

Erfolgsfaktoren in der Umsetzung von Plattformprojekten für das Fundraising der Zukunft

Ursina Thöni & Christian Schipp

Teilen von Erfahrungen



Einblick ins Thema Transformation & Change



Lernen aus umgesetzten Projekten - Erfolgsfaktoren



Offener Austausch



Ursina Thöni

**Head Data Management
& Analytics**

HELVETAS

Swiss Intercooperation



Christian Schipp

**BDM NPO – Partner
Ambit Group AG**

Helvetas Swiss Intercooperation

- Unser Ziel ist eine **gerechte Welt**, in der alle Menschen selbstbestimmt in Würde und Sicherheit leben, die natürlichen Ressourcen nachhaltig nutzen und zur Umwelt Sorge tragen
- Gegründet **1955** als erste private Schweizer Entwicklungsorganisation, 2011 Zusammenschluss mit Intercooperation
- Parteipolitisch und konfessionell **unabhängige** Organisation
- Verein mit **100'000 Mitgliedern**, Gönnerinnen und Gönnern in der Schweiz
- Projekte und Beratungsdienstleistungen in rund **35 Ländern** in Afrika, Asien, Lateinamerika und Osteuropa
- Rund **1500 Mitarbeitende** weltweit, davon **200 in der Schweiz**

Wo wir arbeiten



Ambit Group Übersicht

we make your ambition work.



Erfahrung: > 20 Jahre

Umsatz: > 25 Mio CHF

Kunden: > 350

Mitarbeiter: > 110

Standorte: Schweiz
Deutschland
Österreich
Rumänien



Swiss Partner of the Year
Business Applications - Dynamics 365



**Wir gehören zum Microsoft
Inner Circle 2024 / 2025**
#Business Applications
#TopOnePercent



OJANDA

Far beyond first contact



Ojanda for me
Makes my work
easier and
more fun



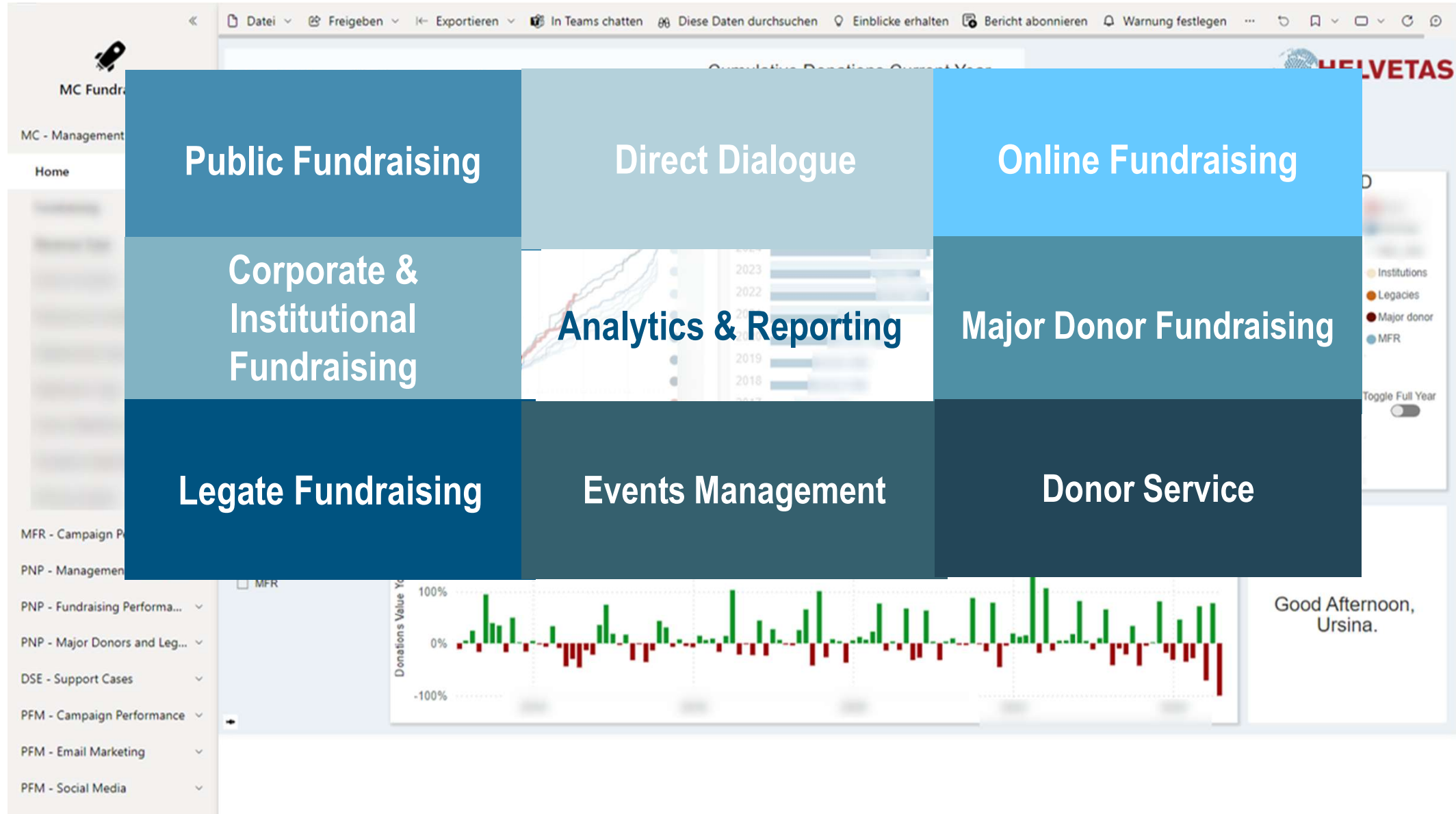
Ojanda for Helvetas
Allows synergies
and increases quality
and efficiency



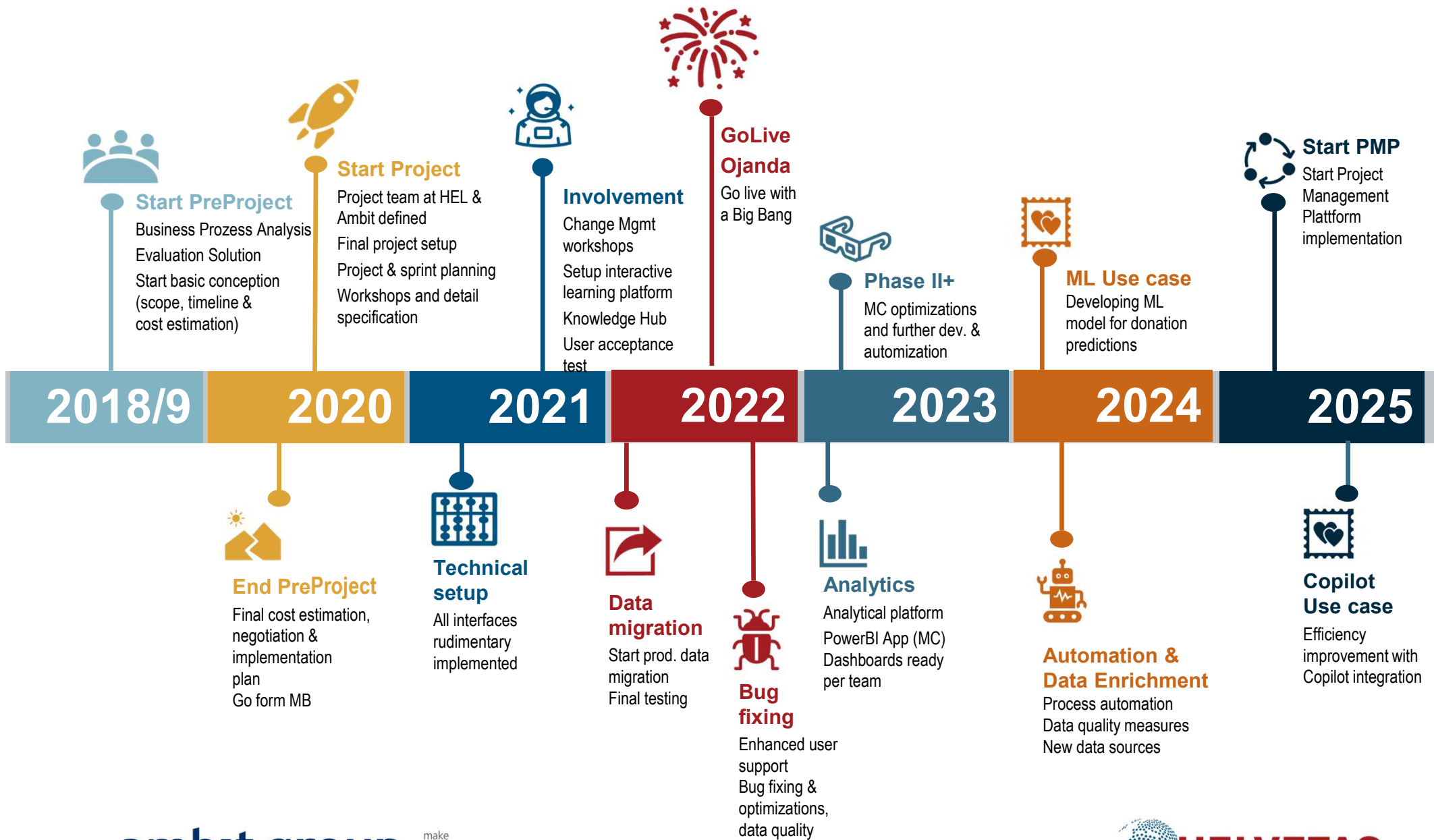
**Ojanda for donors
and stakeholders**
Everyone gets the
right information
on the right channel
at the right time

**Ojanda brings us together, puts our donors and stakeholders
at the heart of our actions, and simplifies daily work
– opening a universe of unexplored possibilities.**

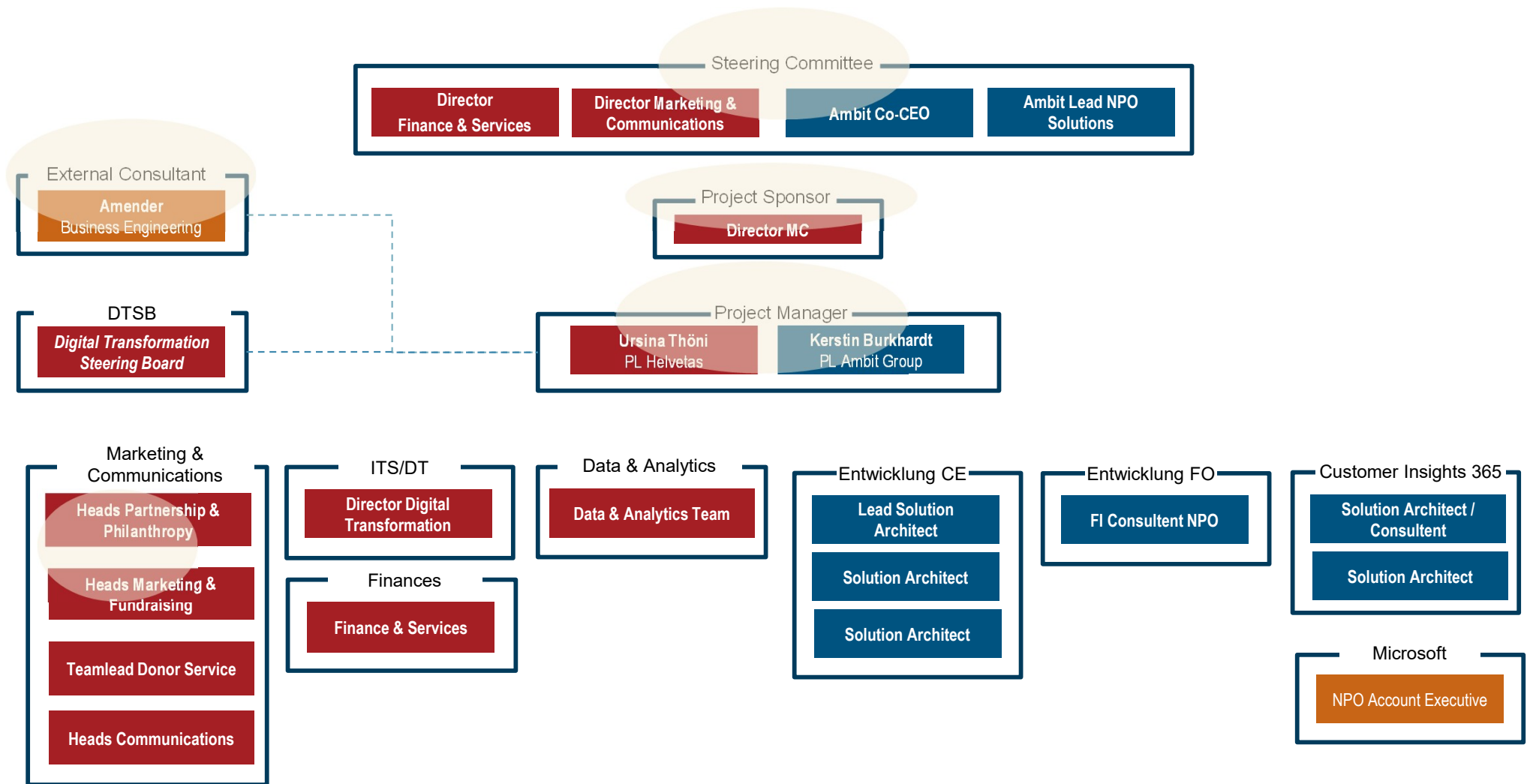
Project Scope



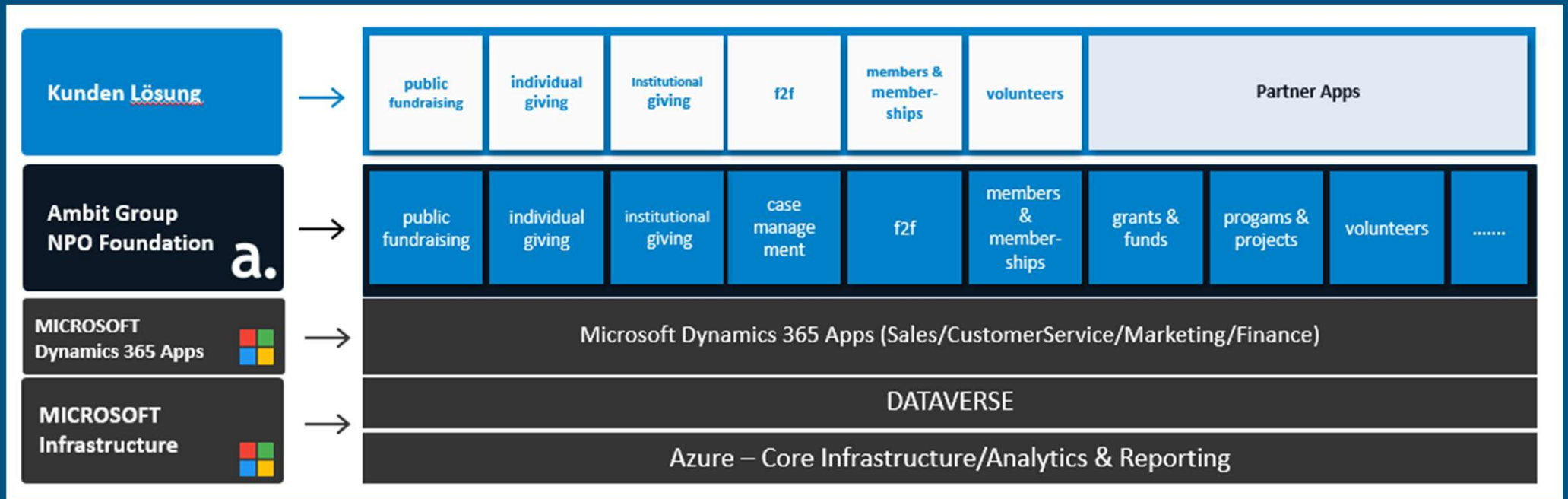
Ojanda Roadmap



Projektorganisation



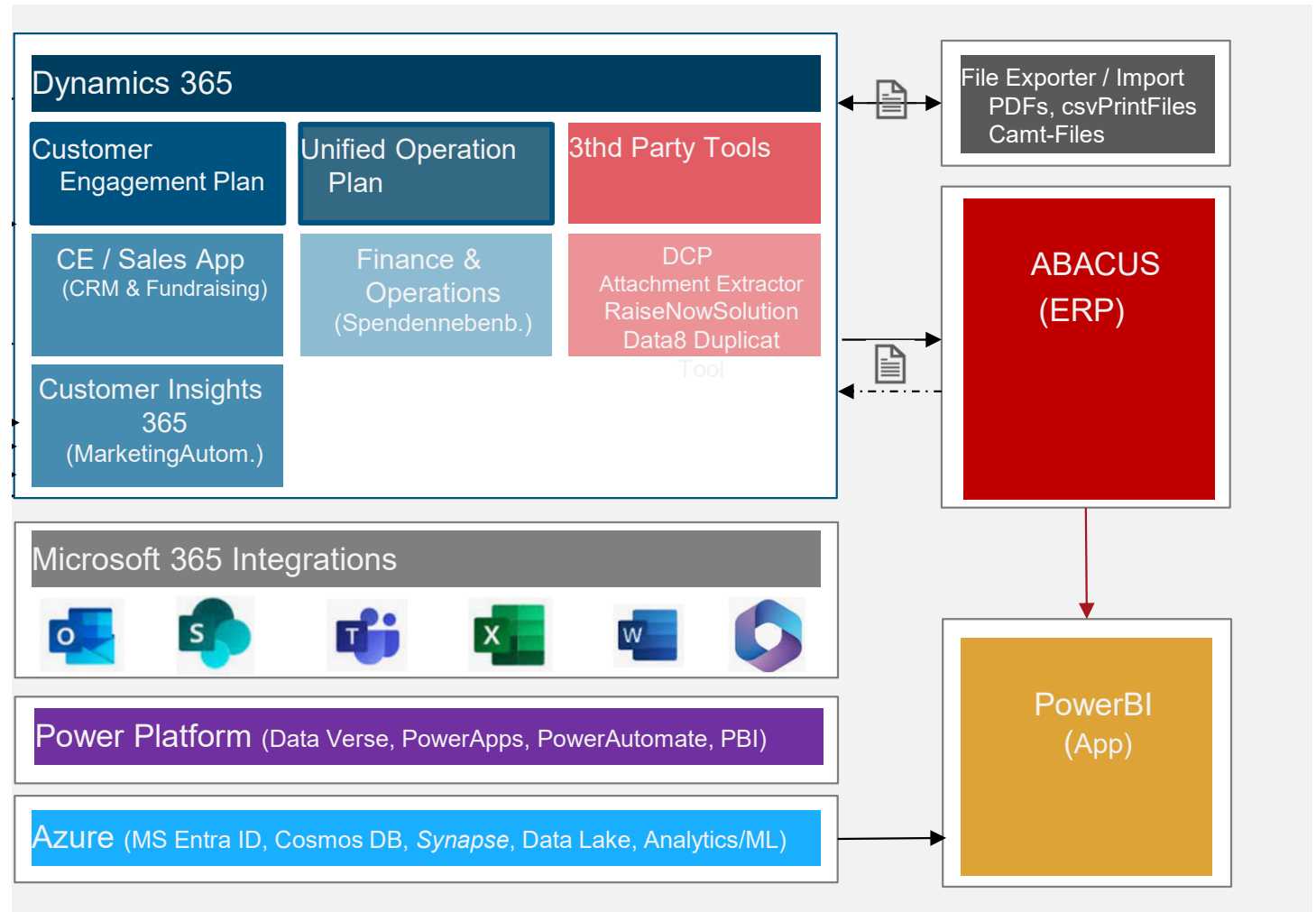
Ambit NPO Foundation – Sicher zum Ziel – Kein Produkt



- Nahe am Standard
- Nahtlose Integrationen
- Möglichst geringe Abhängigkeiten
- KI & Data Science inkludiert
- Von Spende bis zum Impact
- RaiseNow / FundraisingBox kompatibel

Ojanda overview

- Cloud first Strategie, Integration in Microsoft Produkte
- Skalierbarkeit der Lösung
- Sicherheit und Compliance
- Zukunftssicherheit
- Starke KI- und Datenanalysefunktionen
- Grosse Partner und Entwickler Community
- Partner auf Augenhöhe



File Exchange mit teils manuellen Prozessschritten

Highlights und Learnings der Plattformeinführung

Die Umstellung von einem einfachen CRM-Tool zu einer umfassenden Plattformlösung bringt Herausforderungen und Erfolge. Wir haben einige wichtige Erkenntnisse aufgeführt.



Herausforderungen

- Übersetzung von Anforderungen
- Datenmigration und Qualitätsprobleme
- Adressmanagement-Konflikte
- Mehrsprachigkeit und Dokumentenverwaltung
- Parallelität von Spezifikation, Testing & Abnahme
- Kostentracking im Betrieb (Lizenzmodell)



Erfolge

- Vom CRM-Tool zum Plattformverständnis
- End-to-End Sicht auf Spender:innen-Journeys
- Automatisierte Prozesse
- Integrierte Marketing-Automation
- Multichannel-Kommunikation
- Schnelle Weiterentwicklungs-Zyklen

Erfolgsfaktoren - Organisation



**Starke interne Projektführung
& Ressourcen**



**Steering Committee &
Management attention**



**Co-Creation
mit den Fachbereichen**



Vertrauen Partner <> Kunde



**Stete Kommunikation
Support & Dokumentation**



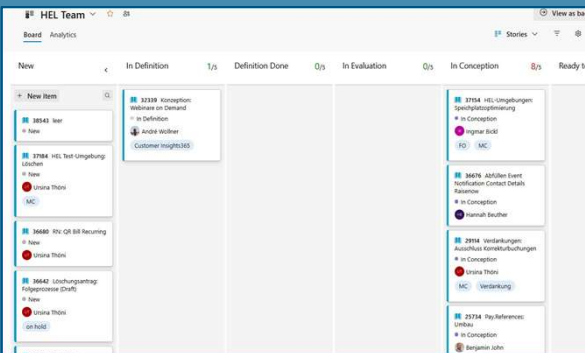
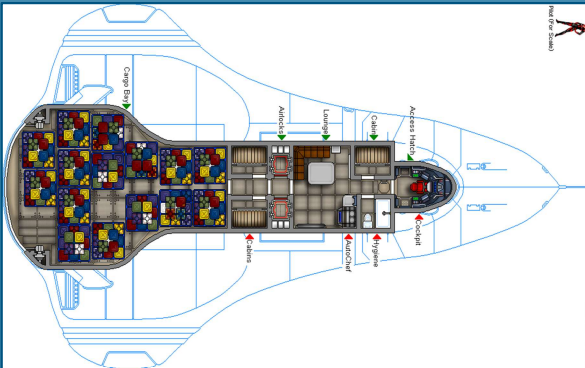
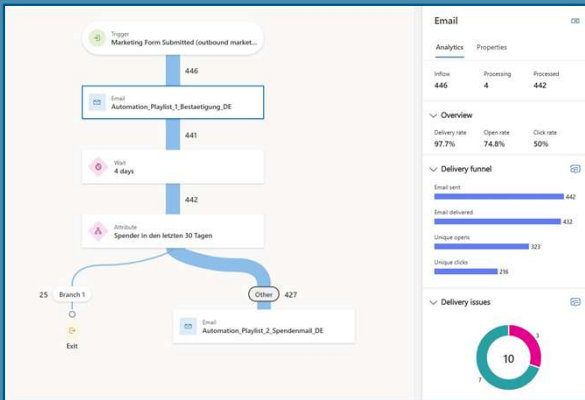
Change Management

Change Management

- Change ist emotional und darf überraschend sein!
- Change kann nicht delegiert werden.
- Bildung eines Change Teams
“Change Pilots”
- Die Change Pilots wurden zu internen Promotoren
- Drei Change Workshops in allen Team
- Gemeinsames Testing in Gruppen
“Buddy-System”
- Gamification einsetzen für Spass im Testing und Schulung



Erfolgsfaktoren - Prozesse



Donor Journeys im Fokus

Orientierung an ganzheitlichen Donor Journeys, nicht an bestehenden Tools

MVP-Ansatz

Schneller Go-Live mit anschliessender kontinuierlicher Weiterentwicklung

Agile Umsetzung

Iterativ-lernende Implementierung für maximale Flexibilität

Erfolgsfaktoren - Technologie



Zukunftsfähiges Fundament

Microsoft Power Platform & Dynamics 365



Flexible Architektur

Offene Datenstruktur, einfache Integration, hohe Skalierbarkeit



Wissenstransfer

Schneller Knowhow-Aufbau
beim Kunden



Effiziente Nutzung

Nutzung von Standard mit gezielter Erweiterung

Effizienzsteigerungen



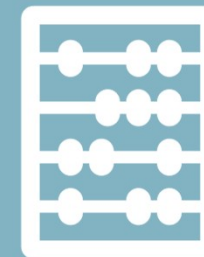
Abbau von Silos, Näherrücken der Teams



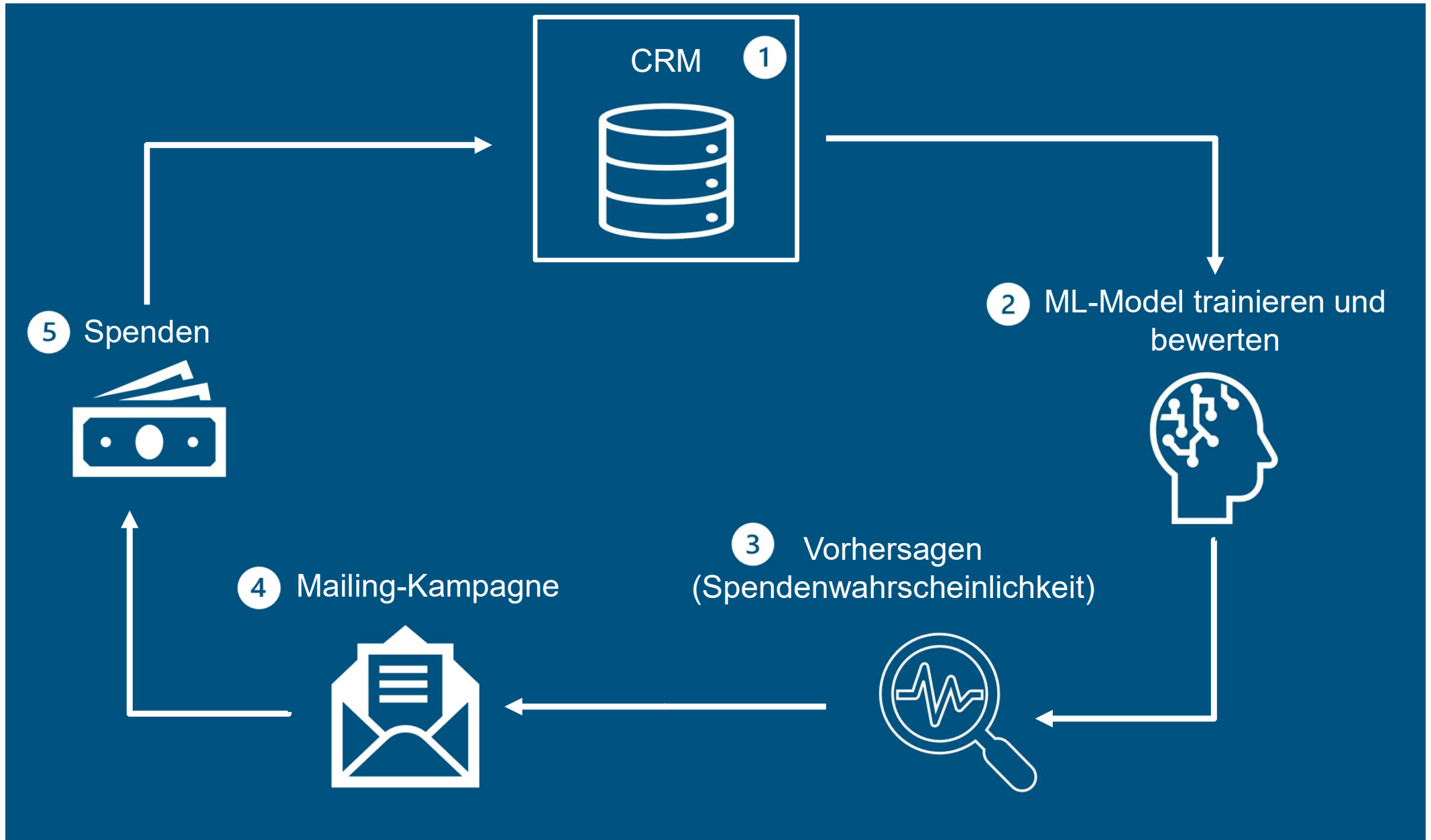
Verbesserte Fundraising- Performance It's all about data!



Near-Time Analysen und Auswertungen spezifisch pro Team & über alle Perspektiven



IHM Maschine Learning Modell



IHM Machine Learning Modell

Marketing & Fundraising
Direct Mail Campaigns' Performance

Pay-Days live: 185

Donor Language: Alle | Donor Source: Alle | Start Year: Mehrfachauswahl

Campaign Subcategory	Distinct Circulation	Date First Donation	Response Rate Campaigns	Campaign Pay-Days	Average Donation Value	Number of rebookings	Postal Returns	Donations CHF after X Pay-Days	Donations % after X Pay-Days	Number Donations after X Pay-Days	Response Rate after X Pay-Days	Avg Donation CHF after X Pay-Days
IHM	227.672	14.09.2023	4,19%	443		3	1.815		46,6%	4577	2,01%	
2024, IHM, SEP	105.435	19.09.2024	4,62%	186		2	989		100,0%	4871	4,62%	
2023, IHM, SEP	122.237	14.09.2023	3,81%	443		1	826		97,2%	4577	3,74%	
Gesamt	227.672	14.09.2023	4,19%	443		3	1.815		46,6%	4577	2,01%	

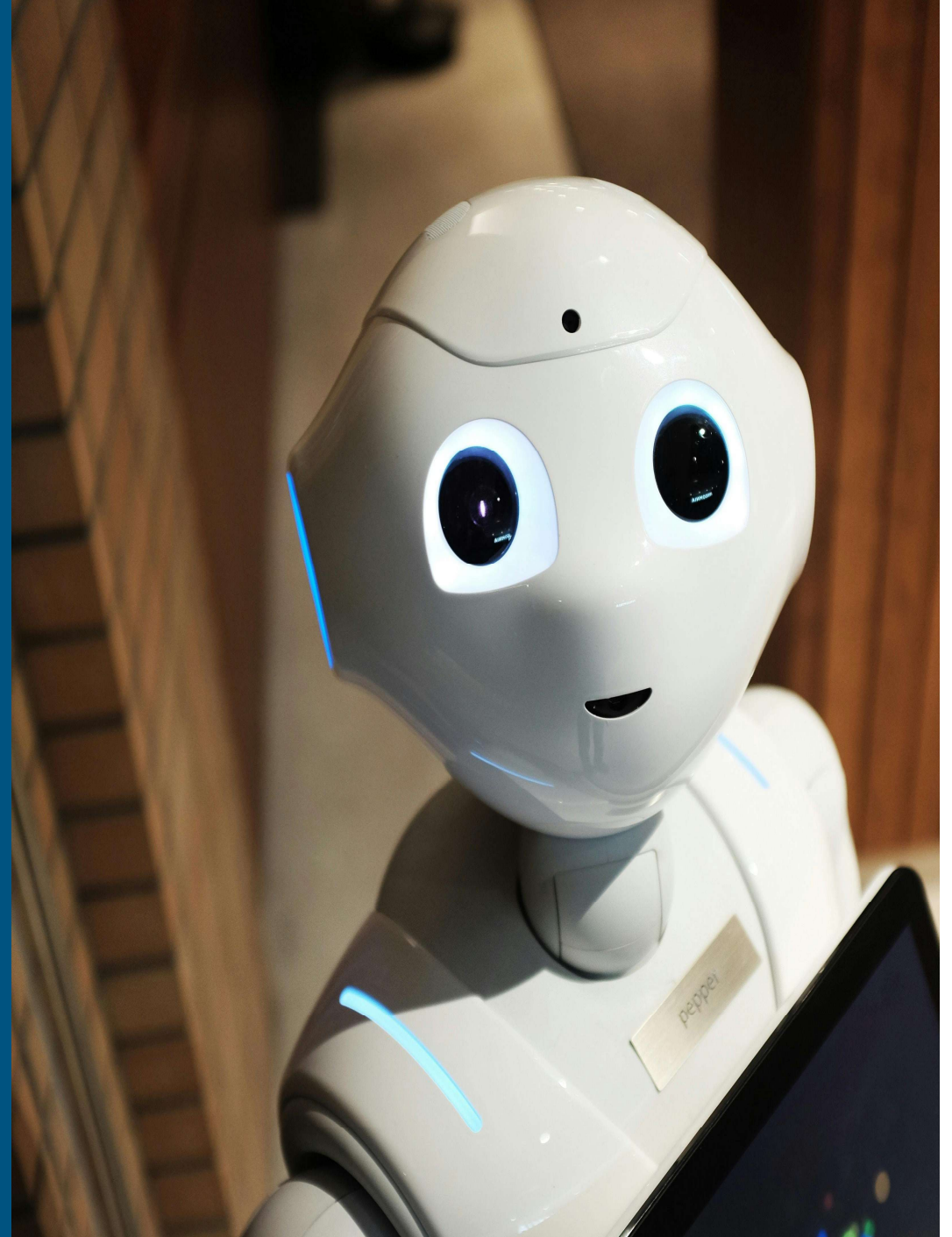
Campaign Subcategory	Distinct Circulation	Date First Donation	Response Rate Campaigns	Campaign Pay-Days	Average Donation Value	Number of rebookings	Postal Returns	Donations CHF after X Pay-Days	Donations % after X Pay-Days	Number Donations after X Pay-Days	Response Rate after X Pay-Days	Avg Donation CHF after X Pay-Days
IHM	250.635	15.02.2024	4,12%	337		4	2.317		46,0%	4710	1,88%	
2025, IHM, FEB	114.607	13.02.2025	4,29%	85		2	992		100,0%	4918	4,29%	
2024, IHM, FEB	136.028	15.02.2024	3,97%	337		2	1.325		83,1%	4710	3,46%	
Gesamt	250.635	15.02.2024	4,12%	337		4	2.317		46,0%	4710	1,88%	

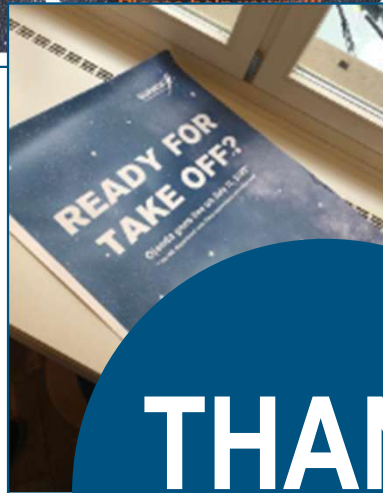
Bisherige Erkenntnisse

- Fachbereiche müssen involviert sein
- Alle Spender:innen erhalten einmal im Jahr ein Mailing von uns
- Langfristige Auswirkungen auf Brand Recognition noch nicht absehbar
- Hektardaten und grobe demographischen Daten aus öffentlichen Informationen sind keine guten Attribute für die Vorhersagen

Ausblick

- Ablösung von **LSV** im 2028: neue Zahlungsmethoden
- Operationalisierung und Weiterentwicklung des Machine Learning Modells
- Aufbau neuer Scoring-Modelle z.B. Legate Score
- Weitere Automatisierungen in den Fachbereichen
- Use Cases im Bereich Copilot





THANK
YOU!

Fly me to the Moon! 🚀

Ojanda ist für uns für wie eine hochmoderne Rakete, die uns in ein Universum voller unentdeckter Möglichkeiten schliesst. Die Change Pilots haben dir eine kosmische Playlist zusammengestellt, die dich auf dem Weg zu den Sternen begleiten soll.

[ZUR PLAYLIST](#)



Q & A

Ursina Thöni

**Head Data Management
& Analytics**

HELVETAS Swiss Intercooperation

Tel. +41 44 368 65 50

ursina.thoeni@helvetas.org



Christian Schipp

BDM NPO – Partner

Ambit Group AG

Tel. +41 79 954 17 09

christian.schipp@ambit-group.com