

Spesifikasjon og recordbeskrivelse deling av data – Fundraising Monitor

Bakgrunn	1
Om dette dokumentet.....	1
Om deling av data.....	2
Dataene leveres i tre filer	2
Oppdateringer og endringer.....	3
Filbeskrivelse	3
FIL 1 ACCOUNT	3
FIL 2 AGREEMENT	4
FIL 3 TRANSACTION	5
Definisjoner	6
Responskanaler	6
Områdekoder.....	7
Definisjon av inntektsområder	7
Betalingsmåter	11

Bakgrunn

Fundraising Monitor startet med behovet fundraising-bransjen har hatt ift å ha en felles plattform og norsk standard for hva og hvordan man måler på de viktigste parameterne. Målet var å få på plass felles definisjoner, målinger og visualiseringer i bransjen. Både for å se egne tall, men også for benchmarking – det å kunne måle seg mot bransjen som helhet.

Løsningen ble utviklet med støtte fra Innovasjon Norge og gjennom samarbeid med Fundraising Norge.

Om dette dokumentet

Dette dokumentet beskriver hvilke data som behøves fra en organisasjon for å kunne presentere nøkkeltall og grafer i Fundraising Monitor

Om deling av data

Fundraising Monitor og data som leveres vil være lagret på ProFundo sin server.

Dataene leveres som filer til ProFundo sin SFTP-server. En slik overføring kan gjøres manuelt, eller overføring kan gjøres automatisk. Vi oppretter brukernavn og passord, og leverer URL for hvor filene skal overføres.

Overføring anbefales månedlig etter månedsslutt, for å få live oppdatering av egen utvikling måned for måned.

Den første overføringen blir samlet fil for de siste hele kalenderår pluss inneværende kalenderår siste fullførte måned.

Det er krav om at man deler data for de siste 3 hele kalender år + inneværende år, men anbefalingen er å gå inntil 10 år tilbake, da Fundraising Monitor visualiserer trender for inntil 10 år.

Det skal ikke leveres personidentifiserende opplysninger, som f.eks navn, telefonnr og fødselsdato.

Dersom data uteblir etter datofrist for innlevering stenges visning av benchmark-grafer.

Dataene leveres i tre filer

- **XX_YYMMDD_ACCOUNT.txt:**
 - Grunndata-fil som inneholder navnenummer (referanse til organisasjonens database), kjønn, fødselsår og postnummer.
 - ACCOUNT-filen er førende med ACCOUNT_ID (navnenummer/aktørid) som nøkkel.
 - Det skal ikke leveres avtaler (agreements) eller innbetalinger (transaction) for accountID'er som ikke er blitt levert i ACCOUNT-filen.
 - I ACCOUNT-filen er ACCOUNT_ID unikt og en ACCOUNT_ID kan bare leveres én gang i filen.
- **XX_YYMMDD_AGREEMENT.txt:** Avtaleinformasjon
- **XX_YYMMDD_TRANSACTION.txt:** Innbetalinger

XX skal erstattes med kundekode bestående av 2 tegn.

DATATYPER

- INTEGER: Heltall
- NUMBER: Tall med desimal. Tallene i parantes angir lengde på feltet. Eks (12,2) betyr 12 tall + 2 desimaler
- VARCHAR: Tekst (antall tegn i parantes)
- DATE:

Oppdateringer og endringer

Månedlig eller kvartalsvis dataoverføring etter samme definisjon:

- TRANSACTIONS: Innbetalinger siste x år
- AGREEMENT: Avtaler som har vært gyldige i løpet av de siste x år
 - o Startdato kan være tidligere enn x år
 - o Avtalen kan være avsluttet i løpet av perioden
- ACCOUNT: Grunndata-info på de Account_ID som leveres i transaction og agreements-fil
-

Filbeskrivelse

Her beskrives hvilke felt som skal overføres i de tre filene ACCOUNT, AGGREGMENT og TRANSACTION, samt i hvilket format og tolkning som skal gjøres.

Feltene separeres med semikolon.

Første rad kan inneholde kolonnetittlene, men dette er ikke nødvendig.

FIL 1 ACCOUNT

Account er grunndatatabellen/filen. Den skal inneholde nøkkelinfo om navnet, dog ikke informasjon identifiserer personen som f.eks navn, telefonnumre og fødselsdato.

Felter som må leveres er markert med N i NULL-kolonnen, og i grønn farge. Øvrige felt kan leveres blanke, men vil kunne forringe analysen.

FELT	DATATYPE	Kan være NULL (tomt)	FORKLARING
ACCOUNT_ID	NUMBER (22)	N	NavneID – unik ID pr. navn
GENDER_ID	VARCHAR2 (1)	N	Kjønn/Bedrift: (1-tegns kode leveres) K = Kvinne M = Mann U = Annen person B = Bedrift X = Annet
BIRTHYEAR	NUMBER (4)	Y	Fødselsår (YYYY)
ZIP_ID	VARCHAR2 (10)	Y	Postnummer
COUNTRY_ID	VARCHAR2 (2)	N	Landkode (NO for Norge)
RESPONSECHANNEL_ID	NUMBER (1)	Y	Responskanal (opprettelsesgrunn, hvordan kom dette navnet inn) (tallkode leveres) 1 = Feltverving 2 = DM 3 = TM 4 = SMS 5 = WEB 6 = Vipps 7 = Annet

FIL 2 AGREEMENT

Felter som må leveres er markert med N i NULL-kolonnen, og i grønn farge. Øvrige felter kan leveres blanke, men vil forringe analysen.

Felt	Datatype	NULL?	Forklaring
AGREEMENT_ID	VARCAHR2(30)	N	Unik ID per agreement / leveres med verdi 1 dersom agreementID ikke finnes.
ACCOUNT_ID	NUMBER (22)	N	Navneld – unikt for navnet
AGREEMENTTYPE_ID	VARCHAR2 (1)	N	M = Medlem, G = Fastgiver, A = Abonnement
YEARLY_AMOUNT	NUMBER (12,2)	Y	Avtalt årsbeløp (punktum som desimal-skill)
CURRENCY_ID	VARCHAR2 (3)	N	Default NOK = Norske kroner
INSTALMENTS	NUMBER(2)	Y	Antall avdrag/terminer
PAYMETHOD_ID	NUMBER (1)	Y	Betalingsmåte på avtalen (tallkode leveres) 1 = AvtaleGiro 2 = SMS 3 = Giro 4 = Betalingskort 5 = Vipps 6 = Annet
RESPONSECHANNEL_ID	NUMBER (1)	Y	Responskanal – årsaken/hvor fra avtalen blir opprettet (tallkode leveres) 1 = Feltverving 2 = DM 3 = TM 4 = SMS 5 = WEB 6 = Vipps 7 = Annet
STARTDATE	DATE	Y	Startdato YYYY/MM/DD
TERMINATIONDATE	DATE	Y	Avsluttdato avtale YYYY/MM/DD
PRODUCTTYPE	VARCHAR2 (2)	Y	FG = Fast giver, ME = Medlem, AB = Abonntent
AGREEMENT_NUMBER	INTEGER	Y	Avtalenr

PRODUCTTYPE: Dersom organisasjonen opererer med flere ulike produkttyper for for eksempel fast giver, så kan disse leveres som egne koder i tillegg til de 3 faste. Da må det gis beskjed om hva kodene er slik at de blir lagt inn og blir tolket riktig i importen.

FIL 3 TRANSACTION

Felter som må leveres er markert med N i NULL-kolonnen, og i grønn farge. Øvrige felter kan leveres blanke, men vil forringe analysen.

FELT	DATATYPE	NULL?	FORKLARING
TRANSACTION_ID	VARCHAR2 (30)	N	Transaksjonsid/betalingsid (unikt)
ACCOUNT_ID	NUMBER (22)	N	NavnelD
PAYDATE	DATE	N	Betalingsdato: YYYY/MM/DD
AMOUNT	NUMBER (22)	N	Innbetalt beløp (punktum som desimal-skille)
CURRENCY_ID	VARCHAR2 (3)	N	Valuta. NOK for Norske kroner
AGREEMENTTYPE_ID	VARCHAR2 (1)	N	M = Medlem, G = fast giver, A = abonnent, S = ikke avtale (hvis ikke M, G eller A).
PAYMETHOD_ID	NUMBER (1)	N	Betalingsmåte (Tallkode leveres) 1 = AvtaleGiro 2 = SMS 3 = Giro 4 = Betalingskort 5 = Vipps 6 = Annet
RESPONSECHANNEL_ID	NUMBER (1)	Y	Responskanal (hvor har de gitt gaven?) (Tallkode leveres): 1 = Feltverving 2 = DM 3 = TM 4 = SMS 5 = WEB 6 = Vipps 7 = Annet
PRODUCTTYPE	VARCHAR2(10)	N	(Tosifret kode leveres) FG = Fast giver ME = Medlem VA = Sporadiske gaver TG = Testamentariske og major donor NL = Næringslivsgaver NV = Nettverksgaver SA = Salg og arrangement, inkl abonnement. FO = Forening, Fond og Legater
AGREEMENT_NUMBER	INTEGER	Y	For knytning mot avtale

Definisjoner

Responskanaler

Med responskanal mener vi den kanalen «som konverterer» - der responsen faktisk kommer, selv om den rekrutterte kan ha vært bearbeidet gjennom en rekke forskjellige kanaler.

- **Feltverving (1)**
Rekrutteringer av typen D2D (dør til dør), F2F (face to face), rekruttering på stand, arrangementer osv.
- **DM (2)**
Omfatter all rekruttering som er basert på post og papir, innstikk eller annen kommunikasjon der «svarkupong» skal sendes tilbake.
- **TM (3)**
Rekruttering via telefon, enten arbeidet utføres «inhouse» av ansatte, frivillige eller av eksternt byrå. Oppgraderingssamtaler for å få sporadiske givere til å bli faste givere, «kalde samtaler» og ulike former for leadsoppfølging på telefon hører til her.
- **SMS (4)**
All rekruttering der påmelding/bekreftelse skjer via SMS.
- **Web (5)**
Rekruttering med digital online respons f.eks. via sosiale medier, egen nettside, digitalannonsering, DRTV og media.
- **Vipps (6)**
Det nye er at Vipps faktisk også er responskanal når satt opp med datadeling og der man får både påmelding og betaling i samme operasjon.
- **Annet (7)**
Andre kanaler for respons.

Områdekoder

Fundraising Monitor presenterer inntekter pr. inntektsområde (se definisjoner av inntektsområder i eget avsnitt). Flere innsamlingsprodukttyper kan inngå i hvert inntektsområde.

Områdekoder som skal benyttes

Kode	Tilhørende inntektsområde
FG	Avtalegaver
ME	Medlemsbetalinger
VA	Sporadiske gaver
TG	Store gaver og arv
FO	Foreningsgave, fond og legater
SA	Salg- og arrangement
NL	Næringslivsinntekter
NV	Nettverksgaver

Definisjon av inntektsområder

Avtalegaver

Med avtalegaver mener vi faste innbetalinger fra identifiserte personer som er basert på at det finnes en avtale mellom giver og mottaker om regelmessig overføring av gave, for eksempel:

- AvtaleGiro-gaver
- Fadderinnbetalinger
- Faste oppdrag i bank
- Fastgiverinnbetalinger
- Gavemedlemskap
- Lønnstrekk (payroll giving)
- Månedsgiver
- Recurring payments
- Repeterende kortbetalinger
- SMS-repeterende
- Støttemedlemskap
- Vipps faste betalinger

Sporadiske gaver

Med sporadiske gaver mener vi enkeltinnbetalinger fra anonyme eller identifiserte personer som følge av markedstiltak, direkte oppfordring gjennom enn eller flere kanaler, eller innbetaling som kommer tilfeldig, for eksempel:

- Web-gaver
- Bladgiro
- DM
- Enkeltgave til konto
- Kampanjer
- Tekstmeldingsgaver/ SMS-gaver («send kodeord til...»)
- Vipps til kortnummer
- Øvrige sporadiske gaver

Nettverksgaver

Med nettverksgaver mener vi gaver som blir innbetalt via et nettverksledd og overført samlet av en betaler eller fra en oppgjørsleverandør, med eller uten at de faktiske giverne er identifisert, for eksempel:

- Anledningsgaver
- Crowdfunding (for eksempel Spleis, iRaiser, Facebook)
- Basarinntekter
- Innsamlinger initiert av andre
- Jubileumsgaver
- Minnegaver (for eksempel Adstate)
- Åremålgaver

Næringslivsgaver

Med næringslivsgaver mener vi alle gaver og støtteoverføringer fra bedrifter og næringsliv, for eksempel:

- Alternative julegaver til ansatte
- Avtalegaver fra næringslivet
- Bedriftsmedlemskap
- Matching funds
- Payroll giving (lønnstrekk) – når innbetalingen føres på bedriften og ikke den ansatte
- Sporadiske enkeltinnbetalinger fra næringslivet
- Støtteannonser

Salgs- og arrangementsinntekter

Med salgs- og arrangementsinntekter mener vi betalinger for varer og tjenester, også virtuelle- og overprisede varer. Det er beløpet kjøperen betaler (ikke korrigert for eventuell merverdiavgift og/eller varekost) som skal benyttes i sammenstillingen. Salgs- og arrangementsinntekter inntektsberegnes på innbetalingstidspunktet.

- Abonnement
- Arrangementer
- Events
- Julemesser
- Kalendersalg
- Loddsalg
- Nettbutikk
- Overprisede varer
- Symbolske gaver
- Annet produktsalg

Medlemskontingenter

Med medlemskontingenter mener vi innbetalinger fra personer som er basert på at det finnes en avtale mellom medlem og organisasjon om regelmessig innbetaling for medlemskap. Medlemskontingenter inntektsberegnes på innbetalingstidspunktet.

- Fagforeningskontingent
- Familiemedlem
- Forbundscontingent
- Fylkeslagskontingent
- Husstandsmedlemskontingent
- Lokalinnkrevd kontingent
- Lokallagskontingent
- Medlemskontingent
- Sentralinnkrevd kontingent
- Æresmedlem

Store gaver og arv

Med store gaver og arv mener vi testamentariske gaver innbetalinger som ofte kommer som følge av målrettet innsats og markedsføring. Målrettet arbeid med å utløse testamentariske kan ha organisatoriske likhetstrekk med målrettet arbeid for innhenting av store gaver fra privatpersoner – såkalt «major donor fundraising», som begge antas å være umodne felt innenfor norsk fundraising. Vi definerer altså ikke store gaver utfra en beløpsgrense, men basert på hvordan man organiserer arbeidet med å utløse dem. Store gaver skal være utfordrende og betydningsfulle for giveren og et resultat av en personlig og strategisk relasjon og ofte utløst av et bevisst og målrettet arbeid.

- Arv, legacies, testamentariske gaver
- Filantropi
- Major donor
- Major gifts

Foreningsgaver, fond og legater

Med foreningsgaver, fond og legater mener vi innbetalinger fra enheter og organisatoriske innretninger som man følger opp og gjerne ser mulighet for å kunne utløse flere gaver fra over tid. Med i denne kategorien hører også gaveinnbetalinger fra ledd i egen organisasjon og andre grupperinger, foreninger/ frivillige enheter og sammenslutninger. Med fond og legater mener vi forvaltere av midler som deler ut midler til ulike formål etter søknad, f.eks Sparebankstiftelsen, Gjensidigestiftelsen m.m.

- Fagforeningsgaver
- Foreningsgaver
- Kollektor/ kirkegaver
- Legater
- Menighetsgaver
- Skoleaksjoner/innsamlinger (gaven gis av skolen, ikke fra enkeltpersoner)
- Stipend
- Støtte fra andre (organisasjoner) eller fra egne organisasjonsledd
- Tildelinger
- Årlig innsamlingsløp (runathons)

Annet

Noen viktige inntektskilder er fortsatt ikke nevnt. Vi har valgt å samle alle inntekter som ikke er så relevante for benchmarking i en egen gruppe.

- TV-aksjonen
- Artistgallaen
- Operasjon dagsverk
- lotterikonseptene (Pantelotteriet, Postkodelotteriet)
- alle former for institusjonelle og offentlige tilskuddsordninger (nasjonale og lokale)
- gaveforsterkningsordninger
- Norad-midler
- UD-midler

Betalingsmåter

Betalingsmåten beskriver hvilken betalingsløsningen som er benyttet for betalingen.

- **AvtaleGiro (1)**
- **SMS (2)**
- **Tilsendt giro (3)**
- **Betalingskort (4)**
- **Vipps (5)**
- **Annet (6)** : F.eks kontant og girooverføring