré sa už nedajú použiť.

PRE AKÉ MIMOVLÁDNE ORGANIZÁCIE JE INVESTÍCIA DO CRM VHODNÁ?

Táto investícia je vhodná pre všetky neziskové organizácie, ktoré aktívne získavajú finančné prostriedky od darcov, ktoré majú vlastnú komunitu priaznivcov či sieť darcov a potrebujú ju systematicky manažovať, a ktoré pracujú na získavaní nových dobrovoľníkov a kontaktov.

Ďalším rozhodujúcim prvkom je váš dlhodobý cieľ. Ak sa plánujete rozvíjať, rásť a strategicky nastavovať externú komunikáciu so segmentáciou, nie je nič lepšie, ako využiť výhody systému, ktorý vám umožní automatizovať procesy. Rozhodne treba počítať s kapacitami tímu potrebnými nielen pri implementácii, ale aj pri pravidelnej „údržbe“, využívaní a rozvoji CRM systému.

AKÚ CENU MÔŽETE OČAKÁVAŤ?

Ceny sa veľmi líšia. Môžete si vybrať systém, ktorý používajú iné neziskové organizácie, alebo firemnú databázu. Prípadne si zistíte, či existuje nezisková organizácia, ktorá vyvíja vlastnú databázu s vlastnými vývojármi, a navrhnuť jej zdieľanie nákladov na vývoj. Okrem vstupnej ceny si treba dať pozor aj na cenu mesačných poplatkov, najmä ak idete cestou CRM systému pre firmy. Ceny sa tiež líšia v závislosti od množstva údajov, ktoré chcete vložiť do databázy, a spôsobu, akým ich chcete používať.

Náklady na implementáciu systému sa môžu pohybovať v rozsahu od 200 do 3 000 eur, v závislosti od funkcií, ktoré CRM poskytuje. Mesačný poplatok sa pohybuje v závislosti od objemu dát a poskytovanej podpory od 25 do 1 000 eur. Nezabudnite na náklady na licencie niektorých systémov v prípade, že chcete mať viac užívateľov.

Odporúčame vám ísť cestou využitia databázy, ktorá má skúsenosti s neziskovým sektorom a má schopnosť integrovať vaše už existujúce systémy.

AKÉ KONKRÉTNE SYSTÉMY MÔŽETE ZVÁŽIŤ?

Salesforce: Neziskové organizácie majú lepšie ceny a externú podporu, takže na implementáciu systému potrebujete iba jedného interného človeka a môžete ho začať používať (crmproneziskovky.cz).

Péče o dárce: Táto prehľadná a intuitívna databáza je vhodná najmä pre účely fundraisingu a na stránke si viete vypočítať aj priamu výšku nákladov. Bola vyvinutá priamo v neziskovej organizácii (peceodarce.cz).

Vlastná databáza: Potrebujete vývojára a človeka v organizácii, ktorý sa databáze bude naplno venovať.

Zdieľaná databáza: Niektoré neziskové organizácie, ktoré vyvíjajú databázu, ju môžu za určitých podmienok zdieľať.

Sinch: Databáza dobrovoľníkov, ktorá bola vyvinutá ako nástroj pre prácu s dobrovoľníkmi na festivaloch. Veľmi zaujímavá platforma, ak máte iba dobrovoľnícke programy (onsinch.com, vlnapomoci.cz).

Existujú však aj iné systémy, ktoré využívajú neziskové organizácie a sú prispôsobené ich potrebám, napríklad Navision Dynamics, Access, Civi, Friends (MS Access97), DonorPerfect a mnohé ďalšie.

Ak by ste chceli posunúť svoju neziskovú organizáciu na vyššiu úroveň, zvážte túto dôležitú investíciu, aby ste dosiahli životaschopnejšie, efektívnejšie a transparentnejšie procesy. Na konci dňa môžete okrem správneho zacielenia na publikum priniesť vašej organizácii väčšiu pridanú hodnotu, posilniť vzťahy s vašimi darcami a podporovateľmi a tým zvýšiť dopad vašej práce na spoločnosť.

