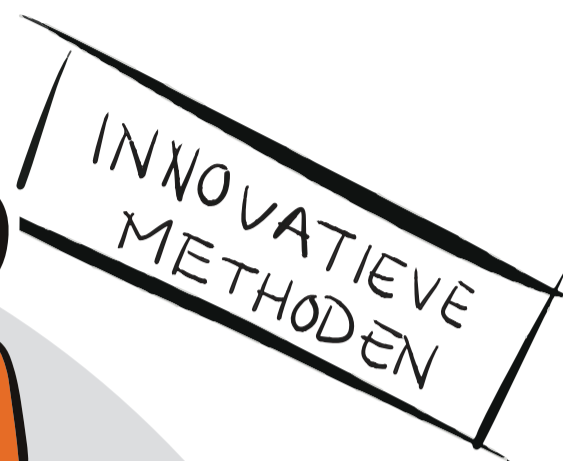
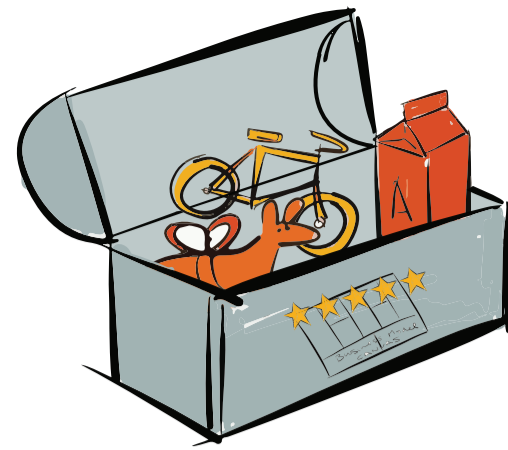


Toolbox voor succesvolle fondsenwerving



sociaal event
Gala & veiling (Orange Babies)
Amsterdam Diner (AidsFonds)

sportevent
Bijv.
Alp d'HuZes (KWF)
The Color Run (Plan)

achterban als ambassadeur
Bijv.
Particulier Initiatief (Cordaid)
Donateurs van Compassion

geormerkt geven
Bijv.
Geef een geit (OxfamNovib)
DoeGoodies (Unicef)

keep the change
Bijv.
AirMiles doneren
(met o.a. Stichting AAP)

cause related marketing
Bijv.
Pampers tetanus vaccin
(P&G met Unicef)
Spa en Nierstichting

crowdfunding
Bijv.
via platform 1%Club,
PIFWorld, GetItDone

Welke tools zet jouw organisatie in voor fondsenwerving?

gezamenlijk product
Bijv.
Productrange Return to Sender (o.m. met Hema)

media partnership
Bijv.
Serious Request
(3FM en Rode Kruis)

partner organisaties
Bijv.
Diensten & mw. participatie
(T-Mobile & WarChild)

(TV) productie
Bijv.
Sta op tegen kanker (KWF)
Wit Licht (WarChild)

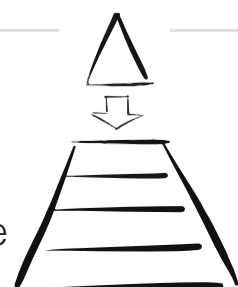
social entreprise
Bijv.
50150 Store
(Leger des Heils)

Voorwaarden voor succes

speel met je aanbod in op de behoefte van je klant



zorg dat je aanbod goed past bij je organisatie



wees eerlijk en transparant



Visual: Martin Klitsie 2013
@MartinKlitsie
<http://thecreativetribe.net>
<http://www.sunidee.com>

In maart 2014 organiseert The Creative Tribe een workshop voor goede doelen. Hierin krijg je inzicht in:
- de succesvolle fondsenwervende methoden van dit moment
- het achterliggend business model
- waarom een methode wel of niet werkt voor jouw organisatie
Meer informatie: www.sunidee.com