



GEEFMOTIEVEN

Rob Beltman en Pamala Wiepking

15 september 2015

WIE ZIJN WIJ?



HEROES
crafting customer centric companies

Rob Beltman

rob@h3roes.nl



ROTTERDAM SCHOOL OF MANAGEMENT
ERASMUS UNIVERSITY

Pamala Wiepking

pwiepking@rsm.nl



WAAROM GEVEN MENSEN?

Mensen geven (meer), wanneer:

1. Er een duidelijke behoefte is
2. Ze gevraagd worden
3. Kosten lager, opbrengsten hoger
4. Ze om de ontvangers geven
5. Er sociale beloningen zijn
6. Er psychologische beloningen zijn
7. Het doel matcht met eigen waarden
8. Giften worden ervaren als effectief



Bron: Bekkers & Wiepking, 2011; 2014, zie ook www.understandingphilanthropy.com



BELANGRIJKSTE VRAAG UIT WEBINAR

4

Hoe kom je achter de
geefmotieven van je
(potentiële) donateurs?

VERVOLGVRAAG

Hoe spreek je de
geefmotieven van je
(potentiële) donateur aan?

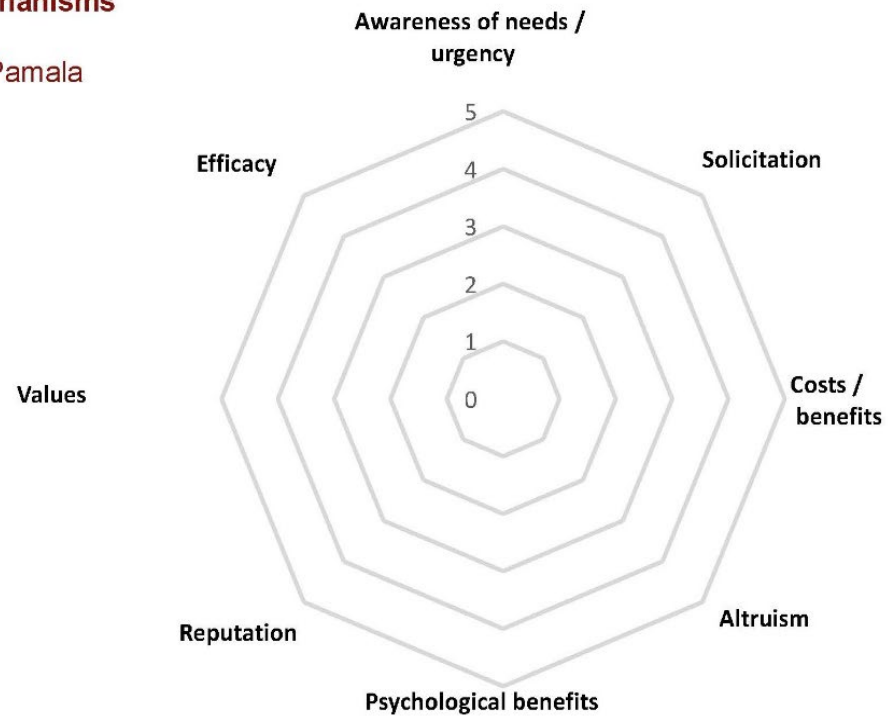
WELKE GEEFMOTIEVEN?



SPIDERPLOT

Spiderplot of mechanisms for giving

Rob Beltman and Pamala Wiepking



IJKPERSONA

IJKPERSONA

IJKPERSONA