

Succesvolle online fondsenwerving

Bewezen stappen en tools om jouw online
campagnes nog sterker te maken.



Herken jij deze uitdagingen?

- ☒ Je hebt een mooi doel, maar **donaties blijven achter**.
- ☒ Je hebt wél volgers en nieuwsbrieflezers, maar **ze geven weinig**.
- ☒ Het voelt alsof je **steeds dezelfde donateurs** vraagt om steun.
- ☐ Je investeert tijd in campagnes, maar de **opbrengst is teleurstellend**.
- ☐ Supporters zeggen: “Leuk, ik wil helpen!”, maar **ze starten geen eigen actie**.
- ☐ Je weet dat online fondsenwerving kansen biedt, maar... **waar begin je?**



Als je jezelf hierin herkent

Je bent niet de enige. Veel organisaties en fondsenwerpers lopen tegen deze knelpunten aan.

Het goede nieuws? Er zijn bewezen stappen en tools die online fondsenwerving wél succesvol maken.

Voorwaarden voor succes

Een succesvolle online fondsenwervingscampagne begint niet met de eerste socialmediapost of donatie, maar met een stevige basis. Voordat je operationeel aan de slag gaat, moet je organisatie bepaalde randvoorwaarden op orde hebben. Deze vormen het fundament waarop je campagne kan groeien. Als deze basis niet staat, loop je het risico dat alle inspanningen stranden voordat je echt momentum hebt opgebouwd.

Bouw een stevige basis in 8 stappen.

1

Draagvlak in de organisatie

Het hele team (bestuur, medewerkers, vrijwilligers) staat achter het idee om online fondsen te werven. Er is commitment om tijd, energie en middelen te investeren. Fondsenwerving moet een gedeelde mindset zijn.

2

Heldere missie en concreet doel

De organisatie weet scherp te formuleren: *waarom bestaan we, voor wie doen we dit en wat willen we met de campagne bereiken?* Zonder dit fundament is storytelling of een doelbedrag vormgeven niet geloofwaardig.

3

Beschikbare doelgroep / achterban

Er is een basis aan bereik: nieuwsbriefabonnees, socialmedia-volgers, betrokken vrijwilligers of ambassadeurs. Een campagne zonder publiek heeft geen vliegwielen.

4

Capaciteit en verantwoordelijkheden

Er is iemand die eigenaarschap neemt (bv een campagnemanager) en tijd vrijmaakt voor uitvoering. Ook is er basale kennis aanwezig van communicatie en online tools, of de bereidheid dit eigen te maken of in te kopen.

5

Technische basis op orde

- a. Een werkende website met donatieknop of campagnepagina.
- b. Betrouwbare betaalmogelijkheden (Mollie of Stripe).
- c. Toegang tot nieuwsbriefsoftware en actieve socialmedia kanalen.

6

Juridische en financiële randvoorwaarden

De organisatie is formeel in staat donaties te ontvangen, er is een aparte campagne-rekening of financieel proces om donaties transparant te verwerken.

7

Communicatiebasis

Er is een herkenbare huisstijl, logo en beeldmateriaal. Ook is er capaciteit om content te maken (tekst, foto's, video). Dit maakt de campagne professioneler en betrouwbaarder.

8

Meet- en evaluatie-instrumenten

De organisatie kan de resultaten meten (donatiebedragen, aantal donateurs, conversies via kanalen). Zonder meetinstrumenten kan er niet geëvalueerd of geleerd worden.

Jouw eerste online campagne succesvol lanceren

Als de basis goed zit, kan je beginnen met online campagnes opzetten.

Volg deze checklist voor een succesvolle lancering.



1. Doelstelling bepalen

Wat wil je precies bereiken met deze campagne? Een concreet doel geeft richting en motivatie. Vermijd vage formuleringen zoals *“zoveel mogelijk geld ophalen”*. Kies in plaats daarvan: *“€10.000 inzamelen voor schoon drinkwater voor 200 kinderen”*. Een duidelijke doelstelling maakt het makkelijker om supporters te mobiliseren en voortgang te meten.



2. Sterke storytelling

Jouw verhaal is de motor van de campagne. Maak het persoonlijk en tastbaar. Laat zien wie er baat heeft bij de donatie en wat het concreet oplevert. Denk aan: *“€50 = schoolmateriaal voor 2 kinderen voor een jaar”*. Mensen doneren sneller als ze zich verbonden voelen met een menselijk verhaal in plaats van met cijfers of een abstract probleem.



3. Campagnepagina inrichten

De campagnepagina is jouw online visitekaartje. Zorg voor: een heldere titel die in één zin zegt waar het om draait;

- een heldere titel die in één zin zegt waar het om draait;
- een pakkende foto/ video die een emotie triggert;

- een korte, duidelijke tekst zonder vakjargon;
- een call-to-action (*“Doneer nu”*, *“Help mee”*).

Vraag jezelf af: zou iemand die mijn pagina 10 seconden bekijkt meteen begrijpen waar het om gaat?



4. Urgentie toevoegen

Zonder prikkel stellen mensen hun donatie uit. Voeg dus een deadline toe (*“Help vóór 30 juni!”*) of speel in op een actuele aanleiding (bijv. een ramp, Wereldwaterdag of een jubileum). Urgentie zorgt voor momentum en maakt de kans groter dat iemand nú doneert.



5. Test de donatiefunnel

Niets zo frustrerend als een geïnteresseerde donateur die halverwege afhaakt omdat de betaalpagina niet werkt. Het proces waar de donateur doorheen gaat noemen we de donatiefunnel. Test je funnel altijd zelf, op desktop én mobiel en in verschillende browsers. Hoeveel klikken zijn er nodig? Zijn alle betaalmethodes aanwezig? Een soepele ervaring kan het verschil maken tussen een gift van €0 of €50.

Volg de checklist...



6. Kanalen inplannen

Bepaal van tevoren via welke kanalen je campagne zichtbaarheid krijgt: nieuwsbrief, social media, je website en eventueel betaalde advertenties. Maak een contentplanning met posts, mails en updates. Herhaling is nodig: mensen ondernemen vaak pas actie na de 3e of 4e keer dat ze een oproep zien.



7. Campagnestart organiseren

Een vliegende start bepaalt het succes. Kies een moment waarop je extra aandacht kunt genereren: een lanceringsevent, een persbericht of een krachtige eerste socialmediapost. Betrek direct je interne achterban (vrijwilligers, ambassadeurs, bestuur) zodat de campagne breed wordt gedeeld. Probeer de eerste donaties binnen te hebben, voordat je de campagne officieel lanceert want... Zien geven doet geven.



8. Updates delen

Een campagne leeft alleen als je geregeld communiceert. Deel tussenstanden, mooie verhalen en foto's van het project. Een update als "We zitten al op 60% van ons doel!" geeft energie en stimuleert nieuwe donaties. Hoe vaker mensen jouw campagne voorbij zien komen, hoe groter de kans dat ze bijdragen.



9. Donateurs bedanken

Vergeet nooit de mensen die hebben bijgedragen te bedanken. Een automatische bedankmail is een must, maar ga waar mogelijk een stap verder: een persoonlijke mail, een socialmediashout-out of zelfs een telefoontje bij een grote gift. Bedanken is investeren in een duurzame relatie en hiermee bouw je een fundament voor een volgende gift.



10. Terugkoppeling & evaluatie

Laat na afloop zien wat de campagne heeft opgeleverd én welke impact dat concreet heeft gemaakt. Denk aan foto's, video's of verhalen van de doelgroep. Organiseer daarnaast een evaluatie: wat ging goed, wat kan beter? Elke campagne is een leermoment en de basis voor je volgende succes.

...en kijk terug op een succesvolle online campagne!

Online fondsenwerving hoeft niet ingewikkeld te zijn

Je hebt nu gezien dat een duidelijke voorbereiding, een pakkende campagne en een betrokken community het verschil maken. Met de juiste tools kun je niet alleen meer particuliere donateurs bereiken, maar ook supporters activeren om hun eigen netwerk in te zetten. Dat levert je niet alleen geld op voor je project, maar ook nieuwe relaties en duurzame groei.



Toch is de eerste stap vaak lastig

Waar begin je? Hoe zorg je dat je niet verdwaalt in losse acties, maar gestructureerd bouwt aan resultaat? Precies daar helpen de **Campagnemodule** en de **Actiemodule** van ImpactID je bij.

- Met de **Campagnemodule** lanceer je snel een professionele online campagne met een duidelijke donatiefunnel.
- Met de **Actiemodule** geef je supporters de mogelijkheid om zelf acties te starten en hun eigen netwerk te mobiliseren.

Naast deze modules biedt impactID ook andere modules zoals de **Formuliermodule** (om formulieren te creëren), de **Mijn-omgeving** (omgeving voor donateurs) en de **WordPress Donatieplugin**. Samen vormen ze een krachtig geheel dat je fondsenwerving **een enorme boost** kan geven!

Wil jij ook je eerste succesvolle online campagne starten en ervaren hoe eenvoudig en succesvol het kan zijn?

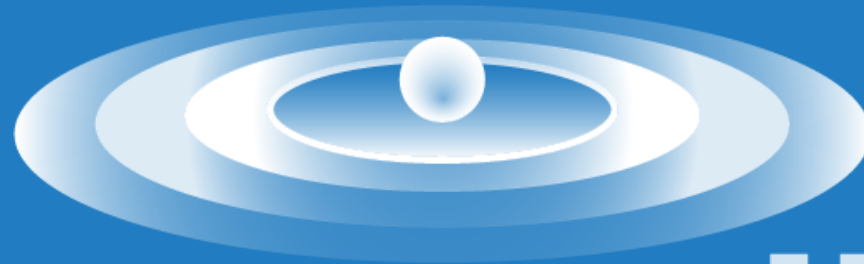
Ontdek hoe de Campagnemodule, de Actiemodule en complementaire tools jouw stichting helpen om meer particulieren te bereiken en structureel meer inkomsten te genereren.

Klein beginnen?

Met **impactIDstart** heb je al **vanaf € 9 per maand** een professionele tool om jouw effectieve donatiecampagne op te zetten.

**Ja, ik hoor
graag meer!**

Klik hier of ga naar impactID.nl/get-your-free-demo



impactID

CONTRIBUTE TO A FAIR WORLD