

## 互联网筹款，如何做好公众动员

在互联网时代，互联网+筹款的新模式，逐渐成为社会组织筹款的主流方式，如何更好的在互联网平台进行筹款呢？

想要更好的进行线上筹款，需要从以下几方面准备：

### 一、机构自身筹款能力的分析

首先需要梳理一下，可非理性捐款的群体数量，即核心志愿者的数量，什么叫做非理性捐款呢？主要凭借朋友关系、周边核心志愿者的信誉及机构本身的信誉进行捐款的支持行为。

第二，项目的自然传播力，就是说把项目上线到平台之后，它是如何去进行更广泛的传播。通过朋友圈及核心志愿者进行二次分享扩大项目的传播面，从而带来的筹款金额，需要注意的就是传播的转化率。因为现在我们的互联网筹款平台是越来越多，类似于轻松筹、水滴筹和腾讯乐捐、支付宝公益等一大批互联网众筹平台，益朋友圈和公益群链接是非常多，再加上腾讯从2015年开始搞九九公益日，基本上线上的传播转化率已经被降到很低。

第三，被服务群体对项目是否认同，是否会加入支持队伍？

第四，是否有企业的支持。2—3万的小项目，可能通过核心志愿者的带动加上咱们平时的一些传播可能就会轻松

完成这个项目。5万以上依靠个人捐款得到的效果可能不那么理想，大多项目的社会公众的传播面不高，就需要去拉动更多的企业、企业家对咱们进行支持。给企业开具的捐赠发票，可以用来抵税。

第五，对于筹款需要有战略规划。经过99公益日一系列的朋友圈、捐款信息刷屏，可能大部分捐赠人都已经疲惫了，建议大家把金额设的不要那么高，因人员工资所占的比重较高，尽量不要把人员工资太多的放在项目里。

## 二、互联网筹款的常规准备与技巧

### （一）准备：

第一，团队如何做好分工，负责人和理事一定要做好表率作用，起到发动机的作用。

第二，要发动身边略有威望的人，比如大学的老师、比如一些作家画家等。

第三，准备感谢信和证书，捐款者收到感谢信和证书，可能就会产生两次的捐赠，甚至是更积极的宣传这个项目。

第四，得花钱、会花钱，比如组织一个志愿者会议，准备一点茶歇、谁，让大家充分在玩的过程中营造一种比较积极快乐的气氛，这样才能更好地让大家来参与项目。

### （二）技巧：

#### 1、如何让企业更好地介入筹款

首先找到这个企业家，一个企业家获得一些青年企业家、青年有责任企业家这种证书是非常多的，但是他能得到社会组织证书的机会是非常少的。把社会组织颁发的证书放在办公室有利于客户对其产生不一样的崇敬之情，这样对他的业务有好处，实现互利共赢。

## 2、如何发动熟人进行筹款

对不同的关系使用不同的话术发动筹款，这就需要具有一些沟通技巧。不建议过度发动熟人筹款。

转发筹款链接时，自身以身作则，自己先捐款。

腾讯乐捐的一起捐，将一个大的目标进行分散化、琐碎化、化整为零化进行处理，这样可能会带来一些很意想不到的效果。

筹款链接一定不要群发，而且公益群一定要少发。

注意转发朋友圈的时间段，早上7点到8点，12点半到1点15分，6点到7点之间，睡前9点半到10点半甚至11点期间，把筹款连接转发到朋友圈，能够看到的人、能够刷到的人是相对会比较多的。

转发朋友圈之后，话语不要太长，拒绝千篇一律。

可以把筹款链接私发给朋友，带一句话，“您好我正在为这个项目进行筹款，如果您支持我的话，我可以写一段我们共同经历的过的事情，写一段共同的故事，就是让对方捐

款的同时能够得到一定的体验感，这也是做捐款人维护的一种技巧。

换换风格创造一个可爱的筹款二维码。在任何一个搜索引擎上搜索二维码转换器，二维码生成器都会出现大量的类似于这种海绵宝宝比较有特色的二维码。

找略有威望，有特殊群体的人做定制海报，也就是劝募海报。和朋友约定好，在一个时间段集中发，共同占领朋友圈，这样共同好友、彼此之间的共同好友一瞬在这个时间段看到好多的定制海报，他所进行的捐赠的可能性也会越来越大。

### 3、如何开拓陌生的群体进行筹款

第一，联合筹款共同执行。就是同一个项目我们共同的执行，拉更多的团队进来，共同去筹款，然后把各自的筹款摊到各个队伍，进行项目的执行。

第二个技巧是要利用好我地的一些大V公众号到作用，一般一个大V公众号，像一个城市50万粉丝以上的号是非常多的，还有100万粉丝的公众号在各地也是非常多的。不一定让这个公众号给咱们推头条，咱们可以让他给咱推第三条甚至第四条。可以做适当的预算用到大V公众号的推广。公众号的文案和图片一定要自己准备好。

