

NAMES 2018

The Role of Communication in Individual Fundraising

The Children's Museum Jordan

Laith Al-Sous

Development and Fundraising Manager



Our visitors in 2017

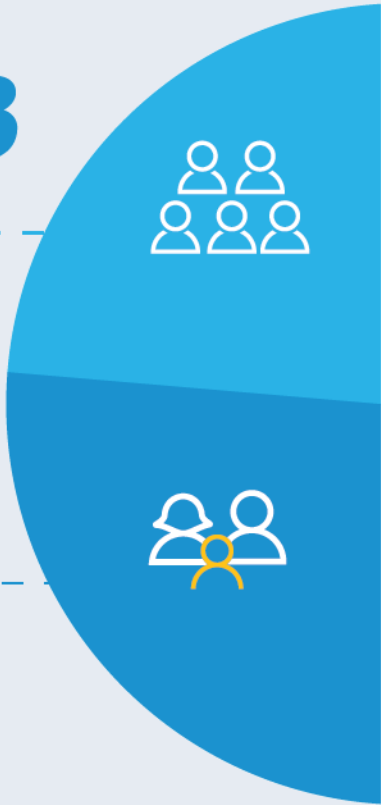
299,020

Subsidized and free access

150,973

Schools and groups
71,663

Families
79,310



Regular admissions

148,047

Schools and groups
52,262

Families
90,817

Birthdays and facilities rentals
4,968



Fundraising VS Sales

- **Individual fundraising** is similar to a **selling process**.
- **Selling** involves a **good, service or idea**.
- **Individual fundraising** revolves around a certain **cause or idea**.
- Causes and ideas are not goods with clear-cut characteristics, or services with distinctive experiences.
- A cause or idea may not be of a direct value to the buyer as is a good or service.

**So, how can we present and sell any
product?**

The Fundamentals

- 1- Define your target segment** of customers
- 2- Devise a valuable product:** with a competitive advantage that fits your target segment needs or wants and reflects your identity
- 3- Communication:** to enable your audience to understand the content/product you are selling (Wording, Packaging, Design..etc)
- 4- Make sure you provide after sales services** to win the trust and loyalty of your customer

**That is exactly what we did in our
Museum's Individuals' Fundraising
Campaign in 2017...**

1- Define your target segment of customers

Businessmen and women, and society ladies
(i.e. philanthropy and not corporate fundraising CSR)

2- Devise a valuable product: with a competitive advantage that fits your target segment needs or wants and reflects your identity

A boomerang with a letter



الرقم: من ٢٠١٢ / ٢٢٧
التاريخ: ١ أيار ٢٠١٢

مخالة السيد: _____
محل: - الأبن

تعبئة مليحة من متحف الأطفال الأبن.

التعبئة أساس المنتجات المصنعة التي لا تسمى بواحدة. هو القردة الحقيقية التي تشبه ألبا النول لتتلف على تعبئتها، وتكونه الفن الإبداعي والمخترين وتكونه مخترعه ومخترته التي باتت يعرفها طيفا جميعا.

أر تعد منتجاتنا المصنعة تعبئة جيد المصنوع والمستقل، الفنون الإبداعية والمخترين مختلف جدا. ومن واقع الحال، لهذا أصبحتنا نطلب بأن جودة المنتجات التعليمية ليست مكررة بل مبدعة بمرحلة تعليم جديدا، محدودة بوضع سنوات، بمخاطبات متنوعة، وشبهات مختلفة على المناهج التعليمية بدأ في السنة الأولى من العمر ولا يتغير أبدا، وقد تكون مرحلة التعليم الأساسي هي الأكثر صعوبة في عملية التعرف والتعبئة، فعليا نعلم حب أطفالنا للتعلم وننتج الفناء، أثار فضولهم، فبدأوا فترابهم ويكتشفوا مواضيعهم الحقيقية ويعتبرونها.

وقد بدأ بعد أنشأنا أثار أسئلة جوية، من أن ندرك وما هي أهم الأسس التي يجب أن نعلم بناتنا من جديد؟ أثار هذا الواقع، يمكن جودنا أن ندم أن أهم الأسس هو العمل على تنمية أبعاد في مسير. جودنا القدرة على الإبداع والابتكار - تخزين من أساليب التفكير التقليدي إلى أساليب جديدة خيالية. وأن تكون تلك التنمية شاملة قدر الاستطاعة وغير محدودة بل من الأطفال من هوهم. وبمساعدة وانتماس، أن ما سبق ذكره هو إلهامنا في متحف الأطفال الأبن، منذ أن تم تأسيسه بولاية من عائلة الشكوة رابعا الجهاد السبعة قبل ١٠ أعوام، كقوسية تعليمية غير ربحية.

كأول من الأطفال الذين بدأنا التمسك التي يوفروها متحف الأطفال الأبن معروضاته التفاعلية ورواياته وأشخصته العلمية والتعليمية، كما وكثفتها، وأخذنا من السورة فهم ويكتشفوا ويستندوا بها، ليكونوا مستقلا ما يربونه هو، لا ما نشده عليهم الظروف. كالأول من جفا الذين بدأنا دعمهم الأول أكثر من أي وقت مضى.

نحن ساء ربي في توفير فرصة لأطفالنا تعليم ظروف متعددة من الاستغناء من هذه التجربة التعليمية الفريدة فقد نزل فيه، فكلوا شهاد وأداء، ومخيلين ومخيلين وفهمين، كذا بداية الجيب، ومستقلنا بعدد عليهم. أو قد نكتفي بأن نوسم على وجههم لتأسيسه، نكتفينا بالتربية، وبصبرنا أبدأ؟

مع ألبا التعلات.

بدا هوهم
رئيس مجلس الإدارة
رئيس لجنة إدارة متحف الأطفال

سوسن النور
المندوبة العامة

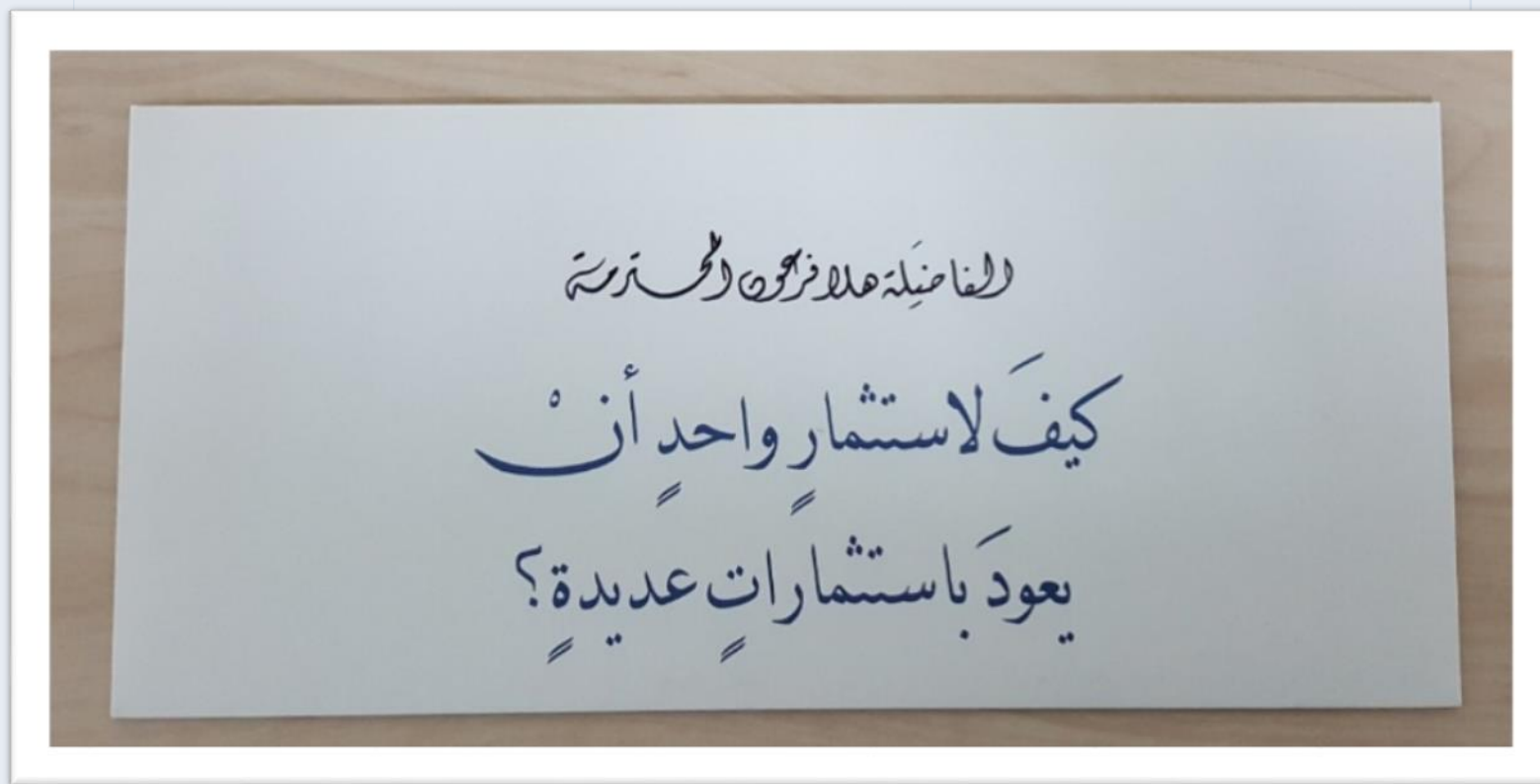
مشرفة: نجوى مكرمة كريمة التميمي، كما وبصحة وتواضع معا مبدعة كريمة كفاء ووزارة للتعليم والتعليم العالي على معرفتنا وروايتنا التعليمية.

3- Communication: to enable your audience to understand the content/product you are selling (Wording, Packaging, Design..etc)

Wording: We played on both **facts** and **emotions**.

We sent a letter with the a question on its envelope:

"How Can One Investment **have** several returns on investments?" - *Use of facts.*



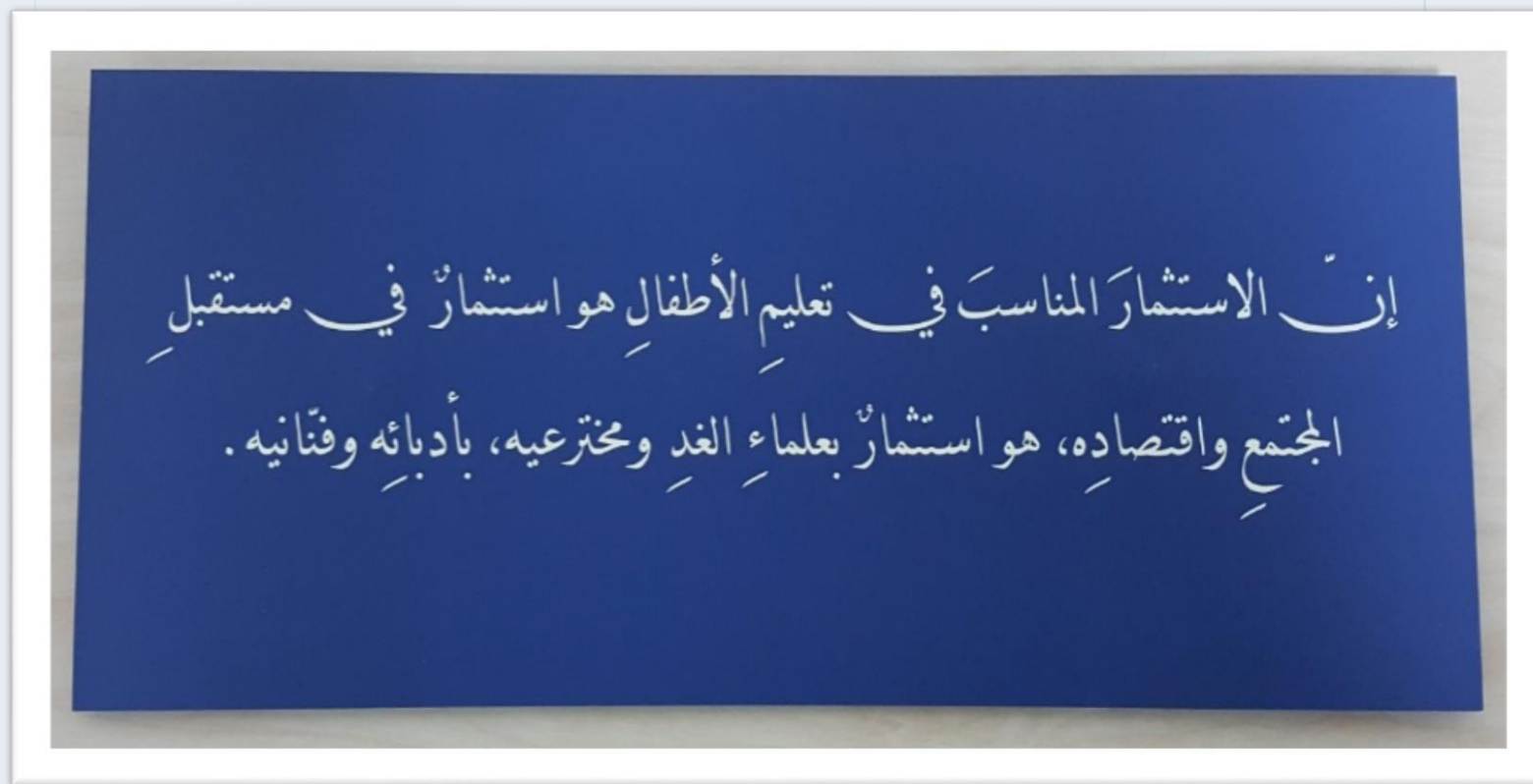
Inside was a boomerang on a card with a note saying:

"What goes around comes around" - *Use of emotions.*



The back of the card had the answer to the first question:

"Investing in Children's Education is Investing in future scientists, inventors, writers and artists. It is Investing in the community's future" - *Use of facts.*



A letter explaining why we are raising funds and how people can support the Museum was enclosed. The letter combined **both facts and emotions**.

الرقم: ص / ٢٧٧ / ٢٠١٧
التاريخ: ٩ أيار ٢٠١٧

سعادة السيد _____ المحترم،
عمان - الأردن

تحية طيبة من متحف الأطفال الأردن،

التعليم أساس المجتمعات المتين والازدهار الذي لا تحصى حوائده. هو الثروة الحقيقية التي تستند إليها الدول لتتغلب على تحدياتها، وتواجه القرن الواحد والعشرين وتواكب تطوره ومهارته التي بات يفرضها علينا جميعاً.

لم تعد منهجيات الماضي المتبعة تفيد الحاضر والمستقبل، فالقرن الواحد والعشرون مختلف جداً. ومن واقع الحال، لعنا أصبحنا نناقش جودة المخرجات التعليمية ليست مقفلة بمرحلة تعليم جامعي، محدودة بوضع سنوات، بمعدلات مئوية، وشهادات معلقة على الحائفة، فالعالم يبدأ في السنة الأولى من العمر ولا ينتهي أبداً، وقد تكون مرحلة التعليم الأساسي هي الأكثر محورية في هيئة المعارف والمهارات، فخلالها نغرز حب ألفةنا للتعلم ونتيح القضاء أمام فضولهم، لينبثق إقتناهم ويكتشفوا مواهبهم الحقيقية ويطوروها.

وهنا نجد أنفسنا أمام أسئلة جوهرية، من أين نبدأ؟ وما هي أهم الأسس التي يجب أن نقوم ببنائها من جديد؟ أمام هذا الواقع، يكون جوابنا أن أحد أهم الأسس هو العمل على تنمية أجيال في مسفر صرحها فائرة على الإبداع والابتكار، خارجين عن السبيل التقليدي إلى أساليب جديدة خلاقية. وأن تكون تلك التنمية شاملة قدر المستطاع وغير محدودة بفترة من الأطفال دون عوهم. وببساطة واختصار، إن ما سبق ذكره هو إطار عملنا في متحف الأطفال الأردن، منذ أن تم تأسيسه بروية من جلالة الملكة رانيا العبدالله المعظمة قبل ١٠ أعوام، كمؤسسة تعليمية غير ربحية.

كثيرون هم الأطفال الذين بحاجة للمساحة التي يوفرها متحف الأطفال الأردن بمعارضه التفاعلية وبرامجه وأنشطته العلمية والتعليمية، ليأهوا ويكتشفوا، وليبحثوا عن الموهبة فيهم ويكتشفوها ويستثمروا بها، ليكون المستقبل ما يريدونه هم، لا ما نخصه عليهم الظروف. كثيرون هم حفّا الذين يحتاجون دعمكم الآن أكثر من أي وقت مضى.

كن سبباً رئيسياً في توفير فرصة لأطفال منقطع ظروف متعددة من الاستفادة من هذه التجربة التعليمية الفريدة فقد نأثر فيهم، فيكونوا علماء وأدباء ومعلمين ومهنيين وقادّين، كلنا بحاجة إليهم، ومستقبلنا يعتمد عليهم. أو قد نكتفي بأن نرسم على وجوههم ابتسامة، تملأها ذكركهم، ومصدرها أنت!

مع أطيب التمنيات،

رجا عرفور
نائب رئيس مجلس الإدارة
رئيس لجنة مبادرة "متحفنا لكل"

سوسن الناق
المديرة العامة

*ملاحظة: تجدون مرفقاً مقترحاً لكيفية تقديم الدعم، كما وسبعنا تواصلكم معنا مباشرة لترتيب لقاء وزيارة للمتحف لتطلعكم خلالها على معروضاتنا وبرامجنا التعليمية.

10
سنوات من التعلم المستمر
Years of Fun Learning

متحف الأطفال
The Children's Museum
Amman

Packaging: We designed a large and interesting envelope to ensure that this is not just another fundraising letter that gets trashed and that we get attention of the recipients.



4- Make sure you provide **after sales services** to win the trust and loyalty of your customer

Post-donation Report: We sent a thank-you letter to the donors with a report featuring some pictures showing the impact of the donation on the beneficiary children.



The campaign's Return on Investment

- Number of people addressed: **144**
- Total Campaign's Expenses: **USD 3,500**
- Total Campaign's Revenues/Donations: **USD 29,800**
- Total Net Revenue/Donation: **USD 26,300**

- Return on Investment (ROI):

$$\text{USD } 26,300 / \text{USD } 3,500 = 751\%$$

- Cost to Raise a Dollar (CRD):

$$\text{USD } 3,500 / \text{USD } 26.300 = 13.3\%$$

What matters most:
The number of beneficiary children from under-served
communities: **7,174**



The Magic of Communication...



Thank you

Email: laith.alsous@cmj.jo



ChildrensMuseumJO



@ChildrenMuseum



www.cmj.jo