6 augusti 2020

Wikimedia Sverige och insamling

I höst planerar Wikimedia Sverige för att sätta upp en insamlingskampanj via F2F, målet är att hitta kreativa, kostnadseffektiva lösningar för insamling av nya medlemmar och givare via kanalen.

Bakgrund till Face2Face-insamling (F2F)

F2F är en insamlingskanal där personal (och frivilliga) finns ute på gator och torg för att engagera människor i samtal och berätta om organisationen. Målet är att så många som möjligt ska bli inspirerade och utbildade om de frågor som föreningen arbetar för och känna sig manad att stödja, framför allt genom ett ekonomiskt bidrag (oftast genom ett månatligt stöd via autogiro) men även med tid.

Samtalen kommer att ske där vi vet att människor rör sig men även vid mer strategiska platser som är valda utifrån målgrupp. Strategiska platser kan röra sig om universitet, köpcentra, platser i närheten av IT-företag etc. Personal kan även komma att röra sig till ytor där samarbeten behöver upprättas, eller yta hyras. Det rör sig om köpcentra, konstgallerier, museer m.m. om inte samarbete mellan förening och part finns.

F2F har funnits sedan slutet av 90-talet och kom till Sverige runt millennieskiftet, och genom att placera personal där ett naturligt flöde av människor fanns och erbjuda stöd via autogiro så växte sig metoden stark. F2F i kombination med autogiro ses som ett effektivt och billigt sätt för en organisation att få månadsgivare på men samtidigt att öka synligheten. Genom denna metod kan man nå ett hundratals människor varje dag. Tumregeln är att för varje ny månadsgivare behöver en värvare ha pratat med ca. 15 personer. Denna statistik kan så klart ändras när man erbjuder andra sätt att stödja på än enbart autogiro. Dock är det en beprövad betallösning och den ger många fördelar.

Autogiro:

- Ger regelbundna och långsiktiga intäkter.
- Hjälper organisationer att spara på administrativa kostnader då det mesta sker digitalt (inga inbetalningskort behöver skickas ut).
- Gynnar organisation då man bättre vet vilka intäkter man kan förvänta sig varje månad.
- I en ekonomisk kris kan regelbundna givare även fungera som säkerhet vid banklån.

Grund i ett F2F-program – kvalitet i insamling

De anställda ska vara utbildade, följa etiska riktlinjer som reglerar hur de pratar med personer/lämnar samtal och allmänt agerar ute på stan. Ett detaljerat underlag för de anställda där det beskrivs hur arbetet kan ske på ett säkert sätt då Covid-19 ännu påverkar samhället har tagits fram.

90-kontoorganisationer följer Giva Sveriges kvalitetskod som är framtagen tillsammans med dess medlemsorganisationer: https://wwwgivasverigese.cdn.triggerfish.cloud/uploads/2019/08/vagledning-for-f2f-och-d2d_nov2017.pdf

Denna metod är viktig för många organisationer här i Sverige, och för att den ska fortsätta fungera i många år till och inte utsättas för regleringar som begränsar hur vi kan utöva uppsökande värvning (som skett i Danmark och England) så har organisationer med 90-konto gått ihop och skapat ett zonsystem.[1] Zonsystemet är till för att organisationer inte ska krocka, ej överbelamra en yta eller ett område och på så vis riskera att mätta marknaden.

Orsak till valet av insamlingsmetod

Årsmötet har identifierat behov av att öka medlemsantalet under de kommande åren samt att finna nya intäktskällor för föreningen. F2F-insamling bedöms kunna uppfylla båda kraven (detaljer ges under rubriken “Budget” nedan).

Därtill kan processen i sig leda till ökad medvetenhet om föreningen och vår verksamhet i Sverige. I dagsläget bedöms medvetenheten om föreningen vara mycket låg hos den breda allmänheten.

Till skillnad från digitala kampanjer konkurrerar F2F-insamling inte med Wikimedia Foundations bannerkampanjer på Wikipedia. Kansliets personal har haft upprepade möten med Wikimedia Foundations insamlingsteam för att ta del av deras erfarenheter och diskutera hur de olika strategierna skulle kunna stärka varandra om de sker om lott. Exempel på hur de skulle kunna stärka varandra är att fler kan komma att donera till Wikimedia Foundation om de fått information från föreningens värvare på stan vid ett tidigare tillfälle, men vid det tillfället inte gav pengar. Eller omvänt, att fler kan komma att välja att ge till våra värvare om de nyligen sett bannerkampanjen på Wikipedia, men ännu inte gett där. Detta är i dagsläget endast en teori och vi kommer att titta på hur experiment kan genomföras runt detta.

Det är även intressant att testa utfallet av den här typen av insamling då ingen annan Wikimediaförening använt sig av denna typ av insamling tidigare. Detta gör att de erfarenheter vi drar bör vara intressanta för en större del av rörelsen.

[1] Zonsystemet i Sverige innebär att man har delat upp de städer/orter där flera organisationer arbetar. Stockholm var exempelvis 2019 uppdelat i 14 zoner, ett tillhörande zonschema fanns som visade hur rotationen per vecka skulle se ut. Undantag kan göras om man ser att det finns intressanta event som passar en viss organisation i en annan zon än vad som är ens egen. Varje zon innehåller några centrala platser, och några längs en tunnebanelinje och några längre bort dit man kan ta sig genom pendel.

Wikimedia Foundation har ställt sig positiva till att vi använder projektmedel från projektet Verktyg för partnerskap 2020 för dessa experiment (detta är ett projekt de finansierar utanför våra årliga APG-medel).

Pilotprojekt

Betald personal

Fyra värvare anställs på deltid och med hjälp av dem testas olika upplägg för att lära vad som är mest effektivt för att nå nya medlemmar och öka insamling i stort på ett kostnadseffektivt sätt. Även andra värden kan komma att räknas in.

Några av de komponenter i ett samtal/i ett tillvägagångssätt som kan testas mot varandra, i kombination med varandra etc. för att utröna effektivitet är:

- Manus (inriktning på ämne).
- Placering av värvare.
- Autogiro i kombination med en engångsgåva (om de ej vill gå med).
- Årsmedlemskap i kombination med annan frivillig gåva (swish, autogiro).
- Enbart engångsgåva via Swish.
- Enbart medlemskap.

Volontärer

En verktygslåda planeras att under 2020 tas fram för att volontärgrupper ska kunna informera om hur man kan gå med som medlem i föreningen, vad föreningen kan erbjuda och vad det innebär. Bedömningen är att volontärerna företrädesvis fokuserar på att värva nya medlemmar som betalar föreningens medlemsavgift, men informerar om hur man kan skänka en extragåva lite då och då. Vi bedömer det även som troligt att volontärvärvare bör ha goda möjligheter att under samtalen kunna engagera nya volontärer i föreningens verksamhet.

Detta kommer att ske under 2021 då vi vill kunna inkludera erfarenheter från 2020 och förbereda en genomtänkt engagemangstrappa och utbildningsmaterial för volontärer innan vi aktivt försöker värva nya volontärer.

Budget

En detaljerad budget för piloten har satts samman baserat på resultat hos andra organisationer där Jenny Brandt tidigare arbetat med insamling (Amnesty international samt Diakonia). Budgeten innehåller kostnader och intäkter för piloten samt kostnader och intäkter för ett 6 månader långt projekt 2021.

Intäkter från scenariot som beskriver ett höstprojekt i länken ovan:

I december 2020 uppgår de beräknade totala intäkterna för året till ca. 200 000 kronor (efter fyra månaders insamlingskampanj). Därtill har 795 stycken nya medlemmar anslutit sig till föreningen (även medlemsavgiften betalas via autogiro).

Då bortfallet från de som ger via autogiro endast minskar med omkring 1% per år kommer intäkter att genereras under hela år 2021. År två efter att insamlingen påbörjats uppskattas de totala donationerna vid årets slut uppgå till ca. 713 000 kronor. Då har ingen ytterligare värvning skett under året.

Till detta kommer även engångsdonationer via Swish m.m. Dessa har vi inte vågat uppskatta då vi saknar data.

Kostnad för dessa fyra månader (inkl. moms etc):

Kostnaderna för att genomföra detta insamlingsarbete under piloten uppgår till ca. 325 000 kronor. Där ingår personalkostnader för värvarna samt kostnader för tekniska system och ex. arbetskläder för värvarna.

Personalkostnader för kansliets personal för att förbereda och analysera detta arbete ingår inte i kostnadsberäkningen då dessa bekostas via projektet Verktyg för partnerskap 2020 – för vilket föreningen mottagit extra pengar från Wikimedia Foundation för att genomföra.

Framtida utveckling

Om intäkterna är i linje med prognosen kommer insamlingsarbetet att skalas upp markant under 2021 med en insamlingskampanj som sträcker sig över flera månader. Då kommer insikter som nåtts under 2020 att användas för att ytterligare öka effektiviteten.

Om gruppen av insamlare under 2021 ökar till 5 personer som arbetar 50% under 6 månader beräknas intäkterna totalt uppgå till ca. 1,65 miljoner kronor (pilot+insamling under 2021) med ca. 1 360 nya medlemmar under 2021. Totalkostnaden uppgår till ca. 925 000 kronor (pilot+insamling under 2021).

Om de insamlade intäkterna under 2020 är lägre än förväntat kommer vi att göra en bedömning om insamlingskampanjen kan justeras för att öka effektiviteten genom att fortsätta med begränsade experiment snarare än att skala upp.

Oavsett utfallet kommer vi även att titta på hur volontärer kan engageras i insamlingsarbetet.

Även om de minskar något varje månad kommer de regelbundna intäkterna att fortsätta strömma in under ett stort antal efterkommande år.