

Сайт Для Пожертвувань – Як Зробити Хороший Сайт Для Благодійності?

Онлайн-платформи для фандрейзингу надають цінні дані та аналітику, пропонуючи розуміння поведінки та вподобань донорів. Ця інформація дає вам змогу адаптувати свої фандрейзингові стратегії для досягнення максимальної ефективності. Ваш веб-сайт – це один з найважливіших способів комунікації з громадськістю. Наявність веб-сайту для збору пожертв для вашої неприбуткової організації має вирішальне значення для успіху вашої організації. Це не лише місце, куди звертаються донори, коли хочуть дізнатися більше про вашу справу, але й місце, де прихильників потрібно мотивувати робити внески.

Як Створити [Сайт Для Пожертвувань](#)?

Переконайтеся, що ваш веб-сайт розроблений таким чином, щоб відповідати потребам потенційних донорів і, таким чином, максимізувати потенціал для збору коштів. Дизайн вашого сайту може безпосередньо впливати на збір коштів онлайн. Численні дослідження показали, що макет [сайту для збору](#) пожертв може впливати на те, чи генеруєте ви конверсію (наприклад, хтось робить пожертву).

Щоб бути дуже ефективним, некомерційний веб-сайт не обов'язково повинен бути складним або дорогим. Ми зібрали ряд особливостей, які повинен мати дизайн кожного чудового фандрайзингового сайту, а також навели кілька прикладів.

Однак ви можете розглядати WhyDonate як власний сайт для пожертвувань, оскільки він пропонує індивідуальний брендинг, де ви можете вибрати дизайн вашої сторінки для пожертвувань і поділитися ним з вашими потенційними донорами. Ви можете створити сайт для пожертвувань, витративши лише кілька хвилин, адже реєстрація на WhyDonate абсолютно безкоштовна.

6 Кроків До Створення [Сайту Для Збору](#) Пожертв Для Вашої Неприбуткової Організації

1. Оптимізуйте Процес Пожертвування

Фандрайзинг – це серце кожної неприбуткової організації, тому зробіть так, щоб людям було легко робити пожертви онлайн. Якщо ви будете дотримуватися деяких простих рекомендацій, ви, ймовірно, також збільшите суму, яку зможете зібрати через свій [сайт для пожертвувань](#):

- **Переконайтеся, що вашу сторінку та форму онлайн-пожертви легко знайти.**

Гарне правило для цього – намагатися утримувати прихильників, незалежно від того, де вони знаходяться на вашому сайті, на відстані одного кліку від форми для пожертвувань. Це означає, що у вашому головному навігаційному меню повинна бути кнопка пожертви. Виділіть його яскравим кольором на фоні решти меню. Посилання на пожертвування має вести безпосередньо на сторінку пожертви та форму.

Поширеною помилкою є додавання додаткових кроків або тексту після того, як користувач натискає кнопку пожертви. Хоча наміри зазвичай благі, наприклад, інформування донорів про інші способи участі, ці додаткові кроки можуть зменшити ймовірність того, що хтось дійсно зробить пожертву.

- **Надайте переконливе “Чому”.**

Ваша сторінка пожертвувань не повинна сприйматися лише як форма для обробки платежів. Натомість вона має коротко й обережно нагадувати людям, чому вони вирішили пожертвувати гроші саме вашій організації.

- **Використовуйте правильне програмне забезпечення для онлайн збору коштів для вашої сторінки пожертв.**

Програмне забезпечення для онлайн збору коштів значно спрощує створення сайту для пожертвувань, а також пропонує вам ряд функцій, таких як

- Суми вносяться заздалегідь з описом. Це дозволяє донорам точно знати, на що вони роблять свій внесок.
- Інтегрований підбір для пожертв від роботодавців.
- Повторювані варіанти, щоб мати можливість зробити пожертву. Додайте у форму для пожертвування опцію повторюваності, щоб підвищити рівень утримання донорів.
- “Термометр” пожертв, який показує прогрес і заохочує більше пожертв.
- Рахунки-фактури у форматі PDF та інші функції, за допомогою яких ви зможете збирати більше грошей.

Artsen zonder Grenzen спрощує процес пожертвування, гарантуючи, що відвідувачі, потрапивши на сайт, залишаються на сторінці пожертвування.

Чим більше відволікаючих чинників на сторінці пожертвування, тим нижчим буде ваш коефіцієнт конверсії. Ось спосіб зосередити процес пожертвування виключно на завданні, а саме – перетворити відвідувача цієї сторінки на донора:

- Приховати стандартну верхню навігацію в шапці сторінки пожертвувань.
- Використовуйте простий дизайн нижнього колонтитула.
- Видаліть непотрібні посилання.
- Приховати іконки для соціальних мереж.
- Будьте економні з текстом.

2. Оптимізуйте Свій Веб-[Сайт Для Пожертвувань](#) Для Мобільних Пристроїв

Ваш сайт і форма для пожертвувань повинні бути зручними для мобільних пристроїв. Це означає, що для оптимального відображення формат сторінок веб-сайту повинен бути адаптований до використовуваного пристрою. Наші смартфони стають все більш популярним способом зв'язку, обміну, пошуку інформації та пожертвування. Тому ми очікуємо від вас оптимізованих сторінок, коли ви робите пожертвування.

Ми дізналися від NP Source , що у 2018 році на мобільні пристрої припадало 57% всього інтернет-трафіку. За останній рік кількість мобільних пожертв зросла на 205%. 51% людей, які відвідують некомерційні веб-сайти, роблять це з мобільних пристроїв. Щоб зробити ваш сайт зручним для мобільних пристроїв, ви повинні уникати використання великих фотографій, коли донорам доводиться прокручувати їх вниз, щоб отримати актуальну інформацію. Ваш текст також повинен бути достатньо великим, щоб його можна було прочитати на невеликих пристроях. Не впевнені, чи сумісний ваш сайт з мобільними пристроями? Візьміть свій телефон і перевірте його! Хороша навігація також є важливою частиною веб-сайтів, дружніх до мобільних пристроїв. При перегляді веб-сайтів на мобільних телефонах не так багато місця для випадючих меню або складної навігації з великою кількістю контенту. Спростіть мобільну навігацію так, щоб була доступна лише найнеобхідніша інформація.

НП Джерело також виявив, що неприбуткові організації можуть збільшити свої пожертви в середньому на 126%, якщо впровадять мобільний адаптивний дизайн. Якщо відвідувач розчарується при спробі зробити пожертву на користь вашої організації з мобільного пристрою, швидше за все, він покине ваш сайт, так і не зробивши пожертву.

Крім того, переконайтеся, що на вашому сайті для пожертвувань є кнопка пожертвування, оскільки єдиною метою вашого сайту для пожертвувань є надання вашим користувачам можливості легко і без зайвих труднощів пожертвувати вам гроші.

3. Проблема, Рішення, Вплив

Якщо ви розглядаєте пожертвування як рішення про покупку, ваш сайт повинен відповідати на питання і протидіяти можливим запереченням в дусі донора.

- Чому я повинен пожертвувати?
- Чому я повинен пожертвувати саме вам, а не іншій організації?
- Як я можу бути впевнений, що мої гроші будуть використані розумно та етично?

Коли ви починаєте використовувати контент для створення сайту, ви починаєте з проблеми, яку ви вирішуєте, як ви її вирішуєте і чому це важливо для відвідувача сайту. Процес усвідомлення необхідності прокрутки вниз на сторінці вашого веб-сайту відбувається приблизно так: усвідомлення проблеми, рішення проблеми та мотивація бути частиною рішення.

Ви повинні слідувати за “проблемою” з чітким рішенням вашої організації для цієї проблеми. Потім перейдіть до безпосереднього впливу вашої організації. Доведіть ефективність вашого рішення, продемонструвавши вплив за допомогою яскравих візуальних матеріалів. Чи знали ви, що мозок обробляє зображення в 60 000 разів швидше, ніж текст? Ваш контент буде набагато привабливішим і цікавішим, якщо ви додасте наступне:

- Фотографічні зображення,
- Зображення або інфографіка зі статистикою, даними або процесами,
- Відео та влоги.

Донори хочуть знати, що їхні важко зароблені гроші йдуть на благодійність. Вони хочуть знати, що ваша організація буде робити з їхніми грошима. Прозорість означає відкритість і підзвітність перед донором, надійність і виконання обіцянок.

Люди можуть пожертвувати лише тоді, коли бачать на вашому сайті приклади або докази того, що їхні пожертви будуть використані належним чином. Деякі донори можуть шукати вашу організацію на таких сайтах, як CharityNavigator, але ви економите їхній час і турботу про те, чи надає ваш сайт конкретну інформацію. Це може бути статистика, звіти з місць або фінансові дані, щоб донори мали певний рівень довіри до вашої організації.

На домашній сторінці "Хайфер Інтернешнл" є курс, який поєднує статистику прозорості та підзвітності із закликом до дії. Вони додали кнопки з різними сумами пожертв. На кожній сторінці Heifer також є кнопки, за допомогою яких донори можуть поділитися сторінкою зі своїми акаунтами у Twitter або Facebook.

Благодійність: Вода високо оцінює вплив своєї роботи на Сторінку проекту. Вони також мають окремий розділ з допоміжною фінансовою інформацією для потенційних донорів, щоб підтримати вимоги належної обережності.

4. Надайте Пріоритет Сторінці "Про Нас"

Коли потенційні донори або волонтери переглядають послуги на вашому сайті, сторінка "Про нас", ймовірно, буде серед перших 3-4 кліків, які вони зроблять. Вони хочуть бути впевненими, що, підтримуючи вашу організацію, вони також роблять правильний вибір. Не робіть це побічним питанням. Зрозумійте, для чого насправді призначена ця сторінка. Навіть якщо ваша неприбуткова організація має чудові результати на веб-сайті, які варто висвітлити, люди також повинні знати, хто ви є. Саме про це ця сторінка. Подумайте про це як про "перше побачення". Йдеться про те, щоб познайомитися, побудувати добрі стосунки та справити незабутнє враження.

На жаль, сторінка "Про нас" також може стати звалищем для багатьох речей. Тому не намагайтеся вмістити все на цій сторінці. Ваш річний звіт, фінансові дані, місія, описи життя співробітників та історія компанії можуть зайняти окрему сторінку на сайті. Якщо ви забезпечите, щоб ці речі не проникали на сторінку, ви також зможете гарантувати, що ви не просто не відкидаєте їхні власні інтереси. Переконайтеся, що ця сторінка відображає лише індивідуальність та цінності вашої неприбуткової організації.

Зробіть сторінку про те, ким ви є в прямому сенсі слова:

- Хто хоче допомогти вашій благодійності? Ви збираєте кошти з екологічних/планетарних міркувань, з метою захисту прав людини та добробуту тварин? Чітко визначте, на що або для кого ви збираєте гроші.

- Що ви робите: всі організації мають свою історію. Що надихнуло вас почати?
- Навіщо ви це робите: надайте детальну інформацію про проекти, над якими ви працювали в минулому, і повідомте донорів про те, що ви робите і що запланували на майбутнє.

Мисліть на високому рівні і дотримуйтесь основних моментів. Це дійсно шанс підкреслити те, що ви робите, на одній пам'ятній і значущій сторінці. Ви можете помітити, що деякі організації оформлюють розділ "Про нас" дещо по-іншому. Деякі називає його "Наша історія", "Хто ми є" або просто "Дізнайтеся про нас більше". Всі вони мають один намір: з'ясувати, про що йдеться.

Не ігноруйте вплив візуальних історій та можливість представити історію вашої неприбуткової організації у більш привабливий спосіб. Хоча хороший текст на вашій сторінці "Про нас" все ще має важливе значення, іноді він є лише допоміжним і контекстуальним для фотографій, зображень або відео.

Довгий контент не завжди призводить до довготривалих вражень. Якщо ви плануєте написати сторінку "Про нас", уникайте розлогої версії вашої історії.

Дотримуйтесь промови в ліфті, але в письмовій формі. Тобто, пишіть контент так, ніби вам потрібно продати свою організацію за той час, який потрібен людям, щоб піднятися на ліфті з верхнього поверху на нижній у будівлі. Будьте переконливими і наведіть всі основні моменти того, що робить вашу неприбуткову організацію такою великою і унікальною. Зробіть свій контент привабливим, але лаконічним.

5. Використовуйте Відео

За допомогою відео ви можете налагодити зв'язок зі своєю аудиторією і поєднати свою історію з емоціями, чого просто не можуть зробити слова і фотографії. Відео пропонує неймовірні можливості для вашої неприбуткової організації залучити прихильників, залучити їх до вашої роботи та допомогти вам зібрати кошти. Відео може допомогти вашій

аудиторії зрозуміти, навіщо ви існуєте, змусити їх відчувати справжні емоції та мотивувати їх піклуватися, ділитися та діяти.

Інтеграція з соціальними мережами та інструменти персоналізованої комунікації сприяють зміцненню відносин з донорами. Оновлення в реальному часі та інтерактивний контент тримають прихильників залученими та зацікавленими у вашій подорожі. В Інтернеті відео рулить. За кількістю вподобань, поширень, завантажень і пожертвувань відео постійно перевершує всі інші форми цифрової комунікації.

60-секундне некомерційне відео/ролик для збору коштів може мати такий самий ефект, як 1,8 мільйона слів або 3600 сторінок тексту, але головне – це справжня емоція, яка передається! Ось деякі інші статистичні дані про відео, які варто знати неприбутковим організаціям:

- Лише цього року на відео припадає 69% всього інтернет-трафіку для споживачів, і прогнозується, що в найближчі роки цей показник зросте ще більше.
- На відеоконтент припадає 85% всього інтернет-трафіку.
- 57% онлайн донорів роблять пожертви після перегляду надихаючого фандрейзингового відео.
- Сторінки для збору коштів, які просуваються за допомогою відео, генерують в чотири рази більше пожертв.
- Більше половини відео переглядають на мобільних пристроях.
- 92% неприбуткових організацій кажуть, що інвестиції, які вони вклали у відео, є цінними.

Звичайно, вам не обов'язково знімати голлівудський фільм, щоб розмістити відео на своєму сайті для пожертвувань. Чи знали ви, що домашні, "необроблені" некомерційні відео часто мають кращі показники в інтернеті, ніж висококласні продакшени? Відео, записані на смартфони людей, часто є найефективнішим способом зафіксувати та продемонструвати суть вашої місії та добро, якого ви досягаєте. Хоча багато неприбуткових організацій успішно розміщують відео на своїх веб-сайтах для збору благодійних пожертв, інші можуть мати труднощі з належним використанням цього потужного засобу масової інформації. Ось лише кілька порад, які допоможуть вам розпочати роботу з відео:

- Використовуйте додаток iMovie, щоб створювати відео та завантажувати їх на YouTube і Vimeo. Член вашої команди може освоїти iMovie всього за кілька годин. Для вашої неприбуткової

організації ви можете легко створювати відео для збору коштів, редагувати їх, а також додавати до них титри, фотографії, музику та ефекти перед публікацією. Шукайте “Як користуватися iMovie на iPhone”, щоб знайти безкоштовні інструкції для цього.

- Зібрати бібліотеку візуальних матеріалів, зроблених волонтерами та співробітниками. Покажіть добро, яке ви робите, за допомогою надихаючих кадрів з-за лаштунків та інтерв'ю з учасниками програми.
- Будьте пристрасними і покажіть донорам, як вони можуть зробити свій внесок.
- Дякуйте їм, постійно визнаючи щедрість і підтримку донорів.
- Переконайтеся, що в кінці відео завжди є чіткий заклик до дії! Не дозволяйте вашій аудиторії плисти за течією; попросіть їх змінити ситуацію.
- Публікуйте відео на YouTube, Vimeo та Facebook, а також надсилайте перехресні рекламні електронні листи та текстові повідомлення так часто, як тільки у вас з'являється щось привабливе.

6. Спростіть Залучення Волонтерів

Якщо вашій організації потрібна велика кількість волонтерів, подумайте, як можливості для волонтерства інтегровані на вашому сайті для пожертвувань.

- Чи є на вашій домашній сторінці посилання або кнопка на сторінку волонтера?
- Чи адекватно описує ця сторінка волонтерський досвід та вимоги до нього?
- Чи можуть волонтери легко зв'язатися з вами через вашу волонтерську сторінку?
- Наскільки легко волонтерам переходити на інші сторінки вашого сайту?

Зрозуміло, що якщо волонтери зв'язуються з вами, ви повинні негайно відреагувати. Навіть якщо вам потрібно лише кілька волонтерів, волонтерська сторінка має цінність. За допомогою вашого посилання для волонтерів ви можете зв'язатися з людьми, яких ви не очікували і які зацікавлені у вашій роботі.

Благодійний сайт для збору коштів в Інтернеті не обов'язково має бути дорогим і складним, щоб бути ефективним. Beyond Bars Animal Rescue – це невелика організація з волонтерським посиленням, яке помітно відображається на головній сторінці.

для отримання додаткової інформації : [Сайт Для Пожертвувань](#)