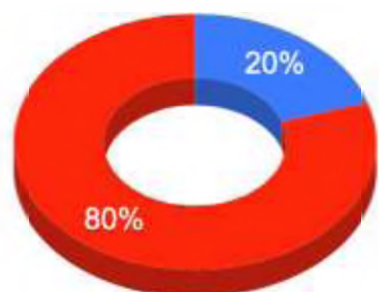


Оптимізація маркетингового бюджету неприбуткової організації

Костенко Софія Тарасівна, МП-1 Маркетинг НаУКМА

Маркетинговий бюджет благодійної організації ретельно проходить моніторинг етичними принципами працівників та волонтерів, наглядовою радою організації, суспільством та контролюючими органами влади.



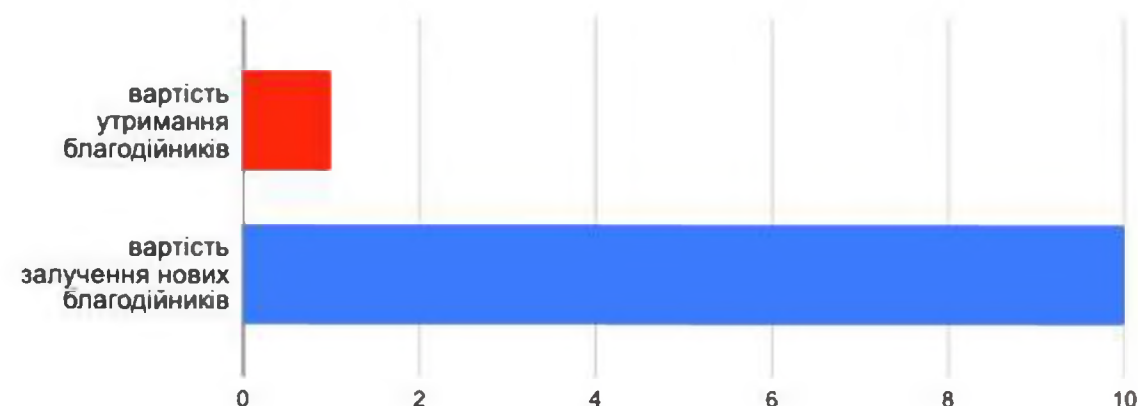
За Законом України «Про благодійну діяльність та благодійні організації» на адміністративні витрати може бути використано не більше 20% надходжень

Під час аналізу останніх публікацій благодійного сектору помічаємо два тренди росту:

- підписка на регулярну допомогу, ефективність якої підтверджується статистикою: доля благодійників, підписаних на регулярну допомогу, більша у більших організацій



- утримання благодійників, яке коштує компанії в середньому від 4 до 10 разів менше, ніж залучення нових клієнтів



Стратегія утримання благодійників здатна оптимізувати абсолютні маркетингові витрати неприбуткової організації, раніше виділені на залучення нових клієнтів.

В цей час просування опції підписки на щомісячну допомогу здатне зменшити частку маркетингових витрат за рахунок збільшення загальної кількості надходжень до бюджету благодійної організації.

