

## “Van verouderd CRM-huis naar moderne datavilla”



*Cordaid komt op voor mensen in nood. Mensen in diepe armoede, getroffen door onrecht, oorlog, ziekte of natuurramp. Met een team van ruim 700 mensen biedt Cordaid vanuit tien kantoren in de wereld noodhulp en zorgt zij met slimme blijvende oplossingen voor toekomstperspectief. Om particuliere donateurs te vinden en te binden heeft Cordaid behoefte aan een solide CRM-oplossing dat het fundament moet worden voor innovatieve campagnes waarbij de klant meer centraal moet komen te staan: Ifunds Engage 365 Fundraising.*

Het afgelopen jaar besteedde Cordaid 160 miljoen euro aan hulpprojecten in de meest moeilijke gebieden ter wereld. Variërend van traumaverwerking voor slachtoffers van IS tot het verlenen van microkredieten aan kleine ondernemers in Sierra Leone. Van die 160 miljoen euro is ongeveer 26 miljoen euro opgebracht door particuliere donateurs; de overige bestedingen betreffen de uitvoering van projecten in opdracht van grote donoren zoals de Wereldbank, de Europese Unie of de Verenigde Naties. Uitsluitend naar de cijfers gekeken, lijkt het belang van donateurs misschien beperkt. ‘Maar het tegendeel is waar’, zegt Simone van Hamond, Director Marketing & Fundraising bij Cordaid. ‘Grote donoren vinden het vaak belangrijk dat hulporganisaties ook zelf financieel participeren in projecten. Dat laat zien dat je in je eigen omgeving draagvlak hebt voor de activiteiten. Bovendien geeft de steun van donateurs de mogelijkheid om zo’n project nét iets extra’s te geven. Het hebben van een brede en trouwe achterban is essentieel voor ons werk en de impact die we kunnen maken, samen met de mensen daar.’

### PROFESSIONALISEREN

Om de binding met (potentiële) donateurs te intensiveren, besloot Cordaid stappen te maken op het gebied van datamarketing. Toen Cordaid echter de eerste plannen maakte, werd al snel duidelijk dat de benodigde infrastructuur ontbrak. ‘We bedienden onze 250.000 donateurs vanuit Charibase. Dat werkte, maar was in onze situatie sterk verouderd en vaak een blackbox.

Om onze doelen te verwezenlijken hadden we behoefte aan meer dan een vernieuwing van het CRM-systeem; we hadden een heuse datavilla nodig’, stelt Susanne de Koning, Fondsenwerver bij Cordaid.

## THUISWERKEN

Die datavilla moet uiteindelijk leiden tot een ‘donor journey’ die ervoor zorgt dat donateurs via het juiste kanaal, met de juiste frequentie, de juiste informatie krijgen. ‘Wij zitten niet in een categorie waarin klanten dagelijks op zoek zijn naar ons “product”. Wij moeten ervoor zorgen dat we donateurs op het juiste moment, via de hun best passende kanalen raken met relevante boodschappen. Zo kunnen we nieuwe donateurs werven en verder betrekken bij onze missie en bestaande donateurs langer behouden’, aldus Simone.

Om dat doel te realiseren, koos Cordaid voor Ifunds Engage 365 Fundraising en het Customer Data Platform Invenna. ‘Ifunds Engage 365 moet voor ons de solide basis zijn; een randvoorwaardelijk CRM-systeem om het maximale uit Customer Data Platform Invenna te halen. We hebben voor Ifunds gekozen omdat de CRM-toepassing is gebaseerd op Microsoft; dat sloot goed aan op onze organisatie waar we veel andere Microsoft-applicaties gebruiken. Verder speelde natuurlijk ook de prijs een rol en is Ifunds al jarenlang thuis in goede doelen. Bovendien was het een belangrijke eis dat het een cloud-oplossing moest zijn. Daar plukken we nu al -onvoorzien- de vruchten van. Door corona moeten er heel veel mensen thuiswerken en kunnen zij gemakkelijk met Engage 365 werken. Ook de medewerkers van de callcenters loggen gemakkelijk in’, stelt Susanne.

SIMONE VAN HAMOND,

DIRECTOR MARKETING & FUNDRAISING CORDAID

**“Die datavilla moet uiteindelijk leiden tot een ‘donor journey’ die ervoor zorgt dat donateurs via het juiste kanaal, met de juiste frequentie, de juiste informatie krijgen.”**

## JANDINO

Sinds februari 2020 is de nieuwe opzet ‘live’. Vanzelfsprekend ging er een intensieve implementatie aan vooraf. ‘Het is een complex traject, ook al omdat Ifunds Engage en Invenna op elkaar moeten aansluiten. Dat is voor alle partijen nieuw en dat vraagt veel afstemming. Zonder wrijving geen glans; we hebben belangrijke stappen gezet. Bij de grootschalige campagne ‘Samen één koninkrijk’ van cabaretier Jandino, die mede met inzet van Cordaid werd uitgevoerd, heeft het systeem zich inmiddels bewezen. De grootste vruchten moeten we echter nog gaan plukken als we daadwerkelijk de journeys kunnen inrichten. Door corona is een aantal van onze fondswervende activiteiten stil komen te staan: we konden immers op straat niet werven. Ook de regionale donateurs-dagen waarop we onze donateurs vertellen over de projecten die ze steunen hebben we moeten cancellen. Maar de geefbereidheid van de Nederlanders is onverminderd groot. Het is alleen aan ons de taak om de mensen via de juiste kanalen te bereiken. Daar hebben we die datavilla voor nodig.’

Meer weten over Cordaid?  
**Kijk op [cordaid.org](http://cordaid.org)**

## 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](http://www.ifunds.nl) of neem contact op met ons via: +31 (0)33 467 70 30