

効果的な寄附集めのポイント

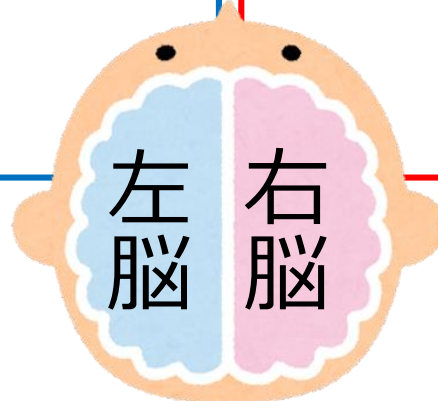
寄附の必要性について、寄附者の感情に訴えかける「**右脳的側面からのアピール**」と財務情報等のデータを基にして論理的に訴えかける「**左脳的側面からのアピール**」をバランス良く行うことが重要です。

「左脳的側面からのアピール（論理的に訴えかける）」例

- ・受益者への支援が必要であることを示すデータや調査結果を基に、寄附の必要性について説明する
- ・法人の財務情報を掲載し、寄附の必要性について説明する
- ・寄附金の目的と充当内容、使途について詳しく掲載し、寄附金がどのように使われるのか説明する

「右脳的側面からのアピール（感情へ訴えかける）」例

- ・受益者の感謝の声や現場で活動する職員の生の声を紹介する
- ・法人が事業を始めたきっかけや、これまでの活動と今後の事業の展望等を紹介する
- ・寄附者が事業の様子をイメージできるよう、実際の事業活動の様子を写真や動画で紹介する
- ・文字ばかりではなく、映像やイラスト等を使用し、感覚的に分かりやすい内容となるよう工夫する



アフターフォローの重要性について

寄附者に継続して寄附を続けてもらえるよう、寄附者の立場に立ったアフターフォローを行うことが重要です。自らが行った寄附が、どのような形で事業に利用されているのか、寄附者に具体的にイメージしてもらえるような工夫をすることで、寄附者が、自らも事業に参加しているという意識を持つようになり、継続的な寄附に繋がります。

アフターフォローの具体例

- ・ 寄附者向けにマンスリーレポートや月報等を作成し、事業の実施状況を毎月きめ細かく報告することで、寄附金がどのような形で事業に使われているのかを明確にイメージできるようにする。
- ・ 法人の事業の見学会等、寄附者参加型のイベントを企画し、寄附者が実際に事業に参加する機会を設けることで、事業への参加意識を持ってもらう。
- ・ 寄附者からのメッセージをホームページ等で紹介し、事業への参加意識を持ってもらうことで、新規・継続寄附の獲得に繋げる。

