

Как повысить регулярность пожертвований в благотворительный фонд?

Методология проведения исследования

ОБЩИЕ ЗАДАЧИ ПРОЕКТА:

1. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ДРАЙВЕРОВ ВНЕСЕНИЯ РЕГУЛЯРНЫХ ПОЖЕРТВОВАНИЙ В ФОНД «СОЛНЕЧНЫЙ ГОРОД».
2. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ КАНАЛОВ, ЭФФЕКТИВНЫХ ДЛЯ ДОНЕСЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФОНДА И ВЫЗЫВАЮЩИЕ ДОВЕРИЕ У ЖЕРТВОВАТЕЛЕЙ

1. Качественный этап – серия глубинных интервью

Цель этапа:

- Разведывательное качественное исследование для изучения сферы внесения пожертвований в фонды – драйверы, барьеры, опасения, цели со стороны тех, кто уже вносит пожертвования в фонды.

Задачи

- Оценка знания фондов и оценка их имиджа и коммуникаций
- Факторы, влияющие на выбор фонда или адресного пожертвования
- Мотивы разовых и регулярных пожертвований
- Способы пожертвований и их знание, предпочтение.
- Новые механики для развития повторного пожертвования - тест идей (коллаборация с банками и торговыми сетями и др.)
- Мотивы выбора суммы пожертвования
- Барьеры повторного жертвования
- Оценка заинтересованности в изучении отчетности о тратах фондов и расходах пожертвованных денег
- Общий портрет сегмента Жертвователей

В рамках этапа проведено 7 интервью

2. Количественный этап - опрос через онлайн-панель

Цель исследования:

- Выявить драйверы регулярного и нерегулярного материального жертвования в детские благотворительные фонды

Задачи этапа:

- Оценка знания фондов (направления деятельности, названия),
- Фонды, в которые вносились пожертвования за последний год/ 3 года
- Выяснение причин/обстоятельства по которым решили вносить/ не вносить пожертвования
- Каналы, из которых узнали про акцию/ фонд/каким образом узнали про возможность пожертвовать
- Выбор суммы и способа пожертвований в фонды
- Причины единичного жертвования
- Предпочитаемые категории жертвования: животные, больные дети, дети сироты, пожилые люди, больные взрослые люди, жертвы терактов и другие
- Отношение к фонду с т. з. имиджа (панель имиджевых высказываний) и оценка деятельности фонда «Солнечный город»
- Заинтересованность в коллаборациях фондов и готовность в них поучаствовать - банки, ретейл, телеком и др.
- Выявление отличий жертвователей по России в целом от жертвователей в фонд «Солнечный город»

Целевая аудитория:

ЦА 1 Жертвовали материально хотя бы 1 -3 раз за прошлый год в категории «Дети»

ЦА 2: Жертвовали материально хотя бы 4 раза и чаще за прошлый год в категории «Дети»

ЦА 3: Не жертвовали в категории Дети или жертвуют хотя бы иногда в других категориях

В рамках количественного этапа было проведено 2 опроса:

1. Общероссийский опрос через онлайн-панель при поддержке компаний:



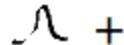
Объем выборки – 3005 респондентов, ошибка выборки $\pm 1,78\%$

2. Количественный опрос по базе аудитории фонда «Солнечный город».

Объем выборки – 459 респондентов

География исследования

Вся Россия, города 300 тыс+

Normal Curve 



СОЛНЕЧНЫЙ ГОРОД
ДЕТСКИЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД



Портрет жертвователей на детей

Замужние женщины со средним доходом, работают полный рабочий день специалистами. Средний возраст 25-34 года.



«Разовые» жертвователи чаще, чем регулярные, более молодые, состоят в браке без детей, ищут работу или работают служащими (секретарем, продавцом и т.п.).



Регулярные жертвователи чаще, чем «разовые», имеют 3 детей, работают руководителями или директорами, и сильнее материально обеспечены.

Различия в причинах жертвования – регулярные и разовые жертвователи



Нерегулярные жертвователи чаще жертвуют после получения информации о возможности пожертвовать.

- Регулярные жертвователи существенно отличаются по причинам жертвования в категории «дети».
- Они чаще, чем нерегулярные жертвователи помогают по эмоциональным причинам «эмоциональный порыв», «Кто, если не я?».
- Но в то же время, рациональные мотивы также встречаются чаще, чем у нерегулярных жертвователей – «Гражданский долг», «Вошло в привычку», «Традиция, жертвовать несколько раз в год»
- Среди регулярных жертвователей чаще предпочитают помогать по причине достаточного «мат. положения».
- Также, рег. жертвователи чаще в 3 раза жертвуют по причине знакомства с личностью и деятельности руководителей благотворительных организаций

7. По каким причинам вы жертвуете деньги на детскую благотворительность?

4. Совершали ли вы пожертвования денежных средств на детскую благотворительность (в фонды, детские дома, приюты и др.) за последние 12 месяцев?

Источники информации о детской благотворительности – – регулярные и разовые жертвователи



База: 1173

База: 501

4. Совершали ли вы пожертвования денежных средств на детскую благотворительность (в фонды, детские дома, приюты и др.) за последние 12 месяцев ?

9. Из каких источников о детской благотворительности вы чаще всего узнаете о ситуациях, акциях и историях, которые нуждаются в пожертвованиях?

- Регулярные жертвователи** чаще находят информацию о возможности сделать пожертвования в соц.сетях, на платформах краудфандинга. Также среди этой группы более популярны, чем среди нерегулярных жертвователей способы получения информации через коллег на работе, от представителей фондов и друзей, работающих в сфере благотворительности. Регулярные жертвователи чаще ищут информацию, как можно пожертвовать в той или иной категории самостоятельно.
- Нерегулярные жертвователи** чаще, чем в среднем получают информацию о возможности жертвования на региональном ТВ.

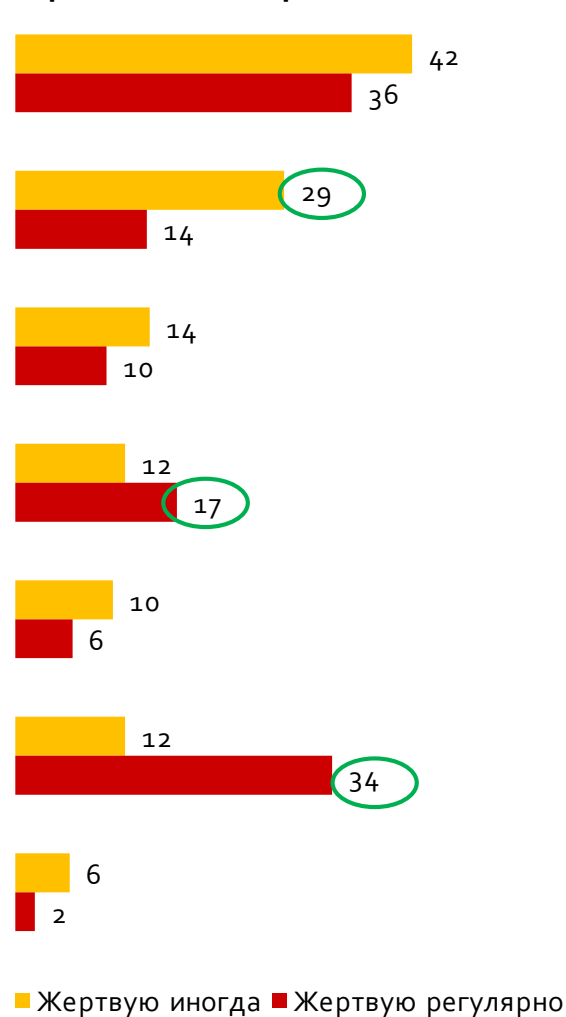
Способы выбора суммы жертвования в детские благотворительные фонды

Жертвователи на детей



База: 1273

Жертвователи фонда «СГ»

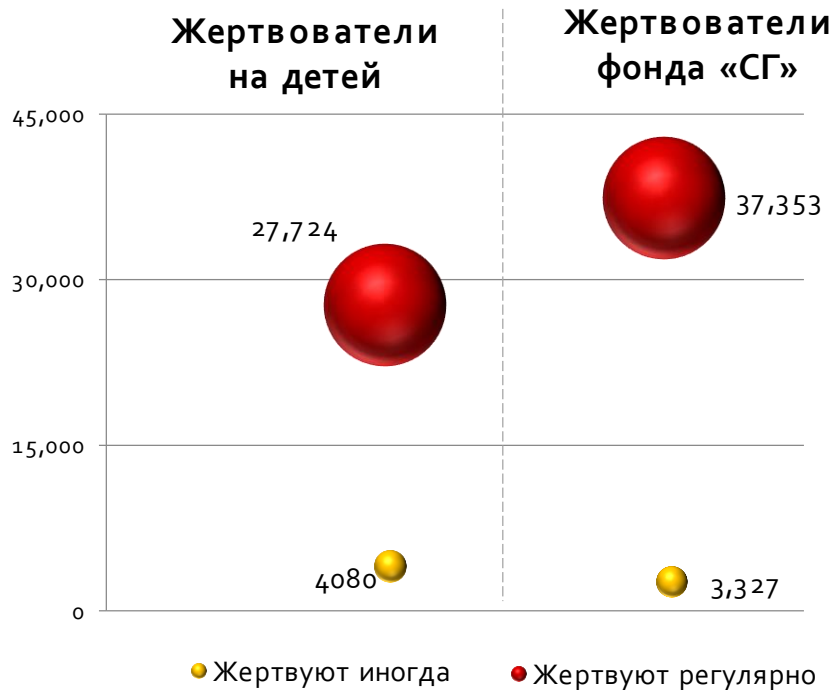


База: 433

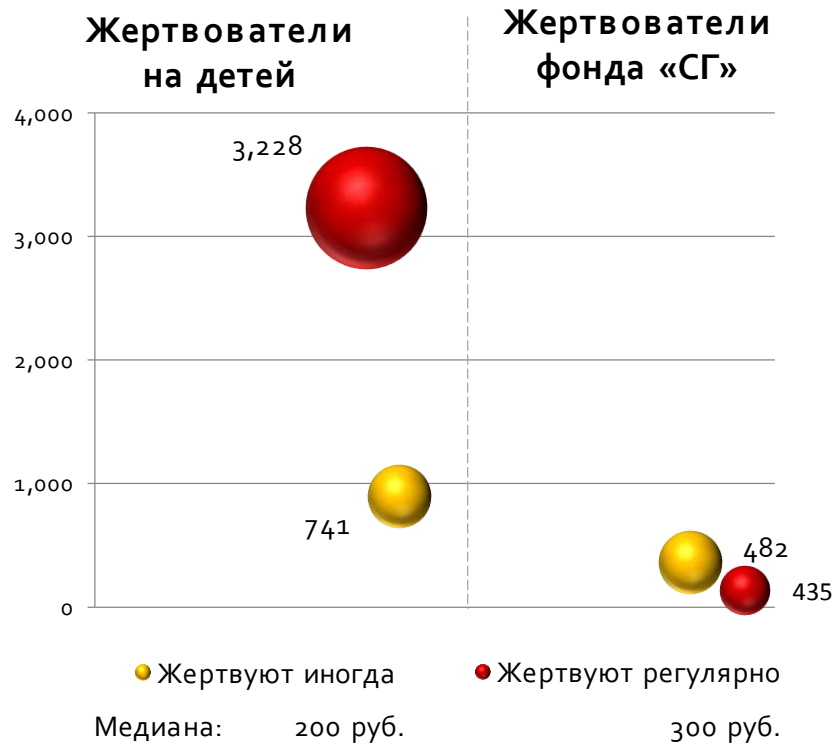
- Чаще всего в качестве пожертвования выступает символическая сумма, которую не жалко (в особенности характерно для широкой аудитории жертвователей)
- Однако, для регулярных жертвователей (особенно жертвователей фонда) в большей степени характерно перечисление фиксированного процента дохода на благотворительность. При этом каждый пятый регулярный жертвователь фонда считает, что перечисляет существенную сумму пожертвования.
- Также нерегулярные жертвователи фонда «Солнечный город» чаще остальных перечисляли суммы под конкретные цели, что говорит о предпочтении адресной помощи.

Анализ сумм жертвований в детские фонды

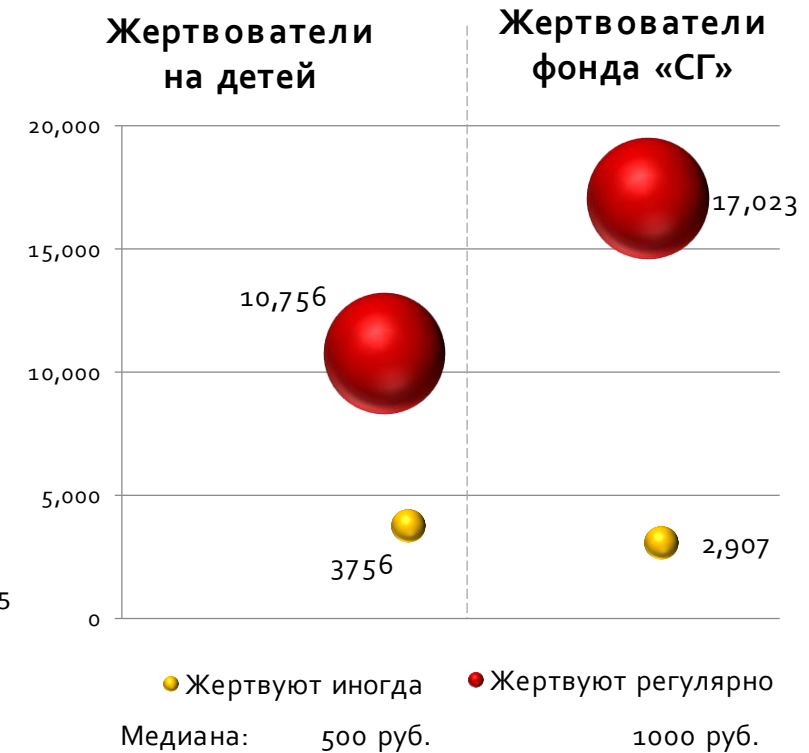
Средняя сумма пожертвований в детские фонды за год, руб.



Средняя минимальная сумма пожертвований в детские фонды за 1 раз, руб.



Средняя максимальная сумма пожертвований в детские фонды за 1 раз, руб.



- Размер денежных средств, вносимых регулярными жертвователями значительно выше, чем размер пожертвований нерегулярных жертвователей.
- Также постоянные жертвователи фонда «Солнечный город» перечисляли большие суммы за последний год, чем остальные жертвователи в категории «дети».
- Широкая аудитория, жертвующая в детские фонды, чаще всего переводила от 200 до 500 рублей за 1 раз, в то время, как жертвователи фонда «Солнечный город» чаще делали переводы от 300 до 1000 рублей за 1 пожертвование.

Причины нерегулярного жертвования

- 2 основные причины: человек переводит пожертвование, не задумываясь о регулярной поддержке, и финансовые проблемы (фактические или ожидаемые).
- Среди жертвователей «Солнечный город» сильнее выражены страх ошибочного списания денег при настройке автоплатежа и моральная неготовность к регулярному списыванию денег, по сравнению с жертвователями на детей в целом.
- Среди жертвователей на детей сильнее выражено мнение, что у фондов есть гос. поддержка, а также желание помочь только 1 раз.

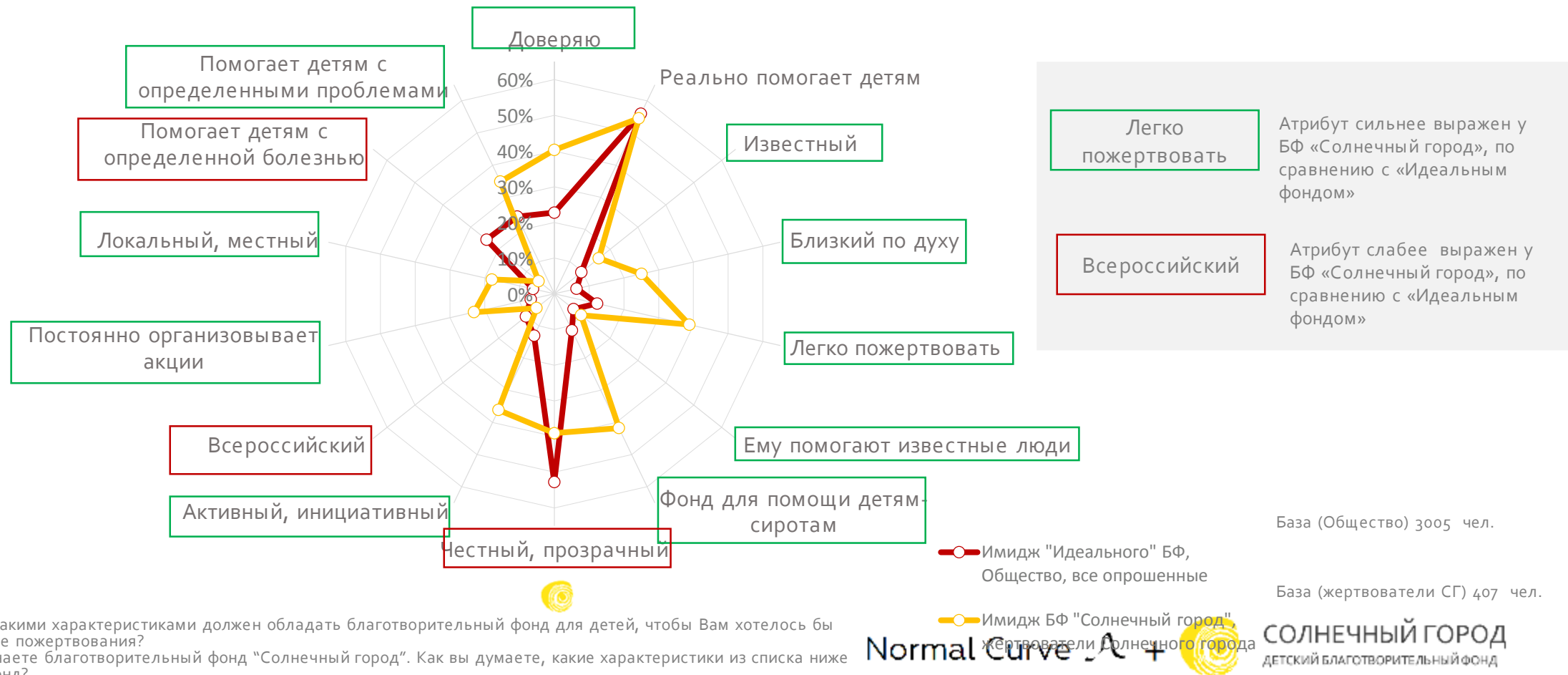


17. Для благотворительных фондов важна регулярность пожертвований: сумма может быть небольшой, но желательно, чтобы поступала регулярно. Скажите, почему за прошедший год вы жертвовали нерегулярно в фонд/фонды, которые занимаются проблемами детей?

18. Вы сказали, что жертвовали в фонд "Солнечный город" нерегулярно за последние 12 месяцев. Подскажите, почему?

Восприятие «идеального» фонда, которому хочется помогать vs восприятие БФ «Солнечный город»

- «Идеальный» фонд, в который хочется вносить денежные пожертвования, – реально помогает детям, честный, ему доверяют и он помогает детям с определенными болезнями и проблемами.
- БФ «Солнечный город» обладает сильно выраженным позитивным имиджем среди его жертвователей и более разнообразным по сравнению с «идеальным». Он реально помогает детям, честный, ему доверяют, помогает детям-сиротам и с определенными проблемами, легко внести пожертвования.



20. Как Вы думаете, какими характеристиками должен обладать благотворительный фонд для детей, чтобы Вам хотелось бы вносить ему денежные пожертвования?
 21. Вы сказали, что знаете благотворительный фонд "Солнечный город". Как вы думаете, какие характеристики из списка ниже могут описать этот фонд?

Потенциал благотворительных мероприятий

- Акции, которые вызывают интерес: сбор денег на конкретного ребенка, рубль в день, покупка футболки/кружки в пользу сборов в фонд, зачисление 1% от счета кафе в фонд, письма Деду Морозу.
- Регулярные жертвователи активнее, чем «разовые», готовы участвовать в сборе денег на конкретного ребенка, рубль в день, письмах Деду Морозу, перечислять в фонд 1% или выбранный % от счета в кафе, оплаты моб. связи, поездки в такси, трат по карте, и делать взнос при онлайн регистрации.
- Вовлечь не жертвователей в благотворительность получится успешнее через «креативные» механики - покупку футболки/кружки, письма Деду Морозу, и через простую – 1% от счета в кафе.



База 1038 чел.

База 235 чел.

Normal Curve Л +



СОЛНЕЧНЫЙ ГОРОД
ДЕТСКИЙ БЛАГОТВОРИТЕЛЬНЫЙ ФОНД

Как изменится финансовая поддержка детских фондов из-за кризиса?

- 37% жертвователей на детей планируют изменить свою финансовую поддержку фондов в ближайшие 3 месяца из-за ситуации в стране и мире.
- 25% - среди жертвователей «Солнечного города»
- Основные практики замены: вместо финансовой помощи помогать трудом, волонтерством, вещами и увеличение регулярности внесения пожертвований.
- Жертвователи «Солнечного города» чаще жертвователей на детей планируют увеличивать сумму взноса. Жертвователи на детей чаще планируют отказываться от внесения взноса совсем.

Жертвователи на детей **Жертвователи фонда «СГ»**

37% жертвователей на детей планируют изменить поддержку фондов **25%** жертвователей «Солнечный город» планируют изменить поддержку фондов



База 753 чел.

База 171 чел.

25. В связи с последними событиями в мире и обществе в России, оцените насколько изменилось Ваше желание участвовать в благотворительности. Планируете ли вы изменить свою финансовую поддержку благотворительных фондов в ближайшие 3 месяца?
 26. Скажите, как именно вы планируете изменить свою финансовую поддержку благотворительных фондов в ближайшие 3 месяца?

Спасибо за внимание!