



Hoe kun je als goed doel in Nederland datagedreven werken om je impact te vergroten?



Als je bij een goede doel werkt, dan sta je voor grote maatschappelijke opgaven waar jullie je druk om maken en tegelijkertijd heb je te maken met beperkte middelen. Of het nu gaat om het werven en behouden van leden en donateurs, het activeren van vrijwilligers of het inzichtelijk maken van maatschappelijke impact: de druk om effectief, efficiënt en transparant te werken groeit.

Vragen

Je zult je misschien herkennen in vragen die veel goede doelen hebben zoals:

- Hoe behouden we loyale donateurs en leden, terwijl de wereld om hen heen snel verandert?
- Hoe maken we onze maatschappelijke impact zichtbaar voor subsidiegevers, partners en het brede publiek?
- Hoe gebruiken we onze middelen zo effectief mogelijk, zodat elke euro telt?
- Hoe zorgen we ervoor dat onze mensen en vrijwilligers data snappen en ermee willen werken?

Huidige technologische oplossingen

Veel goede doelen hebben inmiddels geïnvesteerd in CRM-systemen en marketing automation tools. Daarnaast zijn er organisaties die al werken met een Customer Data Platform (CDP) of in ieder geval overwegen dit in te zetten. De inzet van dashboards om data inzichtelijk te maken is eveneens een opkomende trend, hoewel het definiëren van de juiste KPI's en metrics voor de non-profitsector nog veel aandacht behoeft.

De rol van data in fondsenwerving en donateursbinding

Data vormt de ruggengraat van moderne fondsenwervingsstrategieën. Goede doelen gebruiken hun data om:

- **Donateurs te identificeren:** Het analyseren van bestaande donateursprofielen helpt bij het gericht benaderen van nieuwe en bestaande donateurs.
- **Campagnes te personaliseren:** Met de juiste data kunnen organisaties campagnes op maat maken die inspelen op de behoeften en interesses van hun doelgroep.
- **Vrijwilligers te werven en te behouden:** Door inzicht te krijgen in de motivatie en betrokkenheid van vrijwilligers, kunnen organisaties gerichte initiatieven ontwikkelen om hun inzet te vergroten.

Ondanks de inzet van geavanceerde tools is het vaak zo dat de praktische toepassing van deze data beperkt blijft. Dit komt vooral doordat veel goede doelen niet over de interne expertise beschikken om data grondig te analyseren, wat resulteert in dashboards en campagnes die niet altijd de juiste inzichten of resultaten opleveren. Ook ontbreekt het vaak aan een datastrategie om alle initiatieven op elkaar af te stemmen, en die bovendien in heldere taal geschreven is en die aansluit op de ambities van de organisatie. De mensen binnen het team moeten tot slot ook begeleid en getraind worden in de nieuwe manier van werken, wat nogal eens te weinig aandacht krijgt.

Hoe kun je je data goed inzetten?

- Beter segmenteren van leden en donateurs en daarop inspelen
- Churn voorspellen van leden, donateurs en vrijwilligers
- Effect van campagnes meten en verbeteren
- Impact onderbouwen en rapporteren in een dashboard
- Effectiever vinden van nieuwe leden, donateurs of vrijwilligers

Uitdagingen in datagedreven werken

In de praktijk blijkt dat, hoewel veel goede doelen beschikken over de nodige technologische hulpmiddelen, de ervaring met het effectief inzetten van deze tools vaak beperkt is:

- **Beperkte interne capaciteit:** kleine teams hebben vaak niet de middelen of expertise om een gedegen datastrategie op te zetten.
- **Te dure investeringen:** het aankopen van complexe systemen (CRM, CDP, marketing automation) zonder de juiste definitie van eisen en wensen en kennis van de tools kan leiden tot inefficiënte besteding van fondsen.

- **Inconsistentie in metrics:** dashboards bevatten niet altijd de juiste KPI's, omdat het definiëren van succes in de non-profitsector een uitdagende opgave is.
- **Gebrek aan een duidelijke datastrategie:** Zonder een heldere strategie lopen goede doelen het risico dat hun investering in technologie niet de verwachte resultaten oplevert.

Veel voorkomende obstakels in datagedreven werken:

- Versnipperde data en systemen
- Onduidelijkheid over wie waarvoor verantwoordelijk is
- Twijfel over privacy en AVG-regelgeving
- Onderschatting: datagedreven werken is een verandering in werkwijze, die begeleid moet worden om goed te landen

Best practices

Om deze uitdagingen te overwinnen, zijn er een paar best practices die kunnen helpen:

- **Ontwikkel een heldere datastrategie:** bepaal vooraf welke doelstellingen je met jouw data wilt bereiken. Dit omvat het definiëren van relevante KPI's en het bepalen welke data essentieel is voor de besluitvorming.
- **Kies voor kostenefficiënte oplossingen:** gezien de beperkte budgetten is het belangrijk dat je niet alleen naar de technologische mogelijkheden kijkt, maar dat je ook kritisch beoordeelt of een investering past binnen jullie capaciteit en behoeften.
- **Werk samen met externe experts:** externe partners kunnen helpen bij het opzetten van een datastrategie, het selecteren van de juiste tools en het trainen van personeel. Hierbij is het erg belangrijk dat de externe partner software-onafhankelijk is, zodat je niet vast komen te zitten aan één leverancier.
- **Stel duidelijke workflows en processen op:** beschrijven en vervolgens automatiseren van effectieve workflows zorgen ervoor dat je data op de juiste manier verzamelt, kunt analyseren en in kunt zetten.

Hoe begin je met datagedreven werken?

Een succesvolle aanpak begint met visie en draagvlak, op een pragmatische manier geformuleerd met je belangrijkste stakeholders en in een paar stappen:

1. Formuleer een gedeelde visie
2. Maak een realistische nulmeting
3. Kies toepassingen die direct waarde toevoegen
4. Betrek medewerkers en vrijwilligers actief
5. Kies de juiste tools



Praktijkvoorbeelden (geanonimiseerd)

- Een regionale stichting zag 18% hogere retentie bij nieuwe donateurs dankzij een gepersonaliseerde e-mailjourney.
- Een organisatie met 8.000 vrijwilligers gebruikte data om te voorspellen waar afha-kers zaten. Dankzij gerichte interventies daalde de uitstroom met 22%.

- Een goed doel ontwikkelde een visueel dashboard dat impactmetingen vertaalde naar heldere verhalen voor fondsenwervers en subsidiegevers.

De rol van Clear Value

Goede doelen hebben vaak de wil om datagedreven te werken, maar missen richting, samenhang of technische expertise. Clear Value helpt bij:

- Het formuleren van een realistische datastrategie
- Het verbinden van bestaande tools en processen
- Het selecteren van passende oplossingen (CRM, CDP, dashboards)
- Het trainen en meenemen van medewerkers in de verandering
- Het leveren van concrete, werkende oplossingen

Wij zijn volledig onafhankelijk van leveranciers en stoppen pas als het werkt. Of het nu gaat om behoud van leden en donateurs, de werving van vrijwilligers of onderbouwing van impact: onze aanpak is altijd gericht op het vergroten van effect én betrokkenheid.

Conclusie



Datagedreven werken is geen doel op zich, maar een middel om je missie beter en effectiever te realiseren. Goede doelen die dat slim aanpakken, maken betere keuzes, communiceren helderder over hun impact en bouwen sterkere relaties op met donateurs, leden en vrijwilligers. Juist met beperkte middelen kan data hét verschil maken.