

“Met name de jongere doelgroep wil weten wat er gebeurt met hun donaties.”



NIERSTICHTING

Leven gaat voor.

CRM-systeem helpt Nierstichting bij betrekken, boeien en binden van relaties

De Nierstichting is één van de bekendste gezondheidsfondsen van Nederland. In het vorige [klantverhaal](#) vertelt Tom Oostrom, directeur, over de intensieve samenwerking met patiënten, artsen, wetenschappers, bedrijven, vrijwilligers en donateurs, die essentieel is om het leven van patiënten blijvend te kunnen verbeteren. Hierin vertelt Nicolet Annema, doelgroepmanager particulieren, over de digitale strategie van de Nierstichting.

ONLINE ZICHTBAARHEID STEEDS BELANGRIJKER

Nicolet Annema is met haar team verantwoordelijk voor de relaties met particuliere donateurs, vrijwilligers en de mensen die losse acties en evenementen opzetten ten bate van de Nierstichting. “Al onze activiteiten zijn gericht op werving, binding en behoud van deze doelgroepen. We zetten hiervoor een mix van activiteiten, communicatiemiddelen en contactmomenten in. Een groot deel van onze inkomsten komt nog altijd van een oudere doelgroep. Maar omdat deze generatie uiteindelijk verdwijnt, is het voor ons erg belangrijk om de jongere doelgroep aan te trekken en aan ons te binden. Dat vraagt om nieuwe activiteiten, relevantie en de juiste inzet van de online kanalen.”

“De Nierstichting richt zich op preventie, genezing en behandeling van nierziekten. Omdat nierziekten niet zo bekend zijn en vaak laat worden ontdekt, is bewustwording en preventie zo belangrijk.

Juist voor jongere mensen. Met dit doel voor ogen hebben we de ‘dag tegen zout campagne’ opgezet, volledig online. Omdat we weten dat we die jongere doelgroep hiermee het beste kunnen bereiken.”

VAN FUNDRAISING NAAR FRIENDRAISING

De Nierstichting is een gezondheidsfonds. Dat betekent dat het geen geld krijgt van de overheid maar voor de inkomsten volledig afhankelijk is van fondsen, oftewel donaties. “Wij bestaan dankzij steun van de Nederlandse bevolking, immers zonder hun inzet en bijdragen kunnen we helemaal niets.” legt Nicolet uit. “Daarom is het zo belangrijk om ons te blijven verbinden met onze donateurs, daar waar onze doelgroep zich bevindt.”

“We zien dat met name de jongere doelgroep wil weten wat er gebeurt met hun bijdrage. Waar het om gaat is mensen bij ons werk te betrekken, te informeren en vervolgens relaties te onderhouden, en uiteindelijk de vraag stellen of ze ons financieel willen steunen. Of zoals wij dat noemen: friendraising before fundraising.”

DE KRACHT VAN EEN GOED CRM-SYSTEEM

De Nederlandse Nierstichting is de tweede nierstichting wereldwijd, na de VS, en eigenlijk de enige ter wereld die zich, naast preventie en onderzoek, richt op behandeling en genezing van nierziekten. Wat kengetallen? Nicolet somt op: “We hebben bijna 169.000 donateurs en er zijn maar liefst ruim 60.000 vrijwilligers actief, de meeste collectanten, maar ook mensen die in actie komen voor events, zoals de Nacht van Bart.”

“Een goed CRM- of engagement-systeem speelt in het aantrekken, binden en boeien van relaties of achterban (meer dan alleen donateurs) een cruciale rol. Nicolet: “Ons CRM-systeem (Ifunds Engage) zorgt er met name voor dat we een duidelijk beeld krijgen van onze relaties. Het voordeel van Ifunds Engage is dat iedereen ermee werkt, waardoor we allemaal dezelfde informatie tot onze beschikking hebben. Dat betekent dat bijvoorbeeld onze klantenservice veel gericht kan handelen, beter kan inspelen op vragen, en relaties een positieve ervaring kan geven. We maken er veel werk van om onze zogenaamde ‘middle donors’ - dat zijn donateurs die wat meer geven - persoonlijk te betrekken, benaderen en bedanken. Het is niet nodig voor een kennisbijeenkomst of een kaartje te sturen. Mensen zijn hierdoor verrast en waarderen dit enorm. De intensiteit van je relaties op deze manier verhogen kan alleen als je je data op orde hebt. Daar helpt Ifunds Engage ons bij.”

NICOLET ANNEMA, DOELGROEPMANAGER PARTICULIEREN

“Een goed CRM- of engagement-systeem speelt in het aantrekken, binden en boeien van relaties of achterban (meer dan alleen donateurs) een cruciale rol.”

UITDAGINGEN EN AMBITIES

Nicolet: “Voor ons team is de voornaamste uitdaging het binnenhalen van die jongere doelgroep en relevantie vergroten. Het verder ontwikkelen van de on-line kanalen en doorontwikkeling van e-mail als middel bij het binden en betrekken, steeds beter kunnen segmenteren en personaliseren. Je moet immers steeds meer naar persoonlijke relevantie toe om de consument te raken. Wat digitalisering betreft is de Nierstichting zeker op de goede weg, maar ik zou graag nog verdere stappen willen zetten met bijvoorbeeld emailmarketing en toewerken naar dat 360 graden relatiebeeld. Waarmee ook het online gedrag van je relaties zichtbaar is: waar wordt op geklikt, wat wordt gedeeld enzovoort. Zodat we relevant kunnen zijn en blijven.”

Meer weten over het werk van de Nierstichting? Kijk op nierstichting.nl.

ifunds
engage 365

WIJ ZIJN IFUNDS

Wij beschouwen CRM als een vak, óns vak, al meer dan 20 jaar. Met onze slimme producten en oplossingen willen wij onze klanten, non-profit organisaties, helpen meer sociale impact te realiseren. Een 360 graden klantbeeld creëren en onze klanten in staat stellen om de juiste multi-channel customer journeys op te starten, dat is ons doel. Onze CRM-oplossingen voor de non-profit sector, die zijn het middel.

Kijk voor meer informatie op www.ifunds.nl of neem contact op met ons via: +31 (0)33 467 70 30