

איך להתגבר על האתגרים הכי אקוטיים של התקופה?

אתם שאלתם - התשובות במדריך

שלום לך.

המדריך הזה נכתב במיוחד לתקופה זו כמענה לאתגרים אקוטיים של עמותות. לאחר עשרות פגישות, שיחות וסקר קצר, ריכזתי את שלושת האתגרים שהכי מטרידים עמותות:

1. ירידה בהכנסות ועזיבת תורמים
2. שדרוג והתאמת המענים לצרכים הנוכחיים
3. תכנים, מסרים ושיח ברשתות בעלי ערך לתקופה

נעים מאד, שמי רננה אביאל, יועצת לעמותות, מומחית באסטרטגיה, מיתוג שיווק וגיוס משאבים. בימים רגילים וגם בתקופה זו, אני מלווה עמותות ועוזרת להן לממש את החזון, להשפיע ולקדם את המטרה החברתית שלהן.

המדריך הזה נועד לעזור לכם לפתור אתגרים שעלולים לפגוע בארגון, בחזון ובמטרות. אני ממש שמחה שאת קוראת את המדריך הזה ומקווה שתמצאי בו ערך רב.

מה במדריך?

המדריך נותן מענה לאתגרים שעלו בפגישות, שיחות ובסקר שערכתי. על אף שלכל אתגר יש פתרונות מגוונים, בחרתי בפתרונות פרקטיים וקלים ליישום בצירוף דוגמאות. כל הנאמר במדריך מבוסס על ידע וניסיון רב שנים ותפיסת עולם אותה אני מיישמת ביומיום.

קריאה מהנה,

רננה

[ליצירת קשר ללא תשלום](#)



RENANA
מומחית לאסטרטגיה ומיתוג

054 9432309 / renana.aviel@gmail.com

אתגר ראשון :

ירידה בהכנסות ועזיבת תורמים

תורמים רבים ממוקדים במלחמה. עמותות ביטלו אירועי התרמה וקמפיינים ויש פגיעה משמעותית בהכנסות. השאלה המתבקשת היא איך מחזירים את התורמים ואיך מגדילים הכנסות?

לפני שמחליטים מה עושים - נכנס לראש שלהם ונחלק אותם ל 3 קבוצות:

1. תורמים שלא יכולים / רוצים לחשוב או להתייחס לשום דבר חוץ מהמלחמה
2. תורמים שהפנימו שצריך להמשיך לתרום לארגוני חברה אזרחית - גם אם הם לא קשורים למלחמה
3. תורמים שכבר עברו את שלב ההפנמה וחזרו לתרום לארגונים שלא קשורים ישירות למלחמה

איך מחזירים את התורמים ואיך מגדילים הכנסות?

1. מראים לתורמים שמוטבי העמותה זקוקים להם יותר מתמיד

התקופה הזו העצימה את הצורך בשירותי עמותות כמעט בכל תחום: בריאות פיננסית משפחתית, בריאות הנפש, ילדים עם צרכים מיוחדים, בחינוך, חולים במחלות כרוניות, תעסוקה....מה לא? תפקידכם להראות לתורמים עד כמה המוטבים זקוקים להם ולעזרה שלהם כעת.

2. בוחרים בקפידה את התורמים שפונים אליהם - מתמקדים באלו שישמחו לתרום לכם

התורמים שישמחו לתרום לארגון הם אלו שתפיסת העולם והאג'נדה שלהם בהלימה עם הפעילות, החזון וערכי הארגון. היום יותר מתמיד כדאי לרכז מאמץ ולהתמקד בתורמים מתאימים ולא לבזבז זמן ומשאבים על תורמים פחות רלוונטיים.

3. משדרגים את המסרים לפי הכללים הבאים

- שימו זרקור על בעיה אקוטית שהתעוררה או החריפה בגלל המצב
- תנו פתרון שאי אפשר להוציא אותו לפועל (כי אין תקציב)
- הראו לתורמים שהם יכולים לפתור את הבעיה



RENANA
מוסמכת לאסטרטגיה ומיתוג

054 9432309 / renana.aviel@gmail.com

4. 9 פרקטיקות לשדרוג המסרים (+דוגמאות)

- 1. הראו שהבעיה החמירה עכשיו ושהמוטבים זקוקים למענים אף יותר מהרגיל:**
"החונך של אורי - חולה במחלה כרונית קשה, גויס, ומאז, ללא חונך מצבו של אורי הולך ומתדרדר במהירות"
- 2. הראו שהסיפור לא יוצא דופן אלא תופעה:**
"אורי הוא רק אחד מתוך כ 500 ילדים חולים כרוניים שהחונך חשוב לתפקוד שלהם אך בגלל המלחמה נותרו ללא חונכים"
- 3. הראו למה דחוף לפעול דווקא עכשיו:**
"כל יום שעובר על אורי ללא חונך יוצר נזק בלתי הפיך. הישגים תפקודיים שהושגו לאחר עבודה של חודשים יורדים לטמיון"
- 4. העצימו את התורמים - הראו להם איך הם יכולים לעזור:**
"תרומתך על סך X ש"ח תממן חונכ/ת זמנית לאורי ולילדים חולים נוספים. מילוי מקום החונך הוא קיטי כדי לשמור על בריאותם של ילדים אלו"
- 5. ליתר ביטחון, הזכירו לתורמים את חשיבות התרומה שלהם בתקופה זו:**
"בימים רגילים ילדים עם מחלות כרוניות לא מתפקדים ללא החונך שלהם. על אחת כמה וכמה בתקופה זו כאשר המצוקה שלהם מתעצמת, הם זקוקים לליווי יותר מהרגיל"
- 6. שימו זרקור על טעויות שתורמים עלולים לעשות בגלל המצב:**
"למרות הכל, על אף שהמצוקה שלהם מועצמת, הילדים הללו נשכחו ונדחקו לפינה"
- 7. מאחורי הקלעים של מה אתם מנסים לעשות כדי להציל את המצב:**
"לעת עתה, גייסנו מתנדבים מכל רחבי הארץ אך אין אפשרות להחזיק את המערך הזה לאורך זמן ללא מקור כספי"
- 8. הראו את החולשה ואיך התקופה השפיע על הארגון:**
"אירוע התרמה שהיה אמור להתקיים באוקטובר מהווה 20% מהכנסות הארגון. האירוע בוטל והעמותה לא יכולה לתת שירות אם לא תגייס את הסכום"
- 9. הסבירו בבירור מה מצופה מהתורמים:** "בזכות תרומתך על סך X ש"ח יקבלו הילדים חונך בוגר שיעבור הכשרה מזורזת ויעזור להם בהתמודדות היומיומית, יתווך את המצב ויקל על המשפחות"



RENANA
מוסמכת לאסטרטגיה ומיתוג

054 9432309 / renana.aviel@gmail.com

מתוך המסרים הנ"ל בחרו את מה שמתאים למטרות, לצרכים ולתחום הפעילות שלכם.

אתגר שני:

שדרוג והתאמת המענים למצב

לפני שאתם מתאימים את המענים לתקופה, ישמו את 4 הצעדים הבאים (+ דוגמא להמחשה):

ארגון שפנה אלי מטפל פנים אל פנים בהורים לילדים עם צרכים מיוחדים. המלחמה תרמה להחמרת המצב של חלק מהילדים והמשפחות זקוקות לעמותה יותר מתמיד. יחד עם זאת, לא ניתן לקיים מפגשים פנים אל פנים. מה עושים?

1. הגדירו שוב את המוטבים:

למרות שאתם יודעים, תגדירו שוב ובמדויק למי אתם **רוצים ויכולים לעזור**. בנו להם פרופיל. לדוגמא - הארגון הנ"ל בחר לעזור להורים לילדים עם צרכים מיוחדים שמצבם החמיר במלחמה והשפיע גם על מצב המשפחה כולה.

2. הבינו מה הקושי שלהם:

המצב מעצים את הקשיים הפיזיים והרגשיים הרגילים. הבינו ותנו שם לקושי הנוכחי. לדוגמא - בעקבות ההחמרה במצב הילד, ההורים מרגישים חסרי אונים, המשפחה בסחרור והדבר משפיע על כל בני הבית.

3. מה משאלת הלב שלהם?

לפני שמחליטים מה המענה של העמותה, צריך להבין למה הם זקוקים. לדוגמא - משאלת הלב של ההורים - להחזיר את השקט הביתה, להרגיש בשליטה, לעזור לילד בצורה הכי טובה שניתן.

4. מהו המענה הכי רלוונטי שהארגון יכול לתת למצוקתם?

הגדרתם את קהל היעד, הבנתם את הצרכים ועכשיו ניתן לגבש את המענה. לדוגמא - בתקופה זו ההורים רוצים מענה נקודתי, מהיר ואפקטיבי ולא טיפול ארוך טווח.

RENANA
מוסחית לאסטרטגיה ומיתוג

054 9432309 / renana.aviel@gmail.com

המענים הרגילים של העמותה הוסבו למענה חדש:

1. אבחון בעזרת וידאו
2. מספר שיחות זום אימוניות
3. וובינרים שאלות ותשובות
4. מדריכים כתובים עם כלים פרקטיים ליישום
5. פולו אפ טלפוני ומענה לשאלות נקודתיות

ארגון צריך להבין לעומק את הצרכים המשתנים של המוטבים ולתת להם מענה מושכל ובכך לשמור על רלוונטיות לאורך זמן. **רלוונטיות איננה ויתור על מהות או חזון הארגון אלא התפתחות למענים טובים ומותאמים יותר.**

אתגר שלישי:

תכנים, מסרים ושיח ברשתות בעלי ערך ותרומה

הרשתות הן כלי אפקטיבי לעזור, לתמוך ולתת מענה לסקאלה של תחושות שקהלי היעד שלכם נעים עליה.

1. **מענה לעצבות וקושי** - תנו ידע וכלים בתחום המקצועי שלכם אשר עוזרים לנרמול ולהכיל את התחושות.
לדוגמא: טיפים לאם החרדה - איך לא להלחיץ ילדים עם צרכים מיוחדים כשאת חרדה.
2. **מענה למצב של הפנמה עבור מי שמפנימים את המצב ומחפשים תשובות** -
תנו תכנים פרקטיים. וובינרים, מדריך כתוב או מוקלט, שיחת ייעוץ עם כלים ליישום.
למשל: איך להיפרד מילד חרד בגן, איך להנגיש את המלחמה לילדים, איך להתמודד עם הורה בצבא, איך לנהל שגרה רגילה וכו.
3. **מענה לרצון לתכנן את העתיד עבור מי שבשל לחשוב הלאה לפעול**
הציעו את שירותי העמותה בהתאמה לתקופה והסבירו כיצד הם ישפיעו על העתיד.

לסיכום

כל הכבוד על קריאת המדריך!
אם הגעתם עד כאן, סביר להניח שגם אתם מתמודדים בימים אלו עם אתגרים משמעותיים.

אם יש אתגר שלא התייחסתי אליו במדריך - אנא כתבו לי.
אם יש אתגר שהייתם רוצים להעמיק בו או להבין טוב יותר את הפתרון - אשמח שתפנו אלי.

נסו ליישם את ההנחיות במדריך וספרו לי על התוצאות.

בנוסף, חשוב מאד בתקופה הזו להיעזר באחרים, לשמוע עוד דעות ולקבל חוות דעת של אנשי מקצוע

אני מזמינה אתכם להעזר בי!

מוזמנים להשאיר לי הודעה ונקיים שיחה ללא תשלום

[ליצירת קשר ללא תשלום](#)

המון הצלחה,

רננה

RENANA
מומחית לאסטרטגיה ומיתוג

054 9432309 / renana.aviel@gmail.com