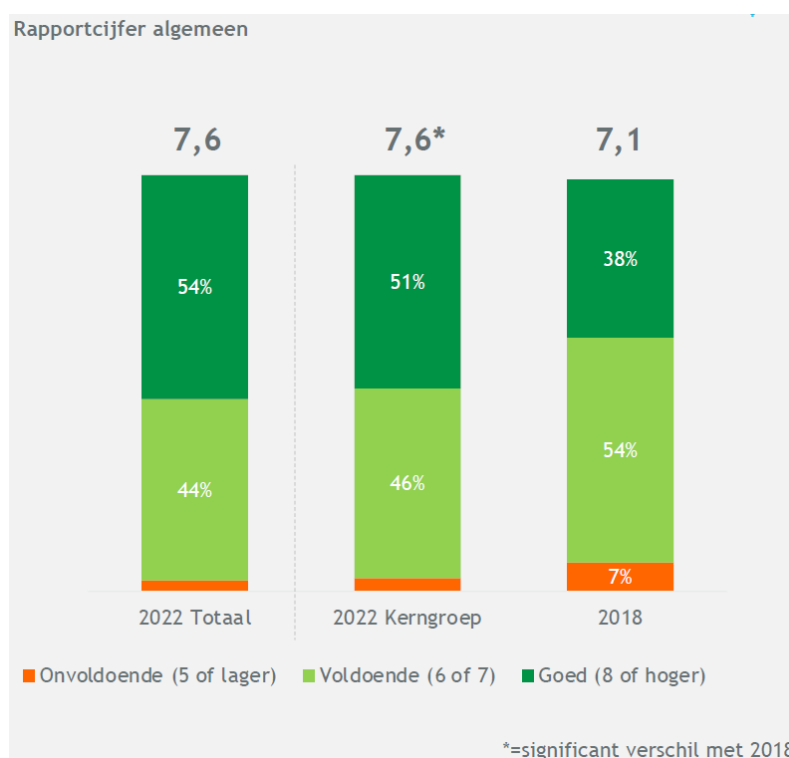


Ledentevredenheidsonderzoek Goede Doelen Nederland 2022

Samenvatting

De tevredenheid en NPS zijn gestegen sinds het onderzoek van 2018

- De algemene tevredenheid is gestegen van 7,1 naar 7,6.
- De beoordeling van zowel de gratis diensten (7,3) als de betaalde diensten (7,8) is goed.
- De NPS (Net Promotor Score) is licht gestegen van +1 naar +10. Dit is een goede score; een positieve NPS geeft aan dat er meer 'promoters' zijn dan 'detractors'.
- Het percentage leden dat Goede Doelen Nederland actief aanbeveelt aan anderen is ongeveer gelijk gebleven.

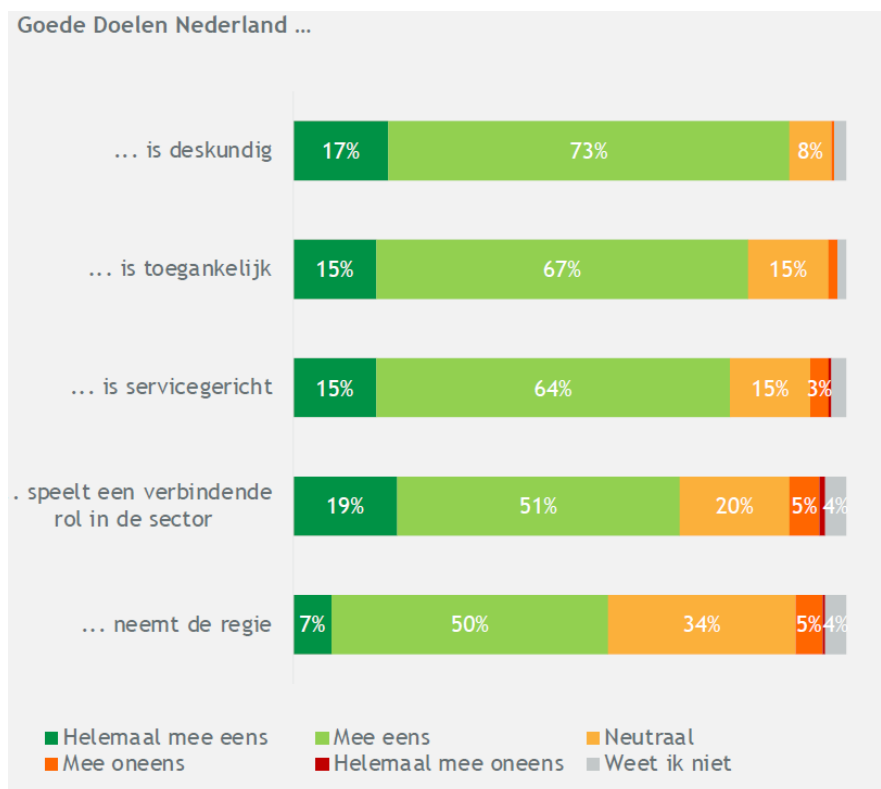


De diensten worden nog steeds goed beoordeeld

- Kennissessies en webinars zijn de belangrijkste diensten volgens de leden.
- De helft van de leden vindt het huidige aanbod van gratis diensten (zeer) volledig.
- Binnen de betaalde diensten wordt er vooral gebruik gemaakt van trainingen en inkoopvoordelen bij leveranciers.
- De betaalde diensten zijn voor één op de vijf leden een belangrijke reden om lid te zijn van Goede Doelen Nederland.
- Ongeveer één op de tien medewerkers geeft aan dat er wel andere (betaalde) diensten zijn waar hun organisatie baat bij zou kunnen hebben.

Het imago van Goede Doelen Nederland is vergelijkbaar met 2018

- Goede Doelen Nederland wordt o.a. gezien als deskundig, toegankelijk en servicegericht.
- Leden vinden dat Goede Doelen Nederland weet wat er speelt in de sector en dat hun belangen goed worden behartigd.
- Meeste ruimte om nog te groeien is bij het inspelen op de diversiteit (in grootte) van de leden en op technologische ontwikkelingen.
- Veel leden zien wel veranderingen sinds 2018; ze hebben het vaakst gemerkt dat er in de afgelopen tijd meer aandacht is voor uitwisseling van ervaringen en kennis.



De toegevoegde waarde is vergelijkbaar met vorige meting

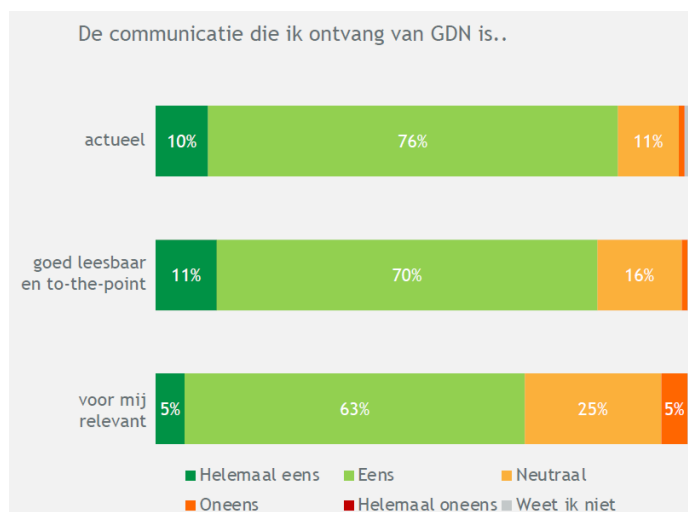
- De belangrijkste redenen om lid te zijn van Goede Doelen Nederland zijn op de hoogte blijven van ontwikkelingen in de sector (kennisdeling) en behartiging van belangen van de sector.
- De helft van de leden vindt dat de mogelijkheid voor eigen inbreng (zeer) goed geregeld is.
- Het grootste deel van de leden vindt dat Goede Doelen Nederland bijdraagt aan professionalisering van hun werk en vakgebied.

Leden zien uitdagingen op het gebied van fondsenwerving

- Een groot deel van de leden vindt dat Goede Doelen Nederland een verbindende rol speelt in de sector.
- Als Goede Doelen Nederland ophoudt te bestaan zou dat voor driekwart van de leden (negatieve) impact hebben.
- Fondsenwerving en imago van de sector zijn de grootste uitdagingen die de leden zeggen te hebben in komende jaren.

Communicatie vanuit Goede Doelen Nederland wordt zeer goed beoordeeld

- De communicatie vanuit Goede Doelen Nederland wordt door bijna iedereen actueel, goed leesbaar en to the point bevonden.
- De hoeveelheid informatie is voor driekwart van de leden precies goed.
- De meest geuite suggestie betreft de wens tot meer maatwerk of mogelijkheid tot snel filteren binnen de gegeven informatie.



Aanbevelingen

Fondsenwerving en imago

- Nog meer werken aan de zichtbaarheid van goede doelen als sector en aan een goede positionering van de sector bij het Nederlandse publiek en de politiek is van belang.
- Ook is zichtbaarheid belangrijk bij potentiële werknemers in verband met de Nederlandse krappe arbeidsmarkt.
- Fondsenwerving blijft een grote uitdaging voor de leden in de komende jaren, onder andere vanwege wetgeving die impact heeft op de mogelijkheden voor marketing en fondsenwerving.

Specifieke aandacht en maatwerk waar mogelijk

- De kleinere leden geven aan dat ze graag worden geholpen door Goede Doelen Nederland bij met name fondsenwerving en het verkrijgen van naamsbekendheid.
- Qua communicatie wordt aangegeven dat er behoefte is aan meer maatwerk, bijvoorbeeld in nieuwsbrieven op basis van voorkeur, grootte van de organisatie of onderwerp.

Suggesties voor betaalde diensten die nog niet worden aangeboden

- Met betrekking tot het aanbod van betaalde diensten geeft de helft aan dat dit (zeer) volledig is. De rest ziet dus ruimte voor aanvulling.
- Suggesties die worden gegeven zijn onder andere het aanbieden van modeldocumenten, ondersteuning bij keuze voor leveranciers (zoals software leveranciers of creatieve bureaus) en stimuleren van samenwerking en kennisdeling op het gebied van fondsenwerving en collecteren.