



VARAINHANKINTA

Yhdistystoiminta tänään - 14.1.2026



VARAINHANKINTATOIMISTO



Samuli Tarvainen

Yli 15 vuoden kokemuksella tiedän, miten varainhankinnasta rakennetaan menestystarina. Viimeisimpänä käynnistin Lääkärit Ilman Rajoja ry:n kasvustrategian: seitsemässä vuodessa löysimme yli 100 000 lahjoittajaa ja vuositulot nousivat lähes 7 miljoonaan euroon. Tuon saman strategisen osaamisen ja käytännön tekemisen yhdistelmän teidän käyttöönne, jotta hyvästä suunnitelmasta tulee mitattavia tuloksia ja kestävää kasvua.





VARAINHANKINTATOIMISTO

Sinulle, joka haluat kasvattaa
varainhankintaasi,
mutta jolla on liian vähän aikaa
ja resursseja tehdä se yksin.



Webinaarin jälkeen ymmärrät,
mitä on hyvä varainhankinta
ja miten siinä onnistutaan.



Väite #1: Totta vai tarua?

“Kun meidät tunnetaan,
ihmiset kyllä lahjoittavat.”

TARUA



varainhankinnassa
ei ole kyse rahasta
tai sinun järjestöstäsi

varainhankinnassa on kyse
lahjoittajan kokemuksesta,
että hän muuttaa maailmaa



VARAINHANKKIJAN AMMATTISALAISUUS

Miksi ihmiset lahjoittavat?

Koska heiltä pyydetään!



Väite #1: Totta vai tarua?

“Kun meidät tunnetaan,
ihmiset kyllä lahjoittavat.”

TARUA

Hyvä varainhankkija tietää, että
varainhankinta alkaa pyytämisestä.



Väite #2: Totta vai tarua?

“Vain näkyvät kampanijat
saavat ihmiset lahjoittamaan.”

OSIN TOTTA



*Miten me tarjoamme
tämän kokemuksen?*



varainhankinnassa on kyse
lahjoittajan kokemuksesta,
että hän muuttaa maailmaa



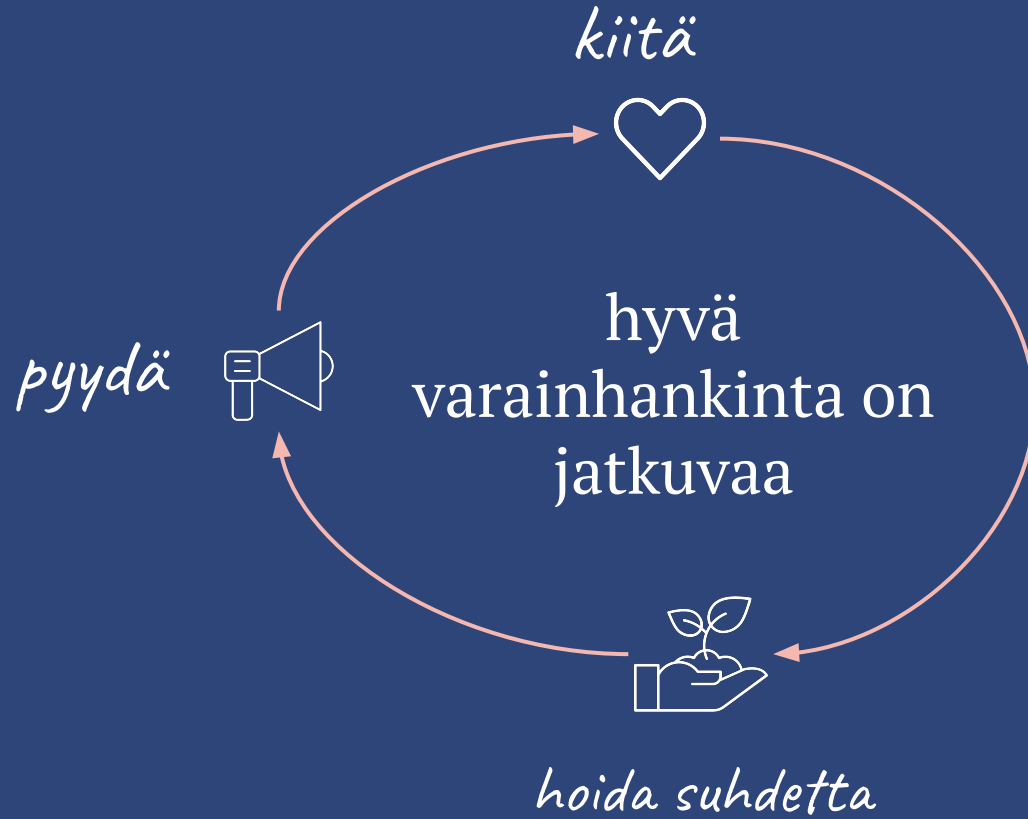
“

Se, että **joku antaa meille rahaa**
tarkoittaa varmaankin että **he haluavat**
antaa meille rahaa.

Pyydä uudelleen!



**HYVÄ
VARAINHANKINTA
EI OLE TEMPAUS**



Väite #2: Totta vai tarua?

“Vain näkyvät kampanjat
saavat ihmiset lahjoittamaan.”

TOSIN TOTTA

Hyvä varainhankkija tietää, että

kampanja on jäävuoren huippu,
hyvä varainhankinta on jatkuvaa.



Väite #3: Totta vai tarua?

“Kunhan ihmiset tietävät meidän
hyvästä työstä, he kyllä lahjoittavat.”

TARUA



Väite #3: Totta vai tarua?

“Kunhan ihmiset tietävät meidän
hyvästä työstä, he kyllä lahjoittavat.”

TARUA

Hyvä varainhankkija tietää, että
tunne maailman muuttamisesta
on paljon tärkeämpää.



Väite #4: Totta vai tarua?

“Lahjoittajat kyllästyvät helposti, siksi kannattaa puhua mahdollisimman monista aiheista.”

TARUA



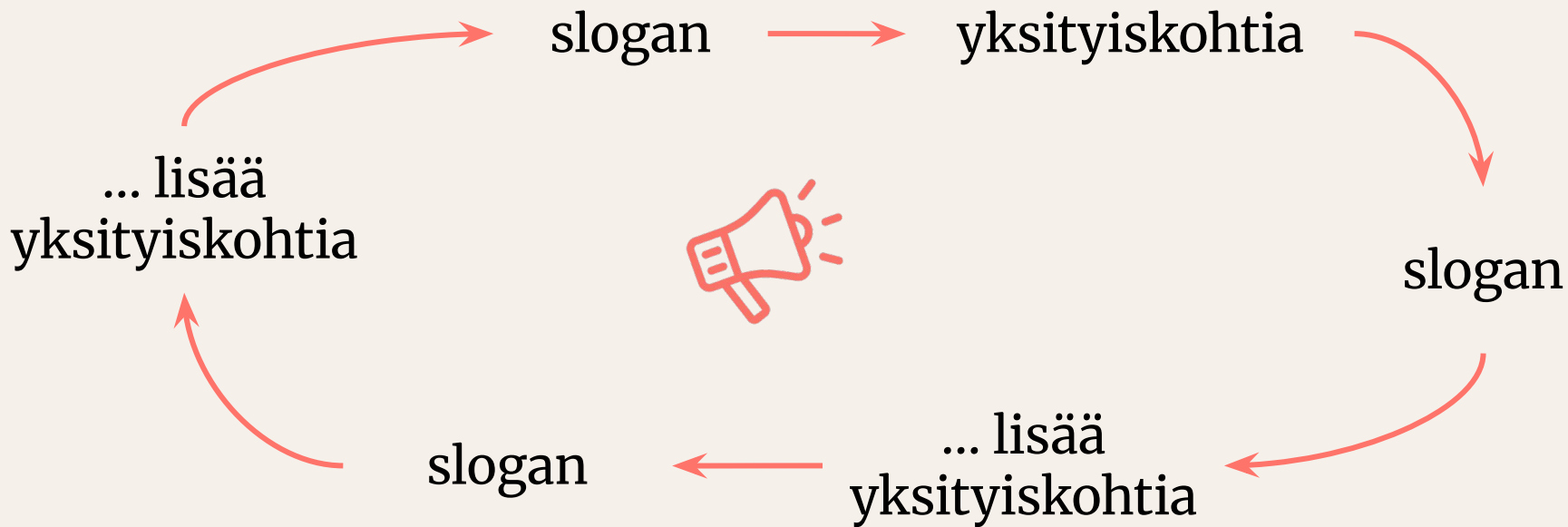
Lahjoittajasi elävät **infoähkyssä**,
eivätkä he **muista** mitään.



AJATTELE LEMPIKAPPALETTASI

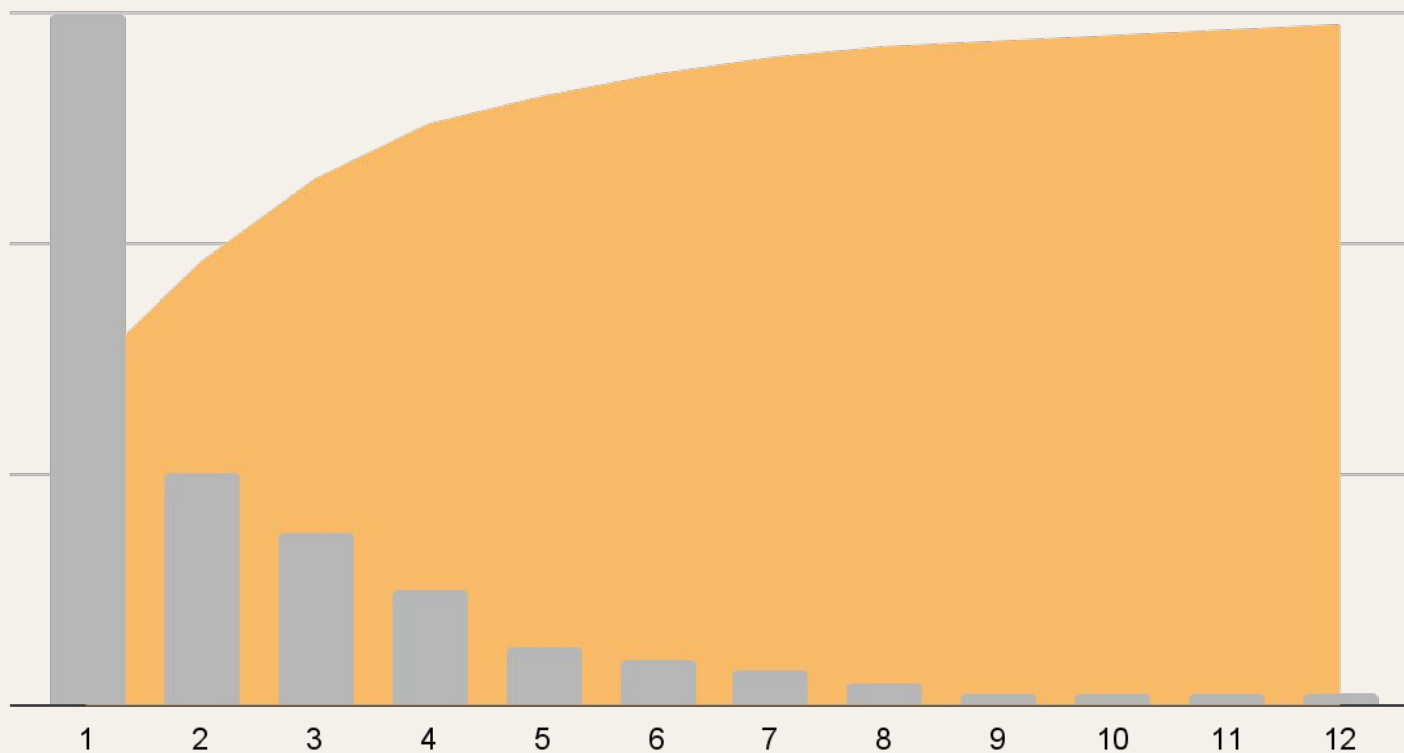






■ Oletetut reaktiot per yhteydenotto

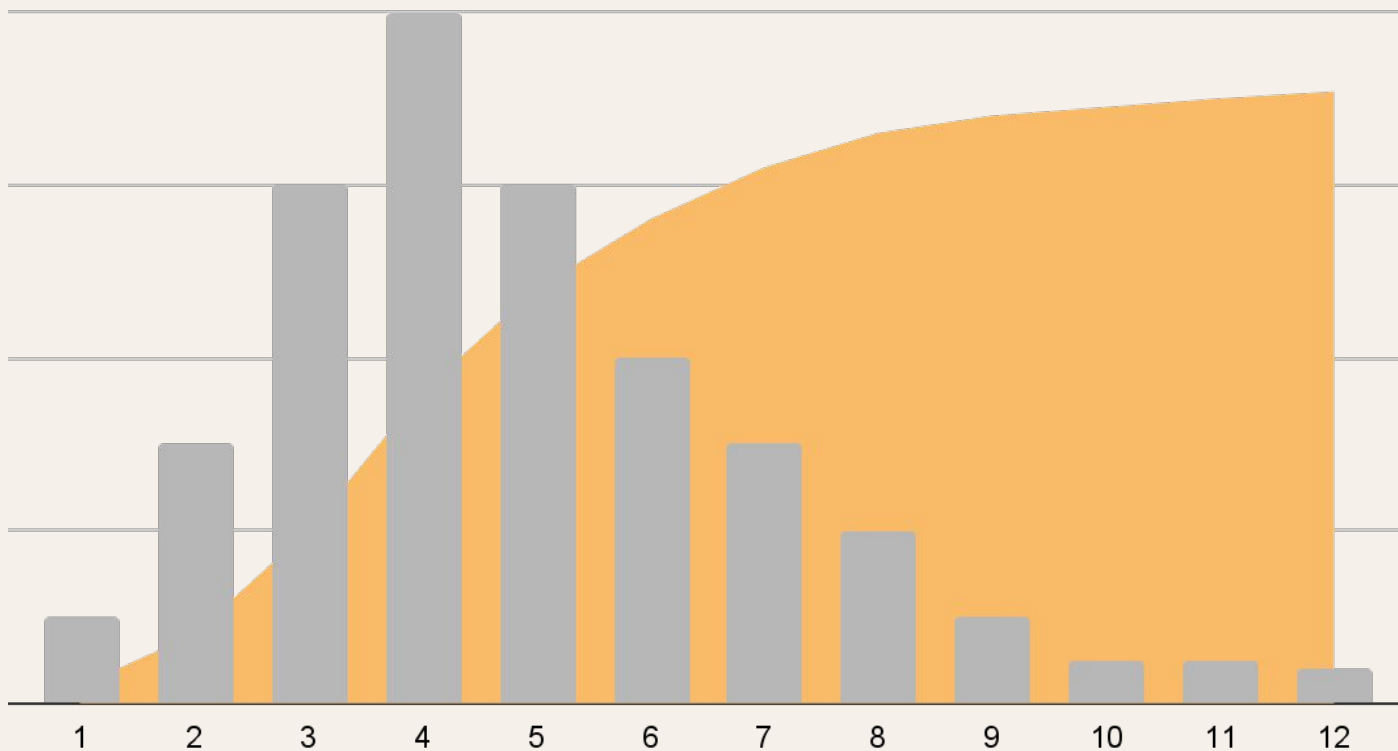
■ Oletetut reaktiot yhteensä



Yhteydenottojen määrä

Todelliset reaktiot per yhteydenotto

Todelliset reaktiot yhteensä



Yhteydenottojen määrä

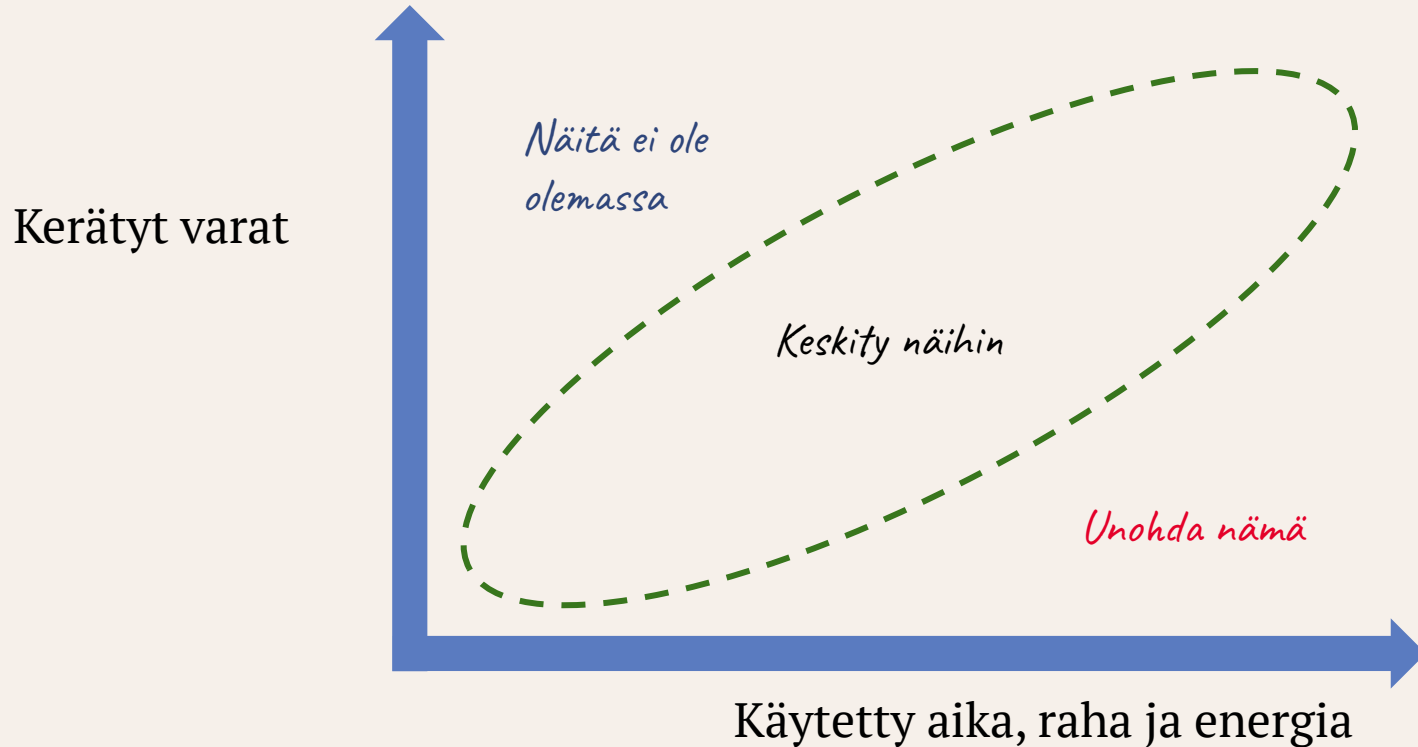
Väite #5: Totta vai tarua?

“Onnistumme kun löydämme
hyvän keräystavan - emme voi ole vielä
keksineet sitä loistavaa ideaa”



hanki enemmän lahjoituksia
tai
hanki uusia lahjoittajia

Varainhankintakeinojen valinta



Varainhankintakeinojen valinta





Potentiaalinen lahjoittaja



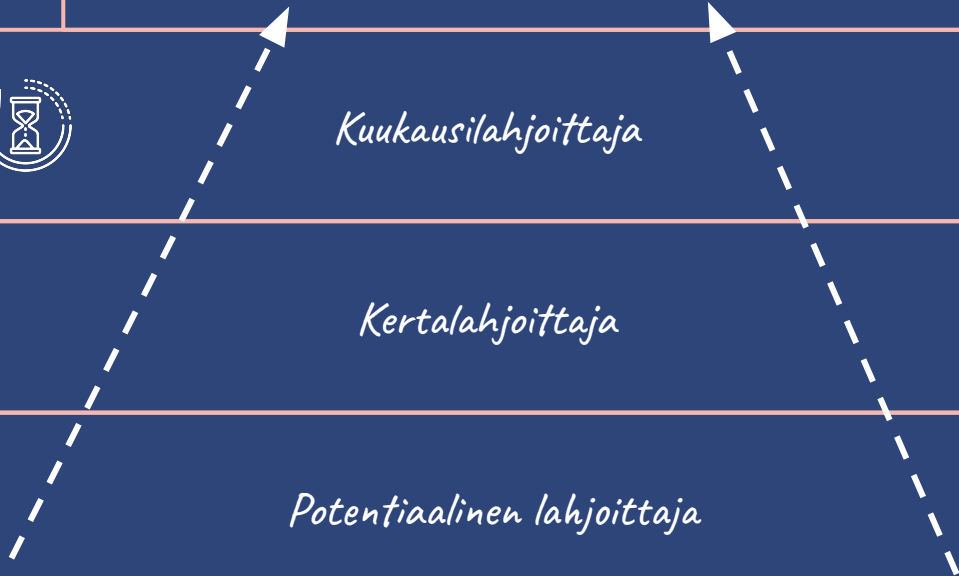
Kertalahjoittaja



Kuukausilahjoittaja



Testamenttilahjoittaja



Väite #5: Totta vai tarua?

“Onnistumme kun löydämme
hyvän keräystavan - emme voi ole vielä
keksineet sitä loistavaa ideaa”

Ammattitaitoinen varainhankkija tietää, että
toimivat keinot on olemassa.
Pyörää ei kannata keksiä uudestaan.



Väite #6: Totta vai tarua?

“Minä en koskaan pysähdy
juttulemaan feissarin kanssa.
Ei feissaus voi olla kannattava
tapa hankkia varoja.”

TARUA



On täysin ok,
jos feissaus ei ole sinun juttu.

On täysin ok,
jos puhelinmyynti ei ole sinun juttu.

On täysin ok,
jos **keräyskirjeet** ei ole sinun juttu.

varainhankinnassa
ei ole kyse rahasta
tai sinun järjestöstäsi
tai sinun mieltymyksistäsi

varainhankinnassa
kannattaa tehdä sitä,
mikä toimii.



Suuri osa uusista
lahjoittajista hankitaan
feissauksen, telemarkkinoinnin ja
keräyskirjeiden avulla.



Väite #6: Totta vai tarua?

“Minä en koskaan pysähdy
juttulemaan feissarin kanssa.
Ei toimi.”

TARUA

Ammattitaitoinen varainhankkija tietää, että
kannattaa tehdä sitä, mikä oikeasti toimii.



Väite #7: Totta vai tarua?

“Kuluprosentti
ei ole paras mittari
varainhankinnalle.”

TOTTA



Onko tämä jakolasku ...
vai sittenkin vähennyslasku?

	A	B
Kuluprosentti	10%	25%
Kulut	1,000 €	250,000 €
Tuotto	10,000 €	1,000,000 €
Netto	9,000 €	750,000 €

*Kumpi voi muuttaa
maailmaa enemmän?*



Jos haluat kasvaa, investoi vähintään

35–40 %

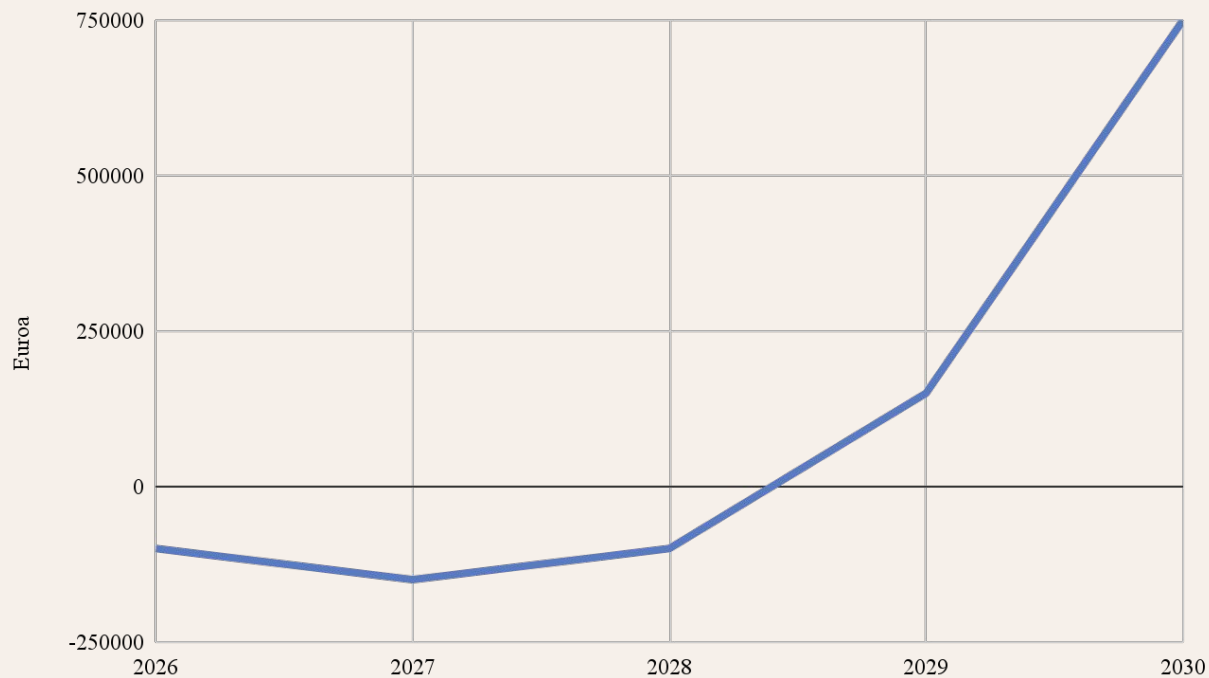
... silloin kun homma jo toimii.

Jos haluat aloittaa, investoi vähintään

75–150 %

... ja alussa todennäköisesti enemmän.

VARAINHANKINTA ON INVESTOINTI



“Mutta kun lahjoittajat välittävät
kuluprosentista.”

TARUA!

Lahjoittajat eivät valitse kohdetta
kuluprosentin perusteella.

(Frumkin & Kim 2001)

Väite #7: Totta vai tarua?

“Kuluprosentti
ei ole paras mittari
varainhankinnalle.”

TOTTA

Kokenut varainhankkija ymmärtää, että
varainhankinta on investointi.



Väite #8: Totta vai tarua?

“Eettisyys
on tärkeä tavoite
varainhankinnassa.”

LOSIIN TOTTA



Eri puolilla Pohjanmaata kierrelleet, kuuroiksi tekeytyneet varkaat on vangittu – uhreja epäillään olevan vielä lisääkin

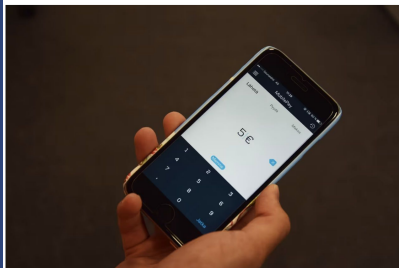
Pohjanmaan poliisilaitos on edennyt viime viikolla ilmi tulleiden varkauksien ja rahankeräysrikosten tutkimisessa.



Poliisi on edistynyt tutkimisessa ja epäillyt varkaat on vangittu. Kuva: Toni Pitkänen / Yle

Erilaisia avustuseräyksiä on polkaistu nyt paljon pystyyn – lue, miten tunnistat keräyksen laillisuuden ja voit aloittaa sellaisen itsekin

Rahankeräys on luvanvaraista. Luvan myöntää Poliisihallitus, enintään 10 000 euron pienkeräyksissä poliisi.



Puhelinmaksupalvelut, esimerkiksi MobilePay, on yksi tapa kerätä rahaa. Poliisin mukaan palvelun kautta tullut raha tulee tilittää varsinaiselle rahankeräystilille, jos se on ole suoraan lähtetty siihen. Arkistokuva. Kuva: Yle/Björn Udd

Varo näitä puheluita – yksi kysymys sai epäilyttävän soittelijan lyömään luurin korvaan

Rahaa kerätään puhelimitse hyvältä kuulostaviin tarkoituksiin, mutta huijarit voi paljastaa parilla kysymyksellä.

JAA TALLENNA KOMMENTIT



KUVA: COLOURBOX, IS

Perttu Pitkänen
13.9.2020 8:15 | Päivitetty 13.9.2020 16:00

YLI 70-VUOTIAAN rouvan puhelin soi. Kohtelias nuori nainen linjan toisessa päässä kertoi keräävänsä rahaa koulukiusattujen tueksi tehtävään työhön.

Tunnettu ukrainalaisten auttaja tuomittiin rahankeräysrikoksesta – haali lahjoituksina lähes 80 000 euroa

Timo Kangastie ei käräjäoikeuden mukaan hakenut rahankeräyslupaa tai tehnyt pienkeräysilmoitusta. Oikeus jätti hänet kuitenkin ilman rangaistusta.



Arkistovideoilla Timo Kangasniemi kertoo avustusmatkoistaan Ukrainaan. Video on kuvattu kesällä 2022. Video: Oleksandr Kolosov, Maxim Fedorov / Yle

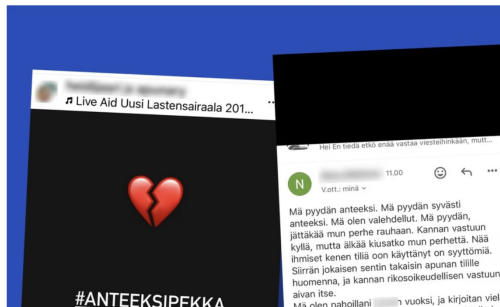
MÄRJÄNTTI ANU HURME

11.4.2024 15:52

Somessa levisi riipaiseva tarina ”Pekasta” – nyt ”äiti” myöntää valehdelleensa

Rahankeräys | ”Äidin” sähköpostista lähetettiin tunnustusviesti avustusyhdistyksen puheenjohtajalle.

Tilaa jille



Poliisi epäilee rahankeräysrikosta Anteeksi Pekka -tapauksessa

Rikosepäilyt | Poliisi sai esiselvityksen valmiiksi.

STT

20.3. 10:01 | Päivitetty 20.3. 10:05

HELSINGIN poliisi on saanut valmiiksi Anteeksi Pekka -päivitykseen liittyvän esiselvityksen ja päättänyt aloittaa asiassa esitutkinnan. Poliisin mukaan tapauksessa on syytä epäillä rahankeräysrikosta.

Apuna ry -niminen järjestö oli julkaissut Facebook-ryhmässään päivityksen, jossa kerrottiin koulukiusatusta ja itsemurhaan päätyneestä Pekasta. Poliisin mukaan päivityksessä vedottiin yleisöön rahan saamiseksi, vaikka ryhmän ylläpitäjällä ei ole ollut voimassa olevaa rahankeräyslupaa eikä pienkeräysilmoitusta ollut tehty.



Tarvelähtöinen varainhankinta lähtee aidosta tarpeesta ja tavoitteesta, ei hyväntekeväisyydestä. Tarve ohjaa miten kerätyt varat käytetään - ei lahjoittaja.



Tuloksellinen varainhankinta on tehokasta, tavoitteellista ja mitattavaa. Tuloksellisuuden määritelmä riippuu nykytilasta ja tavoitteesta - esimerkiksi kulusuhteeseen ei kannata takertua.



Vastuullinen varainhankinta on varainhankinnan eettistä ja lainmukaista toteutusta. Sen avulla varmistetaan läpinäkyvyys, rehellisyys, laillisuus sekä kunnioitetaan lahjoittajia ja avun saajia.

Väite #8: Totta vai tarua?

“Eettisyys
on tärkeä tavoite
varainhankinnassa.”

LOSIIN TOTTA

Kokenut varainhankkija ymmärtää, että

varainhankinnan pitää olla sekä tarvelähtöistä,
tuloksellista että vastuullista.



Väite #9: Totta vai tarua?

“Varainhankinta
on kaikkien
vastuulla.”

OSIN TOTTA



Kertomus neljästä järjestöaktiivista:
Joku, Jokainen, Kukaan ja Kukatahansa.

Järjestössä piti käynnistää varainhankinta, ja **Jokainen** oli varma, että **Joku** hoitaisi sen. **Kukatahansa** olisi voinut ottaa varainhankinnan vastuulleen, mutta **Kukaan** ei tehnyt sitä. Tästä **Joku** suuttui, koska varainhankinta oli **Jokaisen** vastuulla.

Jokainen ajatteli, että **Kukatahansa** voisi hyvin hoitaa varainhankintaa oman toimensa ohella, mutta **Kukaan** ei ymmärtänyt, että **Jokainen** ei osannutkaan tehdä varainhankintaa. Lopulta kävi niin, että **Joku** syytti **Jokaista**, sillä **Kukaan** ei toteuttanut varainhankintaa, jonka **Kukatahansa** olisi voinut tehdä.



Yhteinen vastuu ei ole
kenenkään vastuu.
Roolien pitää olla selkeät.



Roolit



Hallitus mahdollistaa varainhankinnan resurssit sekä tukee tarvittaessa muutoksen johtamisessa.



Johto tarjoaa varainhankinnalle selkeät puitteet, mutta ei puutu operatiivisiin valintoihin.



Varainhankkija tuo osaamisensa päätöksentekoon ja vastaa viime kädessä toteutuksesta.

Väite #9: Totta vai tarua?

“Varainhankinta
on kaikkien
vastuulla.”

KOSIN TOTTA

Kokenut varainhankkija ymmärtää, että
roolien pitää olla selkeät.



Väite #10: Totta vai tarua?

“Varainhankinta
on vaikeaa.”

TOTTA



**HYVÄ
VARAINHANKINTA
ON VAIKEAA**

hyvä
varainhankinta
on ammattimaista



Mainonta

Kampanjasuunnittelu ja toteutus
Integroidut kampanjat (multi-channel)
Vetoomukset ja varainhankintakirjeet
Uuslahjoittajahankinta
Joulukampanjat ja sesonkikeräykset
DRTV ja TV-gaalat
Tekstiviestikampanjat
Digitaalinen varainhankinta
Säännöllisen lahjoittamisen kampanjat
Konversioiden optimointi
Testaaminen ja A/B-testit
Markkinoinnin automaatio
Luova suunnittelu ja konseptointi
Brändin rakentaminen
Tunnettuuden kasvattaminen

Strateginen ja taloudellinen osaaminen

Varainhankintastrategia
Tavoitteiden asettaminen ja seuranta
Budjetointi
Ennusteet ja skenaariot
Investointilaskelmat
Tulosjohtaminen
Portfolion hallinta
KPI-mittarit ja raportointi
Riskienhallinta
Compliance ja sisäinen valvonta
Rahankeräyslaki ja muu sääntely
Skenaariosuunnittelu
Tavara lahjoitusten hallinta
Tuotemyynti ja arpajaiset
Taloushallinto ja kustannuslaskenta

Viestintä

Mahdollisuusviestintä
Sisällöntuotanto eri kanaviin
Viestinnän suunnittelu ja koordinointi
Bränditarinan rakentaminen
Lahjoittajaviestintä
Kiitos- ja jälkimarkkinointiviestit
Digisällöt (blogit, videot, some)
PR ja median hyödyntäminen
Yhteensopivuus viestintästrategian kanssa

Data, analytiikka ja tutkimus

Data-analyysi ja raportointi
Lahjoittajasegmentointi
Ennustemallit (retention, konversio)
KPI-seuranta
Tietosuoja ja GDPR
CRM-järjestelmien hallinta
Järjestelmäintegraatiot
Dashboardien rakentaminen
Markkinatutkimukset ja trendiseuranta
Lahjoittajatutkimukset
Testaaminen ja analysointi

Lahjoittajakokemuksen suunnittelu

Lahjoittajapolkujen suunnittelu
Lahjoittajaymmärrys ja motivaatio
Lahjoittajasuhteen hoitaminen
Kiittäminen ja tunnustaminen
Lahjoittajapysyvyys
Lahjoittajatytyväisyys
Lojaliteetin kasvattaminen
Lahjoittajapalvelu
Hoitomallit eri segmenteille
Lahjoittajatutkimukset ja palautteen hyödyntäminen
Testamentti varainhankinta
Matched giving ja round-up -ohjelmat

Mitä on varainhankinta?

Myynti ja myynnin johtaminen

Televarainhankinta (puhelinvarainhankinta)
Feissaus ja oivavarainhankinta
Lipaskeräykset
Verkkopalvelut ja lahjoitusseivustot
CRM:n hyödyntäminen kanavissa
Yritysvarainhankinta ja B2B-myynti
Kumppanuusien rakentaminen
Rojalti- ja lisenssiyhteistyöt
Suurlahjoitusten hankinta
P2P-varainhankinta ja joukkorahoitus
Vapaaehtoisten koordinoiti kanavissa

Teknologia ja prosessit

CRM-kehitys ja ylläpito
Prosessikehitys ja automaatio
Maksuliikenne ja lahjoituslaskut
Verkkopalvelujen optimointi
Järjestelmäintegraatiot (esim. maksut, sähköpostit, analytiikka)
Sähköpostimarkkinointi
Kanavien ja kampanjojen tekninen toteutus
Tietoturva ja GDPR-prosessit
Logistiikan ja hankinnan hallinta

Suhde- ja verkostojohtaminen

Kumppanuusien kehittäminen
Yritysyhteistyö
Suurlahjoittajatyö
Sidosryhmytyö ja lobbau
Sisäinen yhteistyö eri yksiköiden kanssa
Vapaaehtoisten koordinoiti ja motivoiti
Mahdollisuusviestintä ja edunvalvonta
Sisäiset vastuut ja päätöksenteko
Sopimusneuvottelut ja -juridiikka

- Kampanjasuunnittelu ja toteutus
- Integroidut kampanjat (multi-channel)
- Viestimukset ja varainhankintakirjeet
- Uusilajittajahankinta
- Joulukampanjat ja sesonkikeräykset
- DRTV ja TV-gaalat
- Tekstiviestikampanjat
- Digitaalinen varainhankinta
- Säännöllisen lahjoittamisen kampanjat
- Konservoiden optimointi
- Testaaminen ja A/B-testit
- Markkinoinnin automaatiot
- Luova suunnittelu ja konseptointi
- Brändin rakentaminen
- Tunnettuuden kasvattaminen

- Data-analyysi ja raportointi
- Lahjoittajasegmentointi
- Ernustemallit (retention, konversio)
- KPI-seuranta
- Tietosuoja ja GDPR
- CRM-järjestelmien hallinta
- Järjestelmäintegraatit
- Yhteistyömarkkinointi

- Lahjoittajapolkujen suunnittelu
- Lahjoittajaymmärrys ja motivaatio
- Lahjoittajasuhteen hoitaminen
- Kittäminen ja tunnustaminen
- Lahjoittajapysyvyys
- Lahjoittajatytyväisyys
- Lojaliteetin kasvattaminen
- Lahjoittajapalvelu
- Hoitomallit eri segmenteille
- Lahjoittajatuokmukset ja palautteen hyödyntäminen
- Testamenttivarainhankinta
- Matched giving ja round-up -ohjelmat

- Varainhankintastrategia
- Tavoitteiden asettaminen ja seuranta
- Budjetointi
- Ennusteet ja skenaariot
- Investointilaskelma
- Tulosjohtaminen
- Portfolion hallinta
- KPI-mittarit ja raportointi
- Risikienhallinta
- Compliance ja sisäinen valvonta
- Rahankeräyslaki ja muu sääntely
- Skenaariosuunnittelu
- Tavaralahjoitusten hallinta
- Tuotemyynti ja arpaajaiset
- Taloushallinta ja kustannuslaskenta

- Mahdollisuusviestintä
- Sisällöntuotanto eri kanaviin
- Viestinnän suunnittelu ja koordinoiti
- Bränditarinan rakentaminen
- Lahjoittajaviestintä
- Kiitos- ja jälkimerkinnöiviestit
- Digisisällöt (blogit, videot, some)
- PR ja median hyödyntäminen
- Yhteensopivuus viestintästrategian kanssa

- CRM-kehitys ja ylläpito
- Prosessikehitys ja automaatio
- Maksuliikenne ja laitoituslajustukset
- Verkkopalvelujen optimointi
- Järjestelmäintegraatiot (esim. maksut, sähköpostit, analytiikka)
- Sähköpostimarkkinointi
- Kanavien ja kampanjoiden tekninen toteutus
- Tietoturva ja GDPR-prosessit
- Logistiikan ja hankinnan hallinta

- Keskustelualueiden kehittäminen
- Yritysyhteistyö
- Suurlahjoittajatyö
- Sidosryhmätyö ja lobbaukset
- Sisäinen yhteistyö eri yksiköiden kanssa
- Vapaaehtoisten koordinointi ja motivointi
- Mahdollisuusviestintä ja edunvalvonta
- Sisäiset vastuut ja päätöksentekot
- Sopimusneuvottelut ja -juridiikka

[illegible]

Mainonta

Kampanjasuunnittelu ja toteutus
Integroidut kampanjat (multi-channel)
Vetoomukset ja varainhankintakirjeet
Uusilahjoittajahankinta
Joulukampanjat ja sesonkikeräykset
DRTV ja TV-gaalat
Tekstiviestikampanjat
Digitaalinen varainhankinta
Säännöllisen lahjoittamisen kampanjat
Konversioiden optimointi
Testaaminen ja A/B-testit
Markkinoinnin automaatio
Luova suunnittelu ja konseptointi
Brändin rakentaminen
Tunnettuuden kasvattaminen

Strateginen ja taloudellinen

Varainhankintastrategia
Tavoitteiden asettaminen ja seuraaminen
Budjetointi
Ennusteet ja skenaariot
Investointilaskelmat
Tulosjohtaminen
Portfolion hallinta
KPI-mittarit ja raportointi
Riskienhallinta
Compliance ja sisäinen valvonta
Rahankeräyslaki ja muu sääntely
Skenaariosuunnittelu
Tavaralahjoitusten hallinta
Tuotemyynti ja arpajaiset
Taloushallinto ja kustannuslaskenta

Viestintä

Mahdollisuusviestintä
Sisälöntuotanto eri kanaviin
Viestinnän suunnittelu ja koordinointi
Bränditarinan rakentaminen
Lahjoittajaviestintä
Kiitos- ja jälkimarkkinointiviestit
Digisisällöt (blogit, videot, some)
PR ja median hyödyntäminen
Yhteensopivuus viestintästrategian kanssa

Data, analytiikka ja tutkimus

Data-analyysi ja raportointi
Lahjoittajasegmentointi
Ennustemallit (retention, konversio)
KPI-seuranta
Tietosuoja ja GDPR
CRM-järjestelmien hallinta
Järjestelmäintegraatiot

Lahjoittajakokemuksen suunnittelu

Lahjoittajapolkujen suunnittelu
Lahjoittajaymmärrys ja motivaatio
Lahjoittajasuhteen hoitaminen
Kiittäminen ja tunnustaminen
Lahjoittajapysyvyys
Lahjoittajatytytyvyys
Käsitteiden kasvattaminen
Lahjoittajapalvelu
Yhteistyö eri segmentteille
Palautteiden hyödyntäminen
Talentti- ja varainhankinta
Giving ja round-up -ohjelmat

TUNTEE

PALJON

RAHAA!

VARAINHANKINTA

ON

E

Johtaminen

Varainhankinta)
Varainhankinta
Keskustelut
Kopavien ja joitussivustot
Kannun hyödyntäminen kanavissa
Svarainhankinta ja B2B-myynti
Kampanjuksien rakentaminen
Kampanjuksien ja lisenssiyhteistyöt
Kampanjuksien hankinta
Kampanjuksien ja joukkorahoitus
Kampanjuksien koordinoiti kanavissa

Kustajohtaminen

Kampanjuksien kehittäminen
Yritysyhteistyö
Suurlahjoittajat
Sidosryhmätyö ja lobbies
Sisäinen yhteistyö eri yksiköiden kanssa
Vapaaehtoisten koordinoiti ja motivoiti
Mahdollisuusviestintä ja edunvalvonta
Sisäiset vastuut ja päätöksenteko
Sopimusneuvottelut ja -juridiikka

Kampanjasuunnittelu ja toteutus
Integroidut kampanjat (multi-channel)
Vetoomukset ja varainhankintakirjeet
Uuslahjoittajahankinta

- Joulukampanjat ja sesonkikeräykset
- DRTV ja TV-gaalat
- Tekstiviestikampanjat
- Digitaalinen varainhankinta
- Säännöllisen lahjoittamisen kampanjat
- Konversioiden optimointi
- Testaaminen ja A/B-testit
- Markkinoinnin automaatio
- Luovien ratkaisujen kehittäminen ja konseptointi

Data-analyysi ja raportointi
Lahjoittajasegmentointi
Järjestelmällit (retention, konversio)
Seuranta

100

- Lahjoittajapolkujen suunnittelu
- Lahjoittajaymmärrys ja motivaatio
- Lahjoittajasuhteen hoitaminen
- Kiittäminen ja tunnustaminen
- Lahjoittajapysyvyys
- Lahjoittajatytytäväisyys
- Yhteistyönä kasvataminen
- Lahjoittajapalvelu
- toimallit eri segmentteille
- rukset ja palautteen hyödyntäminen
- tamentivarainhankinta
- giving ja round-up -ohjelmat

T



Ra

- Mahdollisuusviestintä
- Sisällöntuotanto eri kanaviin
- Viestinnän suunnittelu ja koordinointi
- Bränditarinan rakentaminen
- Lahjoittajaviestintä
- Kiitos- ja jälkemarkkinointiviestit
- Digisällöt (blogit, videot, some)
- PR ja median hyödyntäminen
- Yhteensopivuus viestintästrategian kanssa

KUNNIA

- Sähköpostimarkkinointi
- Kanavien ja kampanjoiden tekninen toteutus
- Tietoturva ja GDPR-prosessit
- Logistiikan ja hankinnan hallinta

taminen

varainhankinta)
hankinta
set
oitussivustot
en kanavissa
a B2B-myynti
kentäminen
yhteistyöt
hankinta
joukkorahoitus
ointi kanavissa

Amminen

Sisäiset vä
Sopimusneuvottelut



Amaran laki pätee varainhankintaan

Yliarvioimme lyhyen aikavälin vaikutuksen,
mutta aliarvioimme pitkän aikavälin merkityksen.



Väite #10: Totta vai tarua?

“Varainhankinta
on vaikeaa.”

TOTTA

Kokenut varainhankkija ymmärtää, että

varainhankinta vaatii osaamista ja tukea johdolta.
MUTTA se ei ole salatiedettä.



Miten onnistut kasvussa?
viiden aineksen
menestysresepti



1. Viesti ongelmasta, älä järjestöstä.
2. Luo kokemus, älä puhu itselle.
3. Investoi, älä etsi pikavoittoja.
4. Tee tuloksia, älä puuhastele.
5. Luota ammattilaisiin, älä mutuun.



PIKATESTI



Kysymykset

1. Puhutaanko ongelmasta?
2. Tuntuuko lahjoittaminen merkitykselliseltä?
3. Panostetaanko pitkäjänteisesti?
4. Tavoitellaanko oikeita tuloksia?
5. Onko osaamista ja luotetaanko siihen?

Pisteytä jokainen kysymys ...

0 – Ei, tämä on meille uutta.

1 – Ei, mutta tunnistamme tärkeyden.

2 – Kyllä, näkyy arjessa.

3 – Kyllä, tässä olemme vahvoja.

... ja laske pisteet yhteen (0-15 pistettä).



0–4

Aloittava

Varainhankinta on alkuvaiheessa. Perustuu enemmän tekemiseen kuin strategiaan.

5–8

Kehittyvä

Perusasiat ovat tunnistettu, mutta johdonmukaisuus puuttuu.

9–12

Vakiintuva

Varainhankinta on käynnissä, mutta kehitettävää on.

13–15

Vaikuttava

Varainhankinta on selkeä vahvuus.

samuli@viretoimisto.fi
045-78342433





VARAINHANKINTATOIMISTO