

Inhalt

Vorwort.....	5
1 Einleitung.....	13
2 Recht, Ethik und Leitlinien.....	19
2.1 Rechtliche Voraussetzungen.....	19
2.2 Wettbewerbsrecht (UWG).....	20
2.3 Datenschutz.....	22
2.4 Ethik.....	24
2.5 Der Qualitätszirkel Telefon-Fundraising.....	25
3 Die Rahmenbedingungen.....	27
3.1 Das Telefon im Relationship Fundraising.....	27
3.1.1 Individuelles Relationship Fundraising.....	29
3.1.2 Telefon-Fundraising und der Servicegedanke.....	30
3.2 Verortung in der Organisation oder Outsourcing?.....	31
3.3 Datenbanken im Telefon-Fundraising.....	36
3.4 Institutional Readiness für Telefon-Fundraising.....	37
3.5 Reason to Give und Case of Support.....	38
3.6 Der ideale Telefon-Fundraiser.....	39
4 Kommunikationsregeln und Stimmeinsatz.....	41
4.1 Grundlagen der telefonischen Kommunikation.....	41
4.2 Dos und Don'ts der Telefon-Kommunikation.....	46
4.2.1 Grundsätzliches für jedes Telefongespräch.....	46
4.2.2 Was Sie im Spendertelefonat vermeiden sollten.....	52
4.3 Der richtige Einsatz der Stimme.....	52
4.4 Fragetechniken.....	57

5	Outbound: Script und Gesprächstechniken	61
5.1	Script-Strategien und ihre Umsetzung.....	62
5.2	Phasen des Spendengesprächs	68
5.2.1	Identifizierung des relevanten Ansprechpartners.....	69
5.2.2	Begrüßung und Vorstellung	71
5.2.3	Vorstellung des Anrufgrundes/Case of Support	74
5.2.4	Die Spendenfrage	78
5.2.5	Argumentation.....	85
5.2.6	Spendenvereinbarung.....	95
5.2.7	Verabschiedung	98
5.3	Das ideale Gespräch im Script.....	101
5.4	Das Precall-Mailing	102
5.5	So vermeiden Sie Fehler im Telefon-Fundraising	103
5.6	Best Practice: Die Hand am Telefon, im Kopf die Spendersicht..	105
	<i>von Danielle Böhle (Goldwind)</i>	
6	Outbound: Kampagnenarten und ihre Ablaufsystematik.....	115
6.1	Kampagnenarten	115
6.1.1	Spendergewinnung	115
6.1.2	Unternehmensgewinnung	115
6.1.3	Spendenerhöhung	116
6.1.4	Spenderrückgewinnung	116
6.1.5	Mitglieder-Rückgewinnung und -Aktivierung	116
6.1.6	Klärung bei Rücklastschriften	117
6.1.7	Großspenderbetreuung	117
6.1.8	Neuspenderbegrüßung	117
6.1.9	Dauerspenderwandlung	118
6.1.10	Spendendank, Kuschelcalls und Zufriedenheitsbefragungen.....	118
6.1.11	Adressqualifizierung	119
6.1.12	Stiftungsgewinnung.....	119
6.1.13	SMS-Kampagnen.....	119
6.2	Der Ablauf von Kampagnen.....	120
6.3	Anrufzeiten und -längen	122
6.4	Best Practice: Erfolgreiches Telefon-Fundraising in der Praxis...	123
	<i>von Klemens Karkon (NABU)</i>	

7	Inbound	127
7.1	Der Servicegedanke und die Servicehotline	127
7.2	Die häufigsten Fehler bei eingehenden Anrufen	132
7.2.1	Die persönliche Einstellung	132
7.2.2	Kleiner Refresher-Kurs: So bitte nicht!	133
7.3	Inbound-Gesprächsphasen	134
7.4	Inbound-Gesprächsarten	137
7.4.1	Spendenhotline	137
7.4.2	Servicenummern	138
8	Das Beschwerdemanagement als Chance	141
8.1	Tipps für Ihr Beschwerdemanagement	143
8.2	Der optimale Ablauf von Beschwerdegesprächen	145
8.3	Was tun bei Beleidigungen?	150
9	Technik im Fundraising-Service-Center (Call Center)	151
9.1	Erreichbarkeit ist erwünscht	152
9.2	Wichtige technische Funktionen im Fundraising-Service-Center	152
9.2.1	Automatische Rufnummernerkennung (ANI, Automatic Number Identification) und Computer Telephone Integration (CTI)	153
9.2.2	Dienst zur Identifizierung gewählter Rufnummern (DNIS, Dialed Number Identification Service)	154
9.2.3	Dynamische Netzwerkweiterleitung	154
9.2.4	Automatische Anrufverteilung (ACD, Automatic Call Distribution)	155
9.2.5	Predictive Dialer	156
9.2.6	Interaktives Sprachsystem (IVR, Interactive Voice Response) ...	156
9.2.7	CRM-Technologie	157
10	Telefon-Fundraising-Teams leiten	159
10.1	Unterstützung und Einzel-Feedback	161
10.2	Lob und Wertschätzung	162
10.3	Qualitätsmanagement und -kontrolle	163

11	Fazit	167
	Literatur	169
	Stichwortverzeichnis	171
	Der Autor	175

Telefon-Fundraising

Effektive Spendengewinnung und Spenderbetreuung in
der Praxis

Steiner, O.

2013, XII, 163 S., Hardcover

ISBN: 978-3-8349-4098-8