

# Serce czy Excel?

## Podejmowanie decyzji o inwestycjach fundraisingowych

Katarzyna Kordziak-Kacprzak  
Fundacja Czerwone Noski



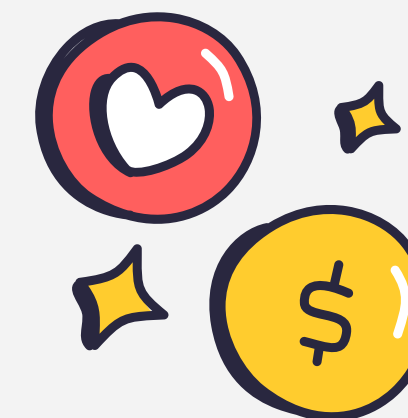
➤ Wpływamy na długofalowy rozwój naszej organizacji i wzmacniamy jej misję.

➤ Racjonalnie dysponujemy środkami otrzymanymi od darczyńców i partnerów.

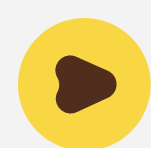
➤ Budujemy odporność i niezależność finansową naszej organizacji.



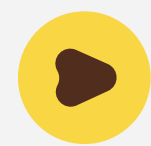
**Dlaczego temat inwestowania w fundraising jest ważny?**



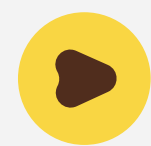
# Rzeczywistość inwestowania w fundraising.



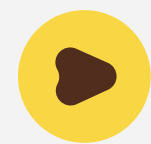
Dualizm celu - połączenie misji i budowania relacji (serce) z twardymi danymi (excel),



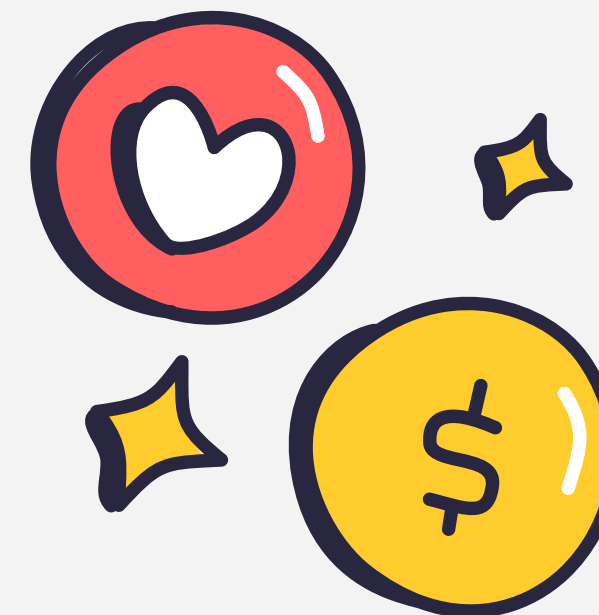
Wydatek, czy inwestycja? Długofalowe oczekiwanie na rezultaty - efekty widzimy po kilku lub kilkunastu miesiącach.



Wielowątkowe działania - połączenie kilku mechanizmów, dzięki którym inwestycja zaczyna być opłacalna.



Trudność w przypisaniu efektów niektórych działań (np. kampanie 1,5%, wiele kanałów działania bez możliwości mierzenia).





**Excel - dane, które pomagają mierzyć efekty w fundraisngu**

g/\_layouts/15/Docz.aspx?action=edit&source...

Wyszukaj narzędzia, pomoc i nie tylko (Alt + M)

lane Recenzja Widok Automatyizacja Pomoc Rysowa

Zawijaj tekst Data

Scal i wyśrodkuj \$€ % 000 +0 -00 Formatowanie Format tabel warunkowe Style

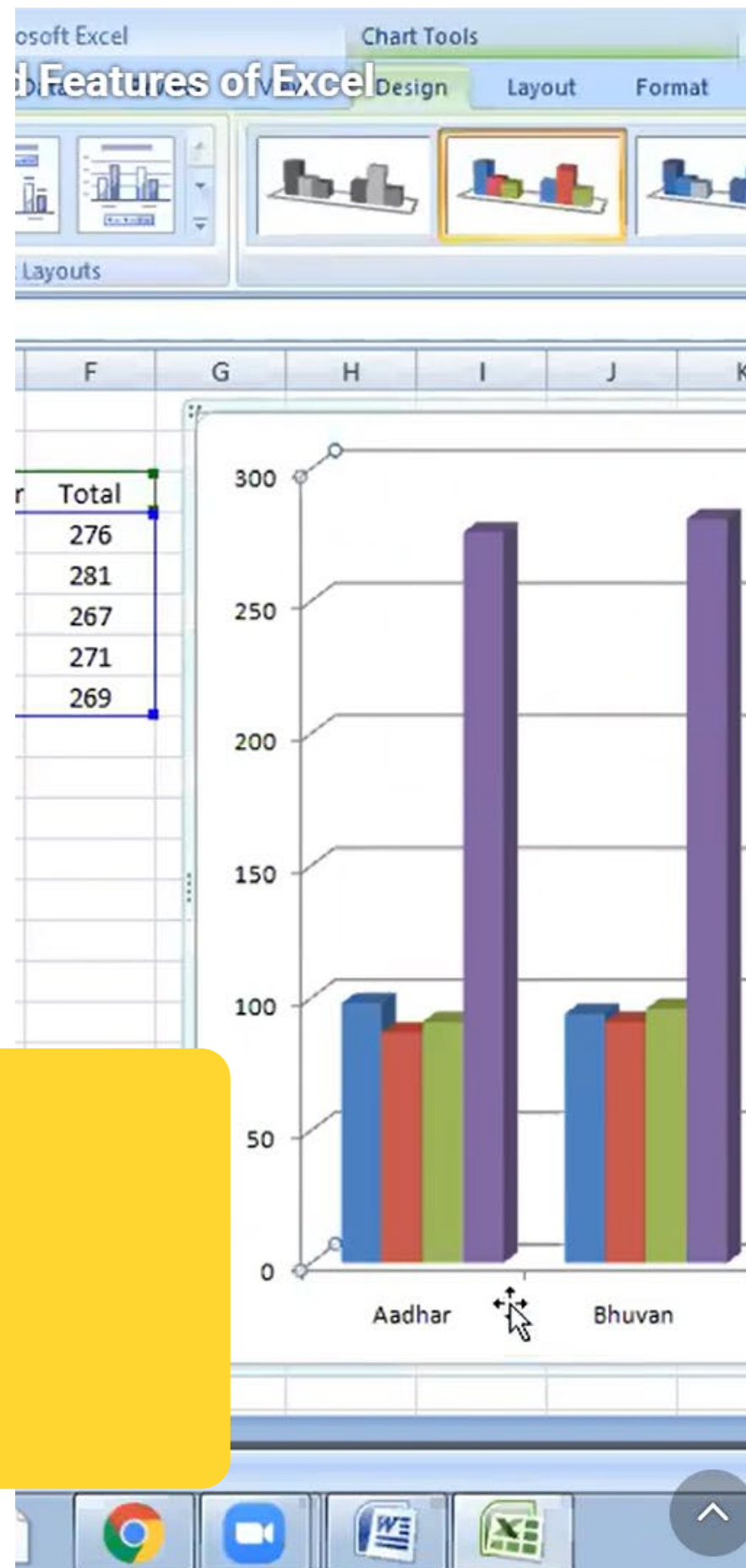
Liczbowe

	D	E	F	G	H	
	liczba wpłat	SUMA WPŁAT	RR%	średnia darowizna	koszt	prze pocz
	6,080	310,080.00	38.00%	51.00	1.20	
	6,160	308,000.00	28.00%	50.00	1.00	
	5,100	255,000.00	30.00%	50.00	1.80	
	3,960	201,960.00	45.00%	51.00	0.70	
	5,250	267,750.00	25.00%	51.00	1.00	
	6,250	325,000.00	50.00%	52.00	0.70	
	4,760	242,760.00	28.00%	51.00	1.70	
	2,250	117,000.00	50.00%	52.00	0.70	
	3,600	183,600.00	30.00%	51.00	1.00	
		1,720.00	28.00%	51.00	2.10	
		1,660.00	13.00%	49.00	2.10	
		1,920.00	26.00%	53.00	1.20	
		1,300.00	100.00%	51.00		
		1,750.00	32.34%	51.00		
		1,814.57	36.63%	55.21		
		8.79%	113.27%	108.26%		

- **ROI (Return on Investment)** - pozwala mierzyć zwrot z inwestycji
- **CAC (Customer Acquisition Cost)** - koszt pozyskania darczyńcy
- **LTV (Life Time Value)** - ile czasu darczyńca z nami zostaje
- **Retencja** - ilu darczyńców zostaje z nami i jak długo
- **Konwersja** - ile osób bierze udział w innych działaniach, np. stałe wpłaty



## Excel - jak używamy dane?



- Sprawdzamy i porównujemy trendy, nie poszczególne kampanie
- Oceniamy kanały, a nie poszczególne działania
- Decyzje opieramy na kilku cyklach danego działania
- Inwestujemy, kiedy mierzymy

Nie wszystko jednak da się policzyć...



**Serce - storytelling,  
wartości, intencje.**



- Storytelling - opowiadamy o misji na przykładach (również wykorzystując liczby)
- Budowanie relacji z darczyńcą.
- Innowacje - kiedy nowe kanały są kosztowne, ale mają potencjał.
- Zaufanie - nie zmierzy go żadne KPI



**Serce - storytelling,  
wartości, intencje.**



- Czy ta kampania / działanie wzmacnia misję organizacji?
- Czy buduję autentyczne relacje z darczyńcami?
- Czy wspieram długofalowy rozwój organizacji?

Jednak... bez danych możemy podejmować zbyt emocjonalne decyzje.

Biegnij  
w drużynie  
Czerwonych  
Nosków!

1

**Analiza danych** – wyniki dotychczasowych działań, benchmarki

2

**Analiza strategiczna** – czy działanie wspiera długofalowe cele organizacji

3

**Serce** – czy działanie jest zgodne z misją i wartościami organizacji

4

**Decyzja inwestycyjna** oparta na prostej macierzy:

<b>WYSOKI ROI</b>	<b>NISKI ROI</b>
wspiera misję - inwestuj	wspiera misję - testuj i optymalizuj
nie wspiera misji - optymalizuj, redefiniuj	nie wspiera misji - rezygnuj

## Prosty model podejmowania decyzji



# Serce i Excel w praktyce

## Fundacja Czerwone Noski

Wysyłki DM do ciepłej bazy – po analizie dotychczasowych danych i zmianie sposobu działania ograniczyliśmy liczbę wysyłek i gadżetów, zwiększyliśmy średnią darowiznę i ROI (z 2,2 w 2023 do 3.5 w 2025)



Kampanie na FB – prowadzone systematycznie po raz pierwszy od połowy 2025 roku. Dzięki śledzeniu danych o liczbie wpłat, średniej darowiznie i grupach docelowych możemy budować kolejne działania online. Sprawdzamy również LTV pozyskanych darczyńców.



**CZERWONE NOSKI**  
W śmiechu nadzieja

Sz.P.  
Agnieszka Wzorowka  
ul. Wzorowka 9/9  
999-99 Warszawa

Warszawa, 30 października 2024 r.

**Szanowna Pani Agnieszko,**

Czy na sali operacyjnej zdarzają się cuda? Tak, i bardzo często ich autorami są Czerwone Noski! Kluczem medycyny naszej fundacji wykorzystują swoje umiejętności i doświadczenie artystyczne do celowego i przemyślanego działania z dziećmi w szpitalu, np. redukując stres poprzez odwrócenie uwagi od nieprzyjemnych procedur medycznych. Rezultaty ich pracy na bloku operacyjnym możemy nazwać prawdziwym cudem.

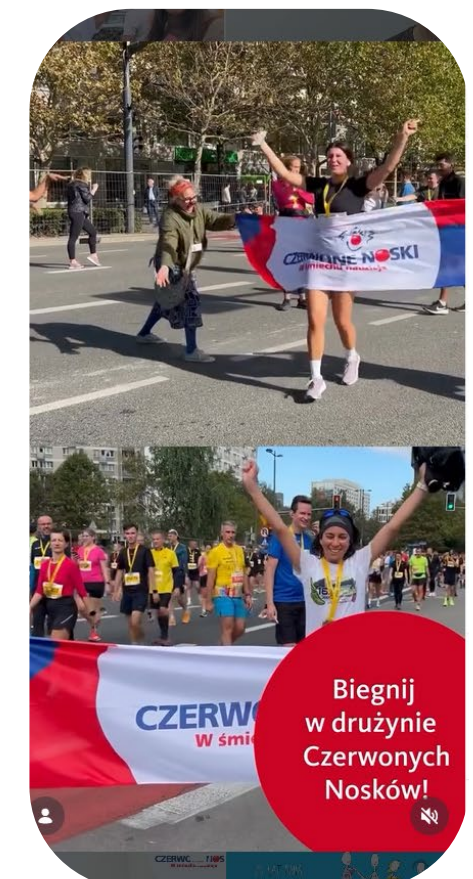
Latem tego roku na bloku operacyjnym w Centrum Zdrowia Dziecka zdarzyła się jedna z tych cudownych historii, w czasie której dodatkowo odkryta została wielka tajemnica dr. Anestezji, a nie obyło się też bez wielu emocji. Proszę sprawdzić, jak opowiada:

Na salę przedniezależną przyjechał ok. 7-letni chłopiec. Obserwował otoczenie krząc na brzocho, a kiedy nasze oczy się spotkały podparł się na łokciach i nie odrywał wzroku od mojej twarzy. Podzieliłem się z nim, „jestem Karolka” – powiedział i się uśmiechnął. Zauważyłem, że ma na sobie krawat. Chętnie podniósł mi rękę, zobaczyłem portrety pamocowe „ci pobię” hodowanych w domu pod kłosem Karolka. I odczytała tylko my dwie wiemy, o jakie stany dokładnie chodziło. Kiedy lekarz anestezjolog zobaczył rozczłonnego pacjenta zapytał: „Czy chłopiec dostał już premedykację?”. „Nie” – odpowiedziała mama Karolka. „A może jakiej kropelki?” – nie dowierzał. „Nie. On jest po prostu w bardzo dobrym humorze” padła odpowiedź. Usławiłem się i poklepałem głowę. Długo było rwanie włosów. Podziękowałem za Karolka na salę operacyjną, gdzie chłopiec, spokojnie parował na założenie katelek, rurek i ostatecznie maści na znieczulenie miejscowe i szybkiego zasnęł.

Z poważaniem  
Marcin Duśki  
Dyrektor Fundacji

Czerwone Noski jako jedyna polska organizacja pozarządowa współpracuje z personelem szpitalnym na bloku operacyjnym by minimalizować stres małych pacjentów i wspierać emocjonalnie rodziców.

Udział w akcji #BiegamDobrze Maratonu Warszawskiego – w pierwszym roku działania nieopłatalne ze względu na koszty. Jednak ... budujemy relacje z nową grupą naszych darczyńców i znakomicie działamy komunikacyjnie.





## Serce czy Excel?



- ▶ **Fundraising** to zarządzanie emocjami za pomocą liczb.
- ▶ Najlepsze **decyzje**, kiedy łączymy perspektywy – intuicję i dane.
- ▶ **Excel** pomaga kontrolować ryzyko.
- ▶ **Serce** pomaga zobaczyć to, czego nie widać w danych.

PYTANIA?

