

Sicht SOS-Kinderdorf

- Wen adressieren wir mit unserem Angebot?
 - Digital affine, gut verdienende Menschen ab 30
 - Schätzen einfache und nutzerfreundliche Bedienung
 - Sind es gewohnt, alles/vieles Online abzuwickeln (oft lieber als im persönlichen Kontakt)
- Wen adressieren wir bewusst nicht?
 - Ältere private Förderer und Förderinnen, die gerne den persönlichen Kontakt suchen und auch nutzen
- Was wollen wir mit dem Angebot bei der Zielgruppe „rüber bringen?“
 - Für die junge Zielgruppe soll erklärt werden, was SOS kann (nicht nur Kinderdörfer, sondern auch Prävention und viele weitere Angebote)
 - In nutzerfreundlicher Art Projekte erklären
 - Zeigen, welchen Impact eine (größere) Spende haben kann
- Was ist aktuell die Customer Experience der Zielgruppe?
 - Aufmerksam werden auf SOS z.B. über spezielle Kampagne
 - Ankommen auf Landingpage
 - Anruf oder Mail bei persönlicher Berater: in
 - Potentielle Spender: innen erhalten eine Auswahl an Projekten per Mail
 - Telefonischer Abgleich der Wünsche des Spenders und der zu finanzierenden Projekte
 - Spender: innen erhalten Spendenbescheinigung und einen persönlichen Dank (telefonisch, Mail oder Brief)
- Welchen Key Benefit *müssen* wir der Zielgruppe geben?
 - Die Spendenden selbst ermächtigen, ihr Herzensprojekt zu finden und sich darüber zu informieren
 - Transparenz über den Einsatz der Spende
 - Als wichtiger Förderer angesehen werden, auch ohne persönlichen Kontakt
- Akquise: Wie werden die privaten Förder: innen auf den Marktplatz aufmerksam?

- Zugeschchnittene Kampagnen
- Persönliche Empfehlungen
- Eigene Betroffenheit (z.B. Eltern haben schon gespendet)
- Was sind die Risiken, wenn wir das Thema nicht bearbeiten?
 - Geplante Projekte sind nicht umsetzbar bzw. nicht langfristig finanzierbar
 - Planungssicherheit von wesentlichen Projekten auch für zukünftige Jahre nicht gewährleistet
- Welchen Benefit habe ich davon, bei SOS eine größere Spende zu tätigen?
 - Kinder und Jugendliche eine gesellschaftliche Beteiligung geben und ihnen ermöglichen, ihr Leben selbstständig zu gestalten
 - Wirklich eine Auswirkung auf das Leben von Kindern und Jugendlichen zu haben durch Unterstützung definierter Projekte und Vorhaben.
- Warum ausgerechnet bei SOS-Kinderdorf?
 - Langjährige Erfahrung in der Kinder- und Jugendarbeit
 - Vielfältiges Angebot speziell auf die Themen Kinder/Jugend/Familie
 - Netzwerk, Infrastruktur und Knowhow vorhanden
- Kann ich hier meine eigenen Interessen verwirklichen?
 - Durch Projekte mit unterschiedlichem Fokus können Interessen berücksichtigt werden.
- Kann ich mich und meine Erfahrungen hier einbringen?
 - Im Moment kann im persönlichen Kontakt über Erfahrungen gesprochen werden. Die eigenen Erfahrungen können aber momentan nicht in das Projekt eingebunden werden.
- Welche Projekte gibt es?
 - Projekte für Kinder und Jugendliche in Deutschland mit unterschiedlicher Zielsetzung (z.B. Bildung, Prävention, Familienstärkung, Frühe Hilfen etc.) und unterschiedlichen finanziellen Bedarfs
- Geht es woanders leichter zu spenden?
 - Keine digitale Plattform für private Förder: innen derzeit bekannt
- Was ist für mich der Vorteil?
 - Exklusiv kuratierte Projekte
 - Kurze, übersichtliche Darstellung ausgesuchter Projekte

- Die Wirkung der eigenen Spende auf bestimmte Projekte wird sofort ersichtlich
 - Weitere Informationen über den Projektverlauf
- Kann ich auch eigene Projekte vorschlagen?
 - In einem ersten Schritt noch nicht.
- Wie kann ich eigentlich spenden?
 - Einbezug eines Spendenformulars in die Plattform, in dem pro Projekt die passenden Anteile, die noch fehlen, vorausgewählt sind
- Bekomme ich einen Spendenbeleg?
 - Ja
- Sehe ich meine Spendenhistorie?
 - Die NutzerInnen sehen, was sie unterstützt haben
- Welche Risiken gibt es in der Umsetzung?
 - Kosten der Umsetzung höher als Einnahmen daraus
 - Plattform kann nicht optimal gepflegt und aktualisiert werden
- Wie geben wir den Spender: innen das Gefühl etwas Besonderes zu unterstützen?
 - Hochwertigere Projektbeschreibungen mit Bewegtbild und Hintergrundinformationen etc.
 - Genauere Darstellung des Impacts der Spender: innen. Detaillierte Informationen zum Projektverlauf
 - Zugeschnittene finanzielle Anteile am Projekt und deren Wirkung auf das Projekt
- Ist der SOS-Marktplatz frei zugänglich?
 - Ja, die erste Stufe zur Filterung der Projekte ist frei zugänglich
 - Es gibt für weitere Informationen einen Log-in Bereich
- Wie wird der SOS-Marktplatz bekannt, sodass sich die SpenderInnen darauf bewegen?
 - Kampagnen über eigene Kanäle, Pressemitteilungen (owned/payed media)
 - Website
 - Multiplikatoren, die das Thema streuen
- Soll der Dienst etwas kosten?
 - Nein

- Kann man trotzdem noch Kontakt aufnehmen zu SOS?
 - Selbstverständlich!
- Gibt es einen Chatbot außerhalb der Servicezeiten?
 - Im ersten Schritt noch nicht.
- Gibt es einen Log-in Bereich (z.B. für Historie oder weitere Informationen bzw. Hinterlegung von Daten)
 - Ja, den gibt es, um die benötigte Finanzierung der Projekte, die eigenen Projekte und die Nachrichten aus den Projekten zu sehen
 - Für Spende und bei Anmeldung zu weiteren Informationen nötig
 - Für eine Darstellung aller Projekte muss das Community Management leistbar sein
 - Die Zweckbindung ist derzeit noch nicht für alle Projekte möglich, daher ist der Start für wenige kuratierte Projekte sinnvoll
- Soll der Marktplatz in einer App oder einer Website umgesetzt werden?
 - In einer Website, optimiert für Smartphone
- Soll es eine „Hall of fame“ für SpenderInnen geben?
 - Vorstellbar wäre eine Nennung auf der Seite und Zitate der Spender: innen
 - Können die Spender: innen vor Ort dazu kommen, wenn sie für eine Sache spenden?
 - Ein Dazu-Kommen z.B. zu einem Ferienlager ist nicht möglich
 - Im Nachgang könnten die privaten Förder: innen eine Einrichtung nach Wahl besuchen, um die Arbeit von SOS Kinderdorf kennen zu lernen