



Beleidsplan Stichting Macheo Nederland 2020 – 2024

		
OUR MISSION	OUR VISION	OUR PURPOSE
The mission of Macheo is to empower and protect vulnerable children and their communities so that they can lead a bright future.	Our vision is a society where children live happily in a safe, caring and stimulating environment.	Our purpose is to release restrained potential in children.

Introductie

In het eerste deel van dit document hebben wij onze lange termijn beleidsdoelstellingen voor 2020 tot en met 2024 vastgelegd.

In het tweede deel is het Jaarplan 2020 opgenomen.

Deze beide beleidsuitgangspunten vertalen zich in de Begroting voor de jaren 2020 t/m 2024 die wij in het laatste deel van het document hebben opgenomen.

Dit doen wij

Macheo, dat in het Kiswahili 'Dageraad' betekent, helpt kinderen in de sloppenwijken en plattelandsgebieden rondom Thika, Kenia. We helpen niet zomaar in het wilde weg, maar stemmen de hulp af op de behoefte van ieder kind. Zo leggen we een stevig fundament voor de toekomst.

Onze statutaire missie en doel is het direct of indirect, financieel of moreel, ondersteunen van Macheo Children's Organization NGO in Kenia en het creëren van maatschappelijke betrokkenheid bij en het vergroten van het draagvlak voor ontwikkelingssamenwerking.

Daarbij hanteren wij de volgende uitgangspunten

Met '*de loterij van het leven*' in gedachten, werken we compromisloos vanuit de volgende uitgangspunten:

- Onze doelgroep zijn de meest kwetsbare kinderen in de sloppenwijken en het platteland van Thika, Kenia
- Elk kind heeft recht op een veilige, liefdevolle, zorgzame en stimulerende familie
- Waar mogelijk werken we samen met de (lokale) overheid; we beconcurreren elkaar niet
- Wij geloven in de principes van effective giving en streven nadrukkelijk naar impact-maximalisatie

De historie van Macheo

In 2005 zegden Marnix Huis in 't Veld en Maureen Kromowirjo hun banen op om in Kenia aan de slag te gaan als vrijwilliger in een bestaand kindershuis. Marnix en Maureen (beide 1974) leerden elkaar kennen tijdens hun studie Personeel & Arbeid aan de Hogeschool van Rotterdam en Omstreken. Marnix werkte daarna als organisatie-adviseur en Maureen als personeelsadviseur.

Toen zij in 2005 in Kenia aankwamen, werden zij gegrepen door de erbarmelijke omstandigheden waarin kinderen leven in de vele sloppenwijken, soms zonder stabiele, stimulerende en liefdevolle omgeving. In slechte gezondheid, zonder veilige gezinssituatie en zonder onderwijs, ziet de toekomst er voor deze kinderen ronduit slecht uit. Marnix en Maureen wilden zich inzetten voor verbetering van de situatie. Marnix Huis in 't Veld is momenteel in Kenia de managing director van Macheo. Mede-oprichtster Maureen Kromowirjo is na enkele jaren in Kenia teruggegaan naar Nederland en is nu actief voor Stichting Macheo Nederland.

Dit is onze organisatie

De Stichting Macheo Nederland ondersteunt de activiteiten in Kenia. Het bestuur van de stichting werft fondsen, organiseert promotionele activiteiten, verzorgt de communicatie in Nederland, onderhoudt contacten met donoren en sponsors via nieuwsbrieven en draagt zorg voor de financiën.

De Nederlandse bestuursleden zetten zich voor honderd procent vrijwillig in, declareren geen onkosten en proberen zo min mogelijk overheadkosten te maken. Zo garanderen wij dat zoveel mogelijk sponsorgelden rechtstreeks terecht komen waar ze voor gegeven zijn: bij de kinderen in Kenia.

De wervings- en administratiekosten van de Stichting Macheo Nederland zijn vanaf 2020 gemaximeerd op 3% van de totale inkomsten.

Macheo Children's Organization is de uitvoeringsorganisatie in Kenia. Hier wordt al het dagelijkse werk uitgevoerd door het Keniaanse personeel. Behalve mede-oprichter Marnix Huis in 't Veld, zijn alle 130 medewerkers Keniaans. We werken alleen met niet-Keniaanse vrijwilligers in specifieke, kwaliteitsverbeterende projecten. Bij Macheo werken vrijwilligers nooit direct met de kinderen.

Macheo USA ondersteunt de organisatie vanuit Amerika.

Marnix Huis in 't Veld is in Kenia de managing director van Macheo.

Zo bereiken wij onze doelen

- Wij geloven in het geven van hulp op maat. Eén oplossing voor alle problemen is er niet, omdat de problematiek van deze kinderen té complex is voor eenheidsworst.
- Daarom bekijken wij de hulpvraag 'holistisch': we beoordelen het totaalplaatje in plaats van één geïsoleerd probleem aan te pakken.
- Macheo wil dat de te geven hulp een zo groot mogelijk effect sorteert met de middelen die voorhanden zijn. De hulp moet zoveel mogelijk sociale winst opleveren ('maximum social return of investment') zie: www.effectivegiving.nl
- We kijken bij het geven van hulp breder dan naar het ene individu dat de hulp ontvangt: we betrekken waar mogelijk de hele gemeenschap erbij en maken deze partner om de problemen op te lossen.

Onze gereedschapskist, de Macheo Methode

Door onze jarenlange ervaring hebben wij diverse effectieve methoden ontwikkeld waarmee wij nadat vastgesteld is wat de hulpvraag is aan de slag kunnen gaan. De methoden zijn onder te verdelen in een aantal hoofdcategorieën.

Het Kinderhuis

Macheo vangt 48 kinderen op in het kinderkuis voor wie het dagelijkse levensonderhoud wordt bekostigd alsook de schoolgelden. In het kinderkuis worden kwetsbare kinderen opgenomen, waar een veilige thuissituatie bij ontbreekt en voor wie (in)directe familieleden niet kunnen of willen zorgen. Macheo werkt aan stabilisatie van de thuissituatie, al dan niet met voortdurende financiële ondersteuning voor schoolgelden en/of levensonderhoud.

Het kinderkuis werkt in de opzet van zes kleinschalige huizen met een eigen huismoeder ('tante') reeds sinds 2011. Door de opzet van een kinderdorp kan meer individuele aandacht

aan de kinderen worden gegeven. Een zevende huis is specifiek voor te vondeling gelegde baby's.

Binnen het kinderhuis werken we aan drie hoofdthema's: traumaverwerking, werken met familie en kind aan re-integratie en goede dagelijkse zorg. Gemiddeld blijven kinderen 11 maanden in het kinderhuis voordat ze gere-integreerd worden.

Basisschool Programma

Het 'basisschool programma' zorgt ervoor dat kwetsbare kinderen naar school (blijven) gaan door hen op school onder meer een voedzame lunch te geven. Daarnaast krijgen de meest kwetsbare kleinste kinderen in de ochtend pap met voedingssupplementen. Ongeveer 70% van de schoolpopulatie maakt gebruik van het programma.

Op dit moment voedt Macheo ongeveer 7.000 kinderen per dag, verdeeld over 28 scholen.

Met een holistische benadering worden binnen dit programma alle belemmeringen aangepakt die kinderen ervan weerhouden naar school te komen. Zo worden ook veilige toiletgebouwen gerealiseerd, sportdagen georganiseerd en kinderen ondersteund in hun ontwikkeling.

Middelbare school Programma

Dit programma betreft het ondersteunen van kinderen in hun middelbare schooltijd. Dit zijn veelal kwetsbare meisjes, voor wie een vervolgopleiding uitstel van een (tiener)zwangerschap kan betekenen. Voor deze kinderen worden bijvoorbeeld schoolgelden, uniformen en boeken betaald. Ieder kind heeft een specifieke zorg- en daarmee donatie/financieringsbehoefte, de ouders dragen ook 35% van de schoolgelden bij.

Gezondheids Programma

Dit programma bestaat uit meerdere projecten, welke door verschillende sponsors worden gefinancierd. Hier valt onder meer het tienermoederprogramma onder en het project voor ondervoede kinderen onder de leeftijd van 5 jaar in de sloppenwijk Kiandutu.

Ook het mogelijk maken van behandelingen van individuele fysieke aandoeningen valt binnen dit programma.

Daarnaast geven Macheo's maatschappelijk werkers voorlichting door middel van seminars en inventariseren zij welke gezinnen Macheo kan helpen.

Gezinsondersteuning

Het Programma Gezinsondersteuning is gericht op het assisteren van ouders en verzorgers in het ouderschap en het verbeteren van hun zorgcapaciteiten. Dit wordt bereikt door middel van groepstrainingen, individuele begeleiding, opleiding, werktrainingen maar ook door het verstrekken van 'seed capital': start kapitaal.

Het verstrekken van 'seed capital' gebeurt binnen een begeleidingstraject door een Macheo maatschappelijk werker, waarin een micro-onderneming wordt gestart met een kleine schenking ('seed capital'). Voorbeelden zijn de aanschaf van een naaimachine, een eerste investering in handelswaar, etc. De focus ligt hierbij op 'single mothers' omdat deze groep het meest kwetsbaar is door beperkte toegang tot middelen en kennis, en deze vrouwen daarbij alleen de verantwoordelijkheid dragen voor het opvoeden van hun kinderen.

Macheo Algemeen

Hieronder vallen de overheadkosten van de Macheo Children's Organization NGO, zoals de afdelingen personeelszaken, communicatie, financiën, monitoring & evaluatie, de lokale accountantscontrole, kantoorartikelen en het salaris van de managing director in Kenia.

Monitoring en bijsturing

Macheo maakt gebruik van een zelf ontwikkeld dashboard waarmee de voortgang van de diverse programma's continu kan worden gevolgd. Indien noodzakelijk kan op korte termijn ingegrepen worden wanneer de uitvoering niet in overeenstemming is met de uitgangspunten. Door deze methode heeft Macheo de effectiviteit van de diverse programma's sterk kunnen verbeteren.

Beleidsdoelstellingen 2020 -2024

Helaas moeten wij constateren dat de hulpvraag in ons werkgebied zeer groot is. Onze primaire doelstelling voor deze beleidsperiode is daarom méér kinderen te helpen.

Meer kinderen helpen kan op verschillende manieren:

1. Verhogen van de effectiviteit in Kenia
2. Verhogen van de efficiëntie in Kenia
3. Vergroten van de inkomsten

De effectiviteit in Kenia gaan wij verder vergroten door te blijven investeren in een goed monitoring & evaluatie systeem, door strategische netwerken te creëren, en door participatie en zelfredzaamheid te vergroten.

Het vergroten van de efficiëntie in Kenia zullen wij stimuleren door te werken met een unit-cost calculatie, hierdoor wordt exact duidelijk wat één activiteit voor één specifiek gezin of kind mag kosten en wordt het personeel continu uitgedaagd om te streven naar kostenverlaging, zonder aan kwaliteit in te boeten. Hierbij is ook de intake zeer bepalend: welke kinderen, verzorgers of gezinnen worden er wel geholpen en welke niet?

Er zullen geen grote wijzigingen in de toepassing van de diverse activiteiten plaatsvinden. In Kenia wordt er ook hard gewerkt aan het vergroten van het aantal donaties in natura en aan het opstarten van inkomsten genererende projecten met een laag risico profiel.

Door onze fondsenwervingsactiviteiten nog meer te intensiveren zullen wij in staat zijn om onze inkomsten te vergroten. Deze ambitieuze doelstelling, uitgewerkt in het "Fundraisingplan 2020" maakt integraal onderdeel uit van het Jaarplan 2020. Kernpunten uit het fundraisingplan zijn "Macheo donor journey" en "Customized Six-cell grid".

macheo

Macheo donor journey

Be informed →



Awareness about Macheo's existence and its cause through personal networks (ambassadors) and/or social media

Communication should be informative, reach many people and be simple to understand

Care →



Interest in and care about Macheo and its cause

Encouragement, call-to-actions

Action →



Involvement, first donation in time or funds to Macheo

Start of relationship, genuine thank you, welcome

Conviction →



Be convinced that Macheo is serving a right cause and is a trustworthy organization

Honest, timely, complete, understandable reporting

Loyalty →



Macheo is top of mind, and commitment is high, multi-year donations

Consistency Maximize relationship in length and reciprocal value

Ambassador



Telling others about Macheo and encouraging others to do so also

Encouragement, gratitude, partnership

Customized approach via Six-cell grid

The approach of funding partners is also based on the six-cell grid. Every cell represents a “type” of funding partners. We believe that the funding partners’ situation and motivation deserves a specific approach in maintaining relationships or build new ones via acquisition.

Motivation to donate	Fundraising from others	Not fundraising from others
Impact	A	D
Emotion	B	E
Personal relation	C	F

- A. effected via Impact and ratio and willing to open their own network for Macheo
- B. effected via Emotion, touched by the work Macheo does and willing to open their own network for Macheo
- C. effected via personal relation and willing to open their own network for Macheo
- D. effected via Impact and ratio but not willing to open their own network for Macheo
- E. effected via Emotion, touched by the work Macheo does but not willing to open their own network for Macheo
- F. effected via personal relation and ratio but not willing to open their own network for Macheo

By using the six-cell grid we customize the approach per (prospect) funding partner as we believe they all important for Macheo and have their own drive to support.



Jaarplan 2020

Zoals blijkt uit het meerjarenplan en de -begroting stellen wij ambitieuze doelen voor de uitbreiding van onze activiteiten en de daarmee samenhangende fondsenwerving. Aangezien de uitbreiding van activiteiten voornamelijk gericht is op het effectief en efficiënt helpen van meer kinderen en niet op het ontwikkelen van nieuwe tools, zal de meeste aandacht van het bestuur van de Stichting Macheo Nederland gaan naar de intensivering van de fondsenwerving.

Onze aanpak en doelstelling ten aanzien van de fondsenwerving hebben wij uitgewerkt in het "Fundraising plan 2020" dat aan dit jaarplan is toegevoegd. Jaarlijks zullen wij dit plan evalueren en indien noodzakelijk aanpassen of aanvullen.

Tot op heden is de fondsenwerving op zeer succesvolle wijze uitgevoerd door de diverse bestuursleden. Wij zullen onderzoeken wat de voor- en nadelen zijn van meer professionele ondersteuning op het gebied van fondsenwerving. Indien wij daarvoor kiezen zal dat leiden tot hogere wervings- en administratiekosten. Deze kosten zijn op dit moment gemaximeerd op 1% van de totale inkomsten. Voor 2020 en de jaren daarna houden wij rekening met een maximum van 3%.

Begroting 2020 – 2024

	2020	2021	2022	2023	2024
Baten					
<i>Sponsorbijdragen en giften</i>					
Baten van particulieren	70.000	72.500	72.500	75.000	75.000
Baten van bedrijven	34.500	40.000	45.000	45.000	45.000
Baten van andere organisaties zonder winstoogmerk	525.500	600.000	700.000	800.000	900.000
	630.000	712.500	817.500	920.000	1.020.000
Lasten					
<i>Doelbestedingen</i>					
Macheo Kinderhuis	205.000	210.000	215.000	220.000	225.000
Basisschool Programma	180.000	196.500	216.500	241.500	266.500
Middelbare school Programma	42.000	58.500	78.500	103.500	128.500
Gezondheidsprogramma	87.000	103.500	130.750	154.250	177.750
Gezinsondersteuning	67.000	83.500	110.750	134.250	155.250
Macheo Algemeen	20.000	21.000	22.500	22.500	25.000
Specifieke Projecten	10.100	18.125	18.975	16.400	11.400
	611.100	691.125	792.975	892.400	989.400
<i>Wervings- en administratiekosten</i>					
Wervings- en administratiekosten Nederland	18.900	21.375	24.525	27.600	30.600
	630.000	712.500	817.500	920.000	1.020.000
Saldo van baten en lasten	0	0	0	0	0

December 2019

Fundraising plan 2020

stichting Macheo Nederland



OUR MISSION

The mission of Macheo is to empower and protect vulnerable children and their communities so that they can lead a bright future.



OUR VISION

Our vision is a society where children live happily in a safe, caring and stimulating environment.



OUR PURPOSE

Our purpose is to release restrained potential in children.

Table of Content

Fundraising plan 2020	1
Chapter 1: Introduction	3
Chapter 2: Major Funding Partners	4
Maintaining current major funding partners	4
Growing funding partners.....	4
Acquisition on identified prospect major funding partners	4
Acquisition of new prospect major funding partners	4
Personal networks	4
Cold acquisition	5
Chapter 3: Increasing number of donations from foundations.....	5
Chapter 4: Increasing number of donations from individuals	5
Tooling for crowdfunding.....	6
Branding	6
Chapter 5: Relationship management	6
Steppingstones for building and maintaining relationship.....	6
Identifying.....	6
Donor Journey.....	7
Customized approach via Six-cell grid	7
Chapter 6: Reporting	8
Chapter 7: Communication and Social Media: inspiration and activation	8

Chapter 1: Introduction

Macheo is addressing needs for people with very little other opportunities. This gives Macheo the moral obligation to address as much of these needs as possible. There are 4 factors crucial in maximizing our impact:

- good needs identification
- high quality of service delivery
- good networking
- financial resources

Growing Macheo's financial resources can be done in two ways: increase donations and grow revenues from our Income Generating Activities. This document only covers the way to increase donations. How to grow the profits from Income Generating Activities in Kenya is covered in a different document.

Macheo distinguishes different categories of funding partners:

- Major Funding Partners
- Foundations
- Individuals

The approach of funding partners is also based on the six-cell grid. Every cell represents a "type" of funding partners. Every funding partners' situation and motivation deserves a specific approach in maintaining and also building relationships via acquisition. (see chapter relationship management).

Main opportunities to grow the donations is through the growth of Macheo's major funding partners and through getting more smaller donations. This document aims to explore the possibilities to increase our financial resources. Around 2/3 of Macheo's income is coming from "major funding partners¹". Currently 18 funding partners are regarded by Macheo as major funding partners.

Within Macheo a CRM system is actively used. Information about existing and potential funding partners can be found in the CRM.

¹Macheo regards anyone who donates over 1M KES, 10.000 USD, €10.000 or £10.000 as a major funding partner

Chapter 2: Major Funding Partners

Besides maintaining relationships with current funding partners and encouraging them to increase support, we also expand our partnerships by acquisition.

Note: In Major Funding Partners also the Major Foundations included.

Maintaining current major funding partners

The decisions are being made by people, also when they represent major funding partners. In the past we have wrongly assumed a strong linkage between bigger amounts and being impact oriented. Emotional giving also happens in boards of major funding partners. A good balance needs to be maintained and we need to try to know the decision makers well enough to be able to judge how best to appeal to them. A safe option in communication and presentation is to aim to appeal to both the impact-oriented and emotional decision makers.

Growing funding partners

Via maintaining relationships with current funding partners, we inform them frequently about Macheo's vision, impact, current and future goals, innovations and plans. We encourage the current Funding Partners to support growth of Macheo by being an attractive and impactful partner for them.

Investing in relationships with non-major funding partners who are able to grow to a major funding partner is also incorporated.

Acquisition on identified prospect major funding partners

New major funding partners can be found within and outside Macheo's current network. Major funding partners coming mainly out current network. Expanding our network in all four countries (NL, UK, US, KE) has to be one of the main actions in 2020 and must be supported by the entire Macheo organization. This document covers the actions only to be undertaken in the Netherlands, through stichting Macheo Nederland.

For the realization is important that boards usually consist of different people representing different motivations to support.

Acquisition of new prospect major funding partners

Via two ways we identify and acquire new prospects:

1. Through personal networks
2. Cold acquisition

Personal networks

New prospects through personal networks have a much higher transition rate from prospect to funding partner. The major reason for not giving (being unaware of Macheo, or not being sure whether Macheo is a trustworthy organization) have already been addressed when the prospect is approached by someone they trust.

For Macheo to be able to utilize the personal networks well, some actions will be taken:

- Growing the number of people who are willing to utilize their personal networks
- Encouraging and enabling them to communicate well about Macheo
- Deliberately grow and utilize the networks of Macheo's biggest ambassadors

Cold acquisition

Cold acquisition is difficult, but also a chance to grow networks. It needs a serious investment in time, mostly by staff or ambassadors who don't have large personal networks or feel less comfortable using or growing their personal networks.

As a general rule of thumb: the ambassadors who have, can grow and are willing to use their networks should be spending their time doing so, since it has highest chances of success. Macheo Kenya can facilitate in delivering donor material (presentation, background stories, pitch info etc.).

Chapter 3: Increasing number of donations from foundations

In the Netherlands there are a many smaller to midsize foundations. Via desk research the similarity in visions/goals between Macheo and the prospect foundations have to be matched before approaching. This is the identifying phase, organizations who have gone through this phase will have the following label in CRM:

1. Prospect to be determined (leads that we have to look into)

After the identifying phase is already executed and in the CRM we use two labels:

2. Prospect (leads we have looked into and that seem a good fit for Macheo)
3. Prospect unfit for Macheo (leads we have looked into and that don't seem a good fit for Macheo)

Currently 95 organizations are tagged as "prospect to be determined".

Chapter 4: Increasing number of donations from individuals

The donations from individuals nowadays arise mainly from personal networks or relations.

Macheo needs to make it easier for people to donate spontaneously, and with smaller donations. On the one hand this needs an improvement of tooling for the individual funding partners and on the other hand the brand awareness of Macheo has to be pushed to reach more individual funding partners, for this social media is very useful (see chapter Communication and Social Media). Macheo can also reach out more for crowdfunding donations (e.g. specific donations for specific interventions, the current way of working with unit costs and dashboards fits well into this).

Tooling for crowdfunding

Macheo will work on tooling in 2020.

Point of attention is that this individualized approach has to balance individual exposure of a needy individual and the fundraising objectives. This can be done through maintaining very strict discipline that any communication is always anonymous, dignified and, where possible, with informed consent.

Best example of an organization who has done this well is:

- KIVA (www.kiva.org). Their model is urgent, personal, appealing and transparent.
- Download site van KWF acties.kwf.nl is also a good example of giving individuals tools to raise for Macheo.

It is our belief we can create something very similar. Macheo needs to find a volunteer graphic designer who can easily do this for us.

Branding

A structured social media approach helps keeping Macheo “top of mind” and raises more awareness. More about this in chapter Communication and Social Media.

Chapter 5: Relationship management

Macheo uses a structured approach for managing the interaction with existing and prospect funding partners. For the tone of voice the approach is customized based on the six-cell grid in which every cell represents a “type” of funding partners.

The relationship management process is also digitalized in a CRM system in which all data from a range of different communication channels is captured.

All major donors should have individualized contact at least 7 times per year. This can be the formal reports (at least 3 per year) but should be combined with at least 4 personal contact moments (meetings or individual e-mails) showing them their impact and our gratitude.

Steppingstones for building and maintaining relationship

For building and maintaining relationships with (prospect) funding partners Macheo uses steppingstones. For the execution we generally use two steppingstones; Identifying and the Donor Journey.

Identifying

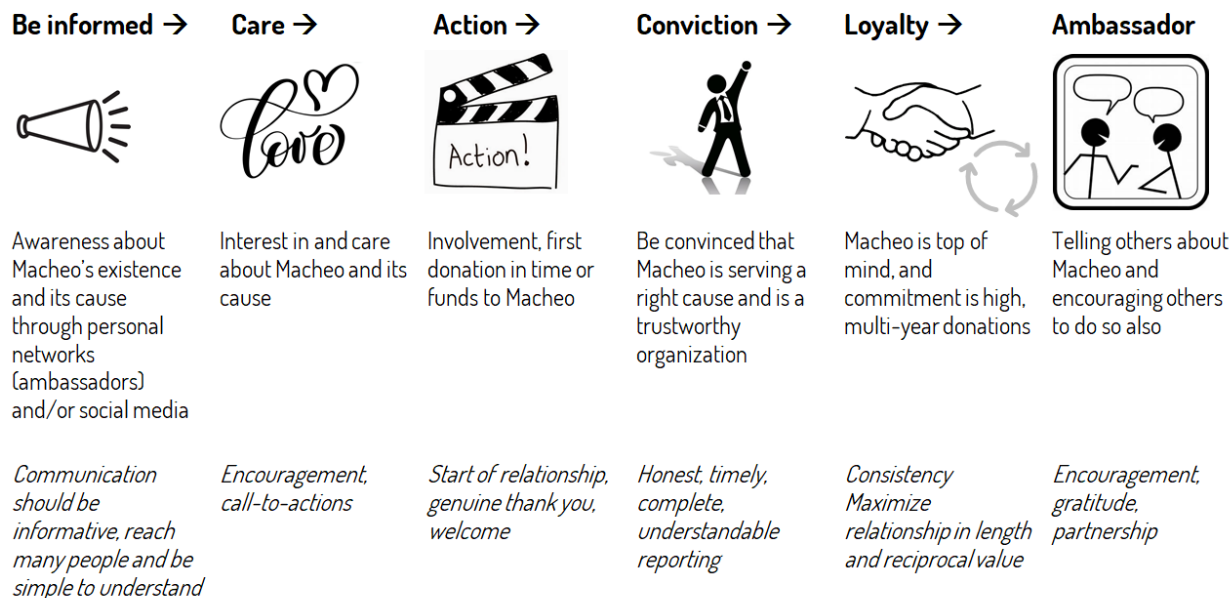
The identifying phase is a continuous process and acts as a funnel to select valuable prospects. After identifying the potential prospect, we map the prospect in terms of value (which is more than only financial value). If we think that there are shared values, we start registration in CRM and list the potential as a valuable prospect. The last step before we start the donor journey is that we identify how to recruit the valuable prospect.

Donor Journey

Macheo's donor journey and matching communication looks like this:

macheo

Macheo donor journey



Customized approach via Six-cell grid

The approach of funding partners is also based on the six-cell grid. Every cell represents a "type" of funding partners. We believe that the funding partners' situation and motivation deserves a specific approach in maintaining relationships or build new ones via acquisition.

Motivation to donate	Fundraising from others	Not fundraising from others
Impact	A	D
Emotion	B	E
Personal relation	C	F

- A. effected via Impact and ratio and willing to open their own network for Macheo
- B. effected via Emotion, touched by the work Macheo does and willing to open their own network for Macheo
- C. effected via personal relation and willing to open their own network for Macheo
- D. effected via Impact and ratio but not willing to open their own network for Macheo
- E. effected via Emotion, touched by the work Macheo does but not willing to open their own network for Macheo
- F. effected via personal relation and ratio but not willing to open their own network for Macheo

By using the six-cell grid we customize the approach per (prospect) funding partner as we believe they all important for Macheo and have their own drive to support.

Chapter 6: Reporting

A reporting regime is used within Macheo. All funding partner communication is planned in CRM, so that anyone can follow up.

The set-up of the reports is based on two perspectives:

- From a funding partner perspective; appealing to both the rational funding partner (sound financial information and proven impact) as well as to the emotional funding partner (stories and pictures), making fundraising funding partners proud and willing to “share” in their network
- From Macheo’s perspective; quick and easy to make, scheduled and on time.

Macheo will invest in 2020 in improving the reporting methodology, as the current method is too time-consuming. The reports have to be easy to make.

Chapter 7: Communication and Social Media: inspiration and activation

The main goal of communication for Macheo is to inspire and activate existing and prospect funding partners.

In Q4 of 2019 Macheo invested in improving the website and the use of the social media channels (facebook, Instagram, twitter, linkedin). With this fundament Macheo will be very active on social media in 2020. Goal is reaching out, branding Macheo, create brand awareness and locking in current funding partners, prospects and ambassadors.

On facebook, Instagram and twitter we will post 3 times per week and always prepare this in advance. Facebook Analytics is a useful tool in which Macheo’s success in social media can be compared to comparable organizations’ social media success, this will be the next step.

For 2020 we will focus on 3 “themes”:

1. **human interest stories:** stories of beneficiaries and staff members. Target audience is emotional connection
2. **show impact:** examples of lowering unit costs, dashboards. Target audience is effective giving fans, impact focused audience
3. **about Kenya:** cultural stories, dollar street, beautiful images to sell Macheo safaris, but also about trends; i.e. youth unemployment, national debt, statistics. Target audience is people interested in Kenya, NGO’s and supporting children with needs in Africa.

The impact and/or Kenya topics can also be published on LinkedIn with more explanation and background.

The website will also have an active “news” section.

The Kenyan team will post for stichting Macheo Nederland, but we can still add specific country information if we wish to do so.

Other communication channels are the newsletter, annual report, reports, proposals, website, presentations.

The newsletter is the only medium we have which is actively approaching people, therefore it is still important and should be published 6 times per year.

Annual report will be ready by 1st of March, and should contain a link to the officially external audited accounts.