

## פיתוח משאבים באינטרנט

פורסם בתאריך 12 ביולי 2009 | השאירו תגובה

תוך המפגש שנערך ב-8 ביוני 2009. תודה רבה לענת פלג שסיכמה.

המפגש עסק במשמעות של שימוש באתר האינטרנט ככלי לפיתוח משאבים: נחשיבות של נראות באינטרנט וממה היא בנויה וכלים לגיוס כספים באינטרנט

### אתר האינטרנט ככלי לפיתוח משאבים

האתר הוא כרטיס הביקור שלכם באינטרנט, כלי להציג את הארגון וגם להזמין שארגונים בדרך כלל מעוניינים בהן היא גיוס משאבים לארגון.

אם האתר מתפקד ככלי לפיתוח משאבים יש לחשוב על דמות התורם – מה מ

- במה עוסק הארגון? מי אנחנו? מה ההנעה שלנו לפעולה?
- הכרת הארגון: מבנה, כמה עובדים
- מי האנשים שמובילים בארגון
- הצלחות
- מידע עדכני על עשייה לאורך זמן
- נראות במנועי חיפוש
- חוסן כלכלי ואמינות של הארגון: דוחות שנתיים, דוחות פעילות, דוחות כספיים,
- אישורים ומסמכים נדרשים לקבלת תרומות
- תורמים אחרים (משקף מי מאמין בנו ומי שותף שלנו)
- דברים שאחרים אומרים עלינו (מכתבים, כתבות, אזכורים בתקשורת)
- קשרים עם ארגונים נוספים, קישורים אליהם
- פרטים ליצירת קשר עם הארגון

### מה זה דורש מאיתנו?

- נדרשת הקצאת משאבים ארגונית להקמת אתר ולתחזוקתו זמן עבודה של ניהול
- יש להגדיר תפקידים ואחריות: מי אחראי למענה לפניות? מי אחראי לעדכון מיזם לתחומים שונים
- האתר אינו מבצע חד פעמי אלא דורש עבודה ותחזוקה שוטפת
- כלים לעדכון עצמי: חשוב שלא נהיה תלויים באנשים חיצוניים לארגון כדי לעדכן
- חשוב שיהיו באתר מנגנונים לניהול ועריכת תוכן על ידי אנשי הארגון.
- לא להכביד על גולש: להקל על הקריאה של האתר ולאפשר לגולש להתמצא.

- לעדכן את האתר באופן שוטף – לשקף מיידיות ושקיפות.
- חשוב מאוד להתאים את השפה – אנגלית במקרה של תורמים.

## **דוגמאות:**

### האתר של "עלם":

ברור מי הם ובמה הם עוסקים.

ברור מה הם רוצים ואיך אפשר לסייע להם בכך: מתנדבים, עובדים, תרומות.

יש אזורים ברורים של מידע אודות הארגון: דוחות, ארכיון כתבות ותקשורת מה

יש אפשרות להרשמה לניוזלטר וליצירת קשר.

אזור של חדשות – בצבע אחר, עם תאריך ברור, רואים שזה מעודכן

ההפניה לאתר באנגלית בצד שמאל של המסך באופן שימשוך את תשומת הלו ואינו קורא עברית.

נשים לב שהעיצוב אינו מתוחכם מדי או "פרוע"- העיצוב אינו מסיט את הדעת נ

### האתר (בלוג) של "סלון מזל":

בדפים הסטטיים של הבלוג אפשר למצוא מידע: התנדבות, תרומות, צרו קשר,

הפוסטים של הבלוג משמשים במה לדיווחים שוטפים ולחדשות.

הכתבה הזאת באתר העיצוב smashing magazine מציגה עקרונות לאתרי אינט מוצלחות ומעוררות השראה לאתרים כאלה.

## **נראות באינטרנט**

הנראות של ארגון ברשת האינטרנט מורכבת מאתר האינטרנט של הארגון (כז אבל גם מדברים אחרים:

מה שאחרים אומרים וכותבים עלינו

ארגונים וחברות איתם אנחנו משתפים פעולה

נוכחות שלנו ברשתות חברתיות, באתרי תוכן וחדשות

לגוגל יש כלי בשם google alerts שמאפשר לעקוב אחרי תוצאות חדשות לחיפ

גוגל ובעצם חושף מידע חדש שמתפרסם אודות הארגון ברשת.

## גיוס כסף באינטרנט

כדי לאסוף כסף באינטרנט צריך 2 מנגנונים באתר:

1. מנגנון [סליקה](#) – בסדר מול חברת אשראי, כדי שחברת האשראי תעביר הכסף
2. מנגנון [אבטחת מידע](#) – לאבטחת פרטים אישיים של התורמים

שני המנגנונים האלה אינם טריוויאליים ולארגונים רבים לא משתלם להקים וזו

יש אתרים שמספקים את השירות של גיוס תרומות עבור ארגונים. השירות הזו שמורכב מתשלום ראשוני, עמלות ו/או תשלום תקופתי קבוע.

כדי לגייס כסף דרך אתרים מוכרים לכך, צריך להיות רשומים כעמותה.

קיימים אתרים שונים שמספקים את השירות ובוודאי עם הזמן יצוצו עוד.

### אז איך לבחור באתר לגיוס כספים?

א. **אמינות** – בדקו שארגונים אחרים שאתם מכירים משתמשים בשירות. צדעת על השירות.

ב. **הגינות העסקה** – בדקו והשוו: עלות תפעול, תשלום קבוע, עמלה על ח

ג. **אבטחה** – בדקו ובקשו אישורים על רמת אבטחת המידע של ספק השיו

### דוגמאות:

[לתרום.קום](#) – אתר ישראלי שעמותות רבות עובדות איתו. אפשר למצוא בקלות שעובדים עם לתרום.קום, והסבר על תנאי השירות. האתר מאפשר העברת תר לאירועים, גביית דמי חבר ועוד. האתר מאפשר תשלום במטבע ישראלי אך מא לגביית תשלום במטבע חוץ.

[JGooders](#) – אתר שמאפשר לארגונים לגייס כסף לפרויקטים. החברה שמפעיל לפרוייקט מהארגון המגייס ולא עמלות מהתרומות. בינתיים יש לאתר ממשק ב בקלות באתר ארגונים שעובדים איתם. האתר מאוד מניע לפעולה ועוזר לארגון תורמים.

כמובן שקיימות אפשרויות נוספות ברחבי האינטרנט. אין לראות בדוגמאות אלו לבדוק בעצמו בהתאם לצרכיו מול ספק השירות.

הרשומה הזו פורסמה בתאריך אתר אינטרנט, [פיתוח משאבים](#). [קישור קבוע](#).

