

# 隨堂小測驗！



<https://goo.gl/YWDVR1>

# netiCRM

## 專為NPO服務的雲端支持者關係管理系統

讓我們挺你，用聰明的方法改變世界

服務網站：[netiCRM.tw](http://netiCRM.tw)

聯絡我們：[support@netivism.com.tw](mailto:support@netivism.com.tw) , [faith76717@netivism.com.tw](mailto:faith76717@netivism.com.tw)





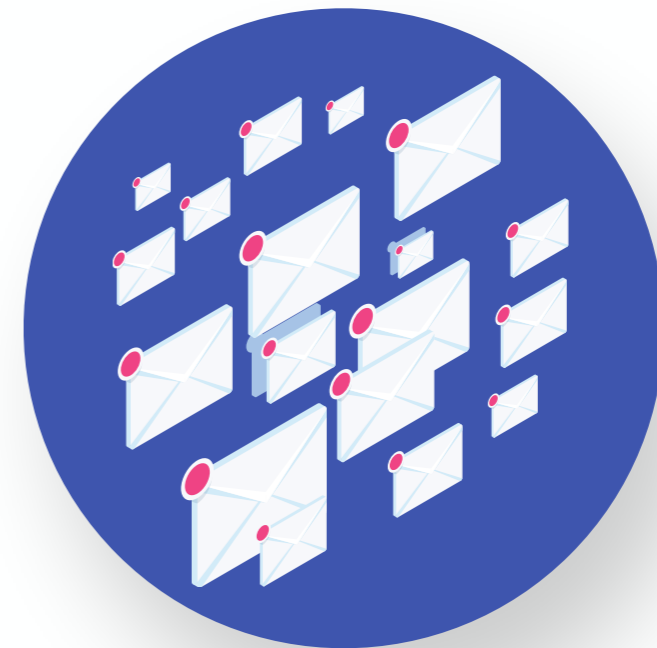
netiCRM工作坊/教育訓練



課後提供簡報



圖文教學手冊



客服系統



01

募款頁～金流頁



02

募款頁設定



03

欄位表單



04

討論/交流



**01 填寫>確認資訊**  
**(CRM站台)**

**02**  
**跳到金流頁面**  
**填卡號、執行刷卡**  
**(金流端)**



**03**  
**金流端扣款後**  
**把「扣款狀況」**  
**回傳給CRM**





文案

付款選項

感謝禮

個資表單


收據表單



 預設a

 預設b

 預設c

 預設d

 自訂1

 自訂2

 自訂3

 自訂4

表單X

 預設a

 預設b

 預設c

 預設d

表單Y

 預設c

 預設b

 預設a

 自訂2

 自訂1

表單Z

 自訂1

 預設a

 自訂2

 預設b

 自訂4

 自訂3



# 單筆募款頁



# 定期募款頁



### 「捐款基本資料」表單

▶ Email

▶ 姓、名

▶ 性別

▶ 捐款留言

▶ 身分證

▶ 手機

▶ 地址

### 「收據資訊」表單

▶ 是否需要收據

▶ 收據抬頭

▶ 報稅憑證

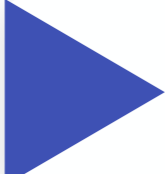
▶ 徵信名稱

!!!



 預設a

 預設b

 預設c

 預設d

 自訂1

 自訂2

 自訂3

 自訂4



自訂1



自訂2



自訂3



自訂4

 自訂1

 自訂2

 自訂3

 自訂4

 自訂1-1

 自訂1-2

 自訂1-3

 自訂2-1

 自訂2-2

 自訂2-3

 自訂1

 自訂2

 自訂3

 自訂4



自訂欄位群組

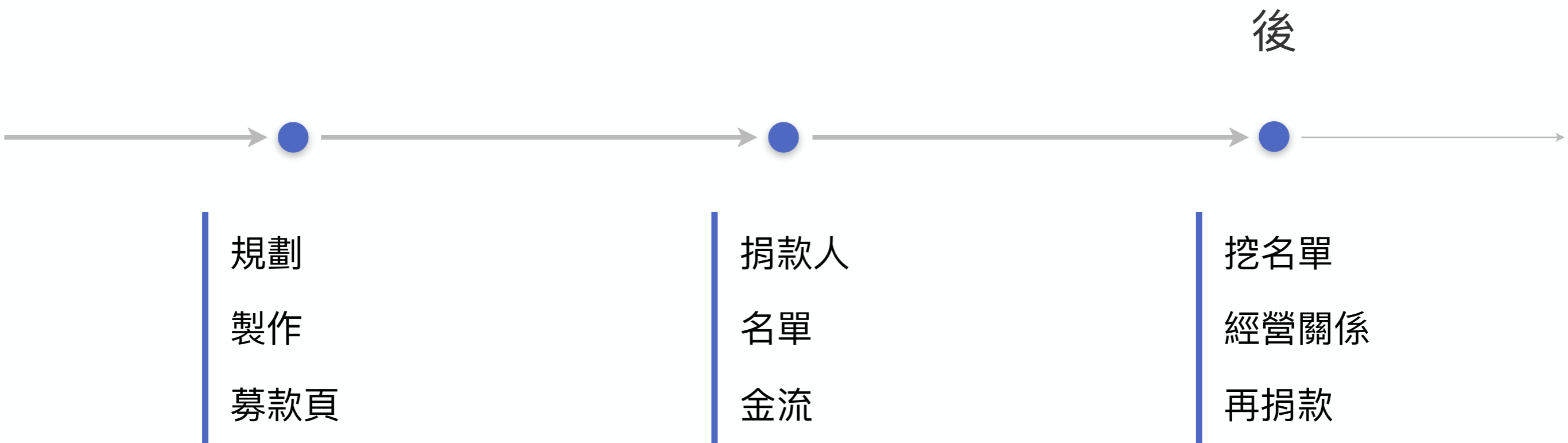
# 小組討論

對欄位或表單進行全盤規劃/統整，  
好讓內部同仁協力？

小組討論後，推派一位分享。



# 捐款了，然後呢？





# 捐款了，然後呢？

01

經營關係

02

如何經營

03

具體而言

04

討論/交流



為什麼要**經營關係**？

!!!

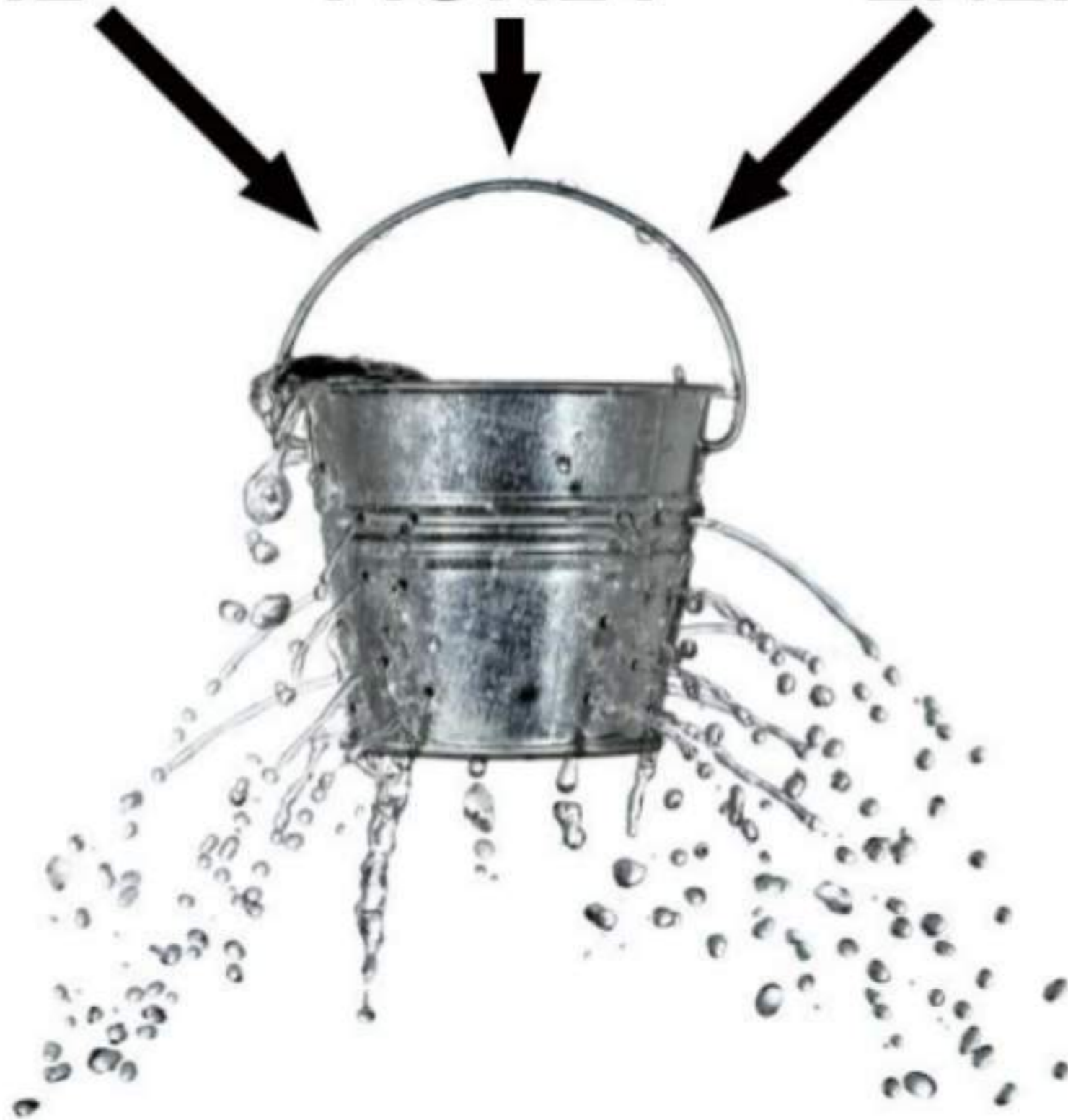


只捐一次

**TIME**

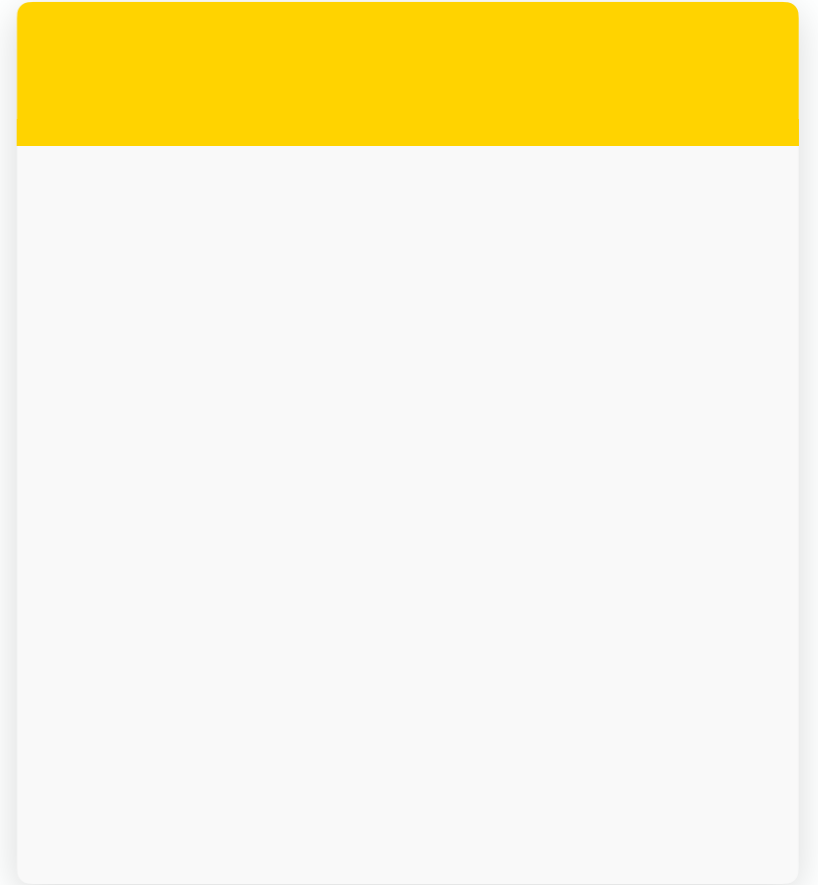
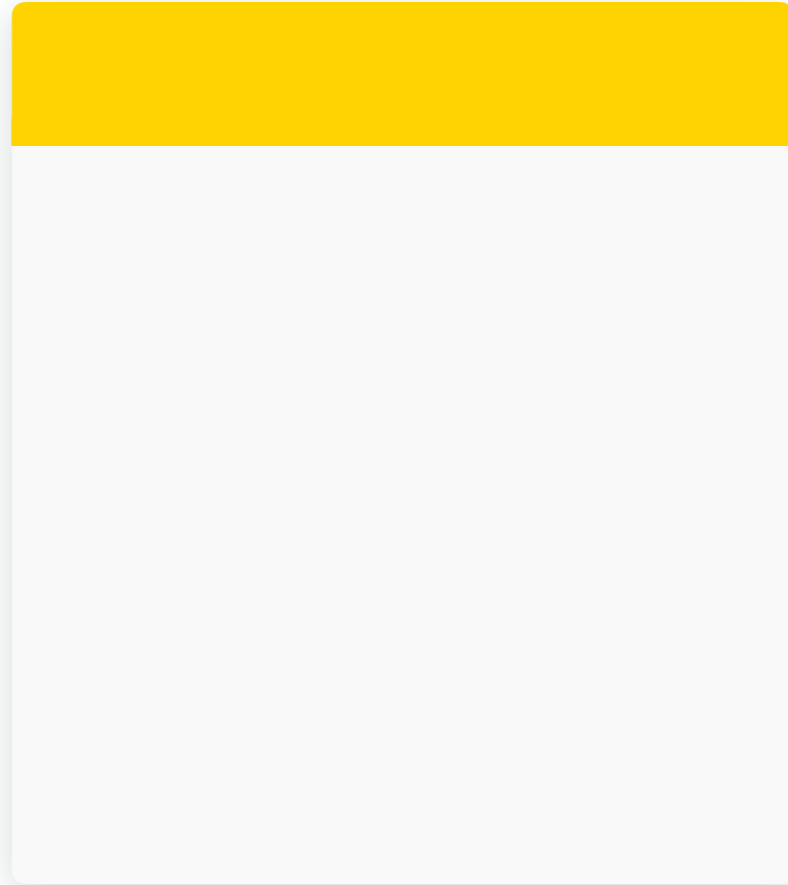
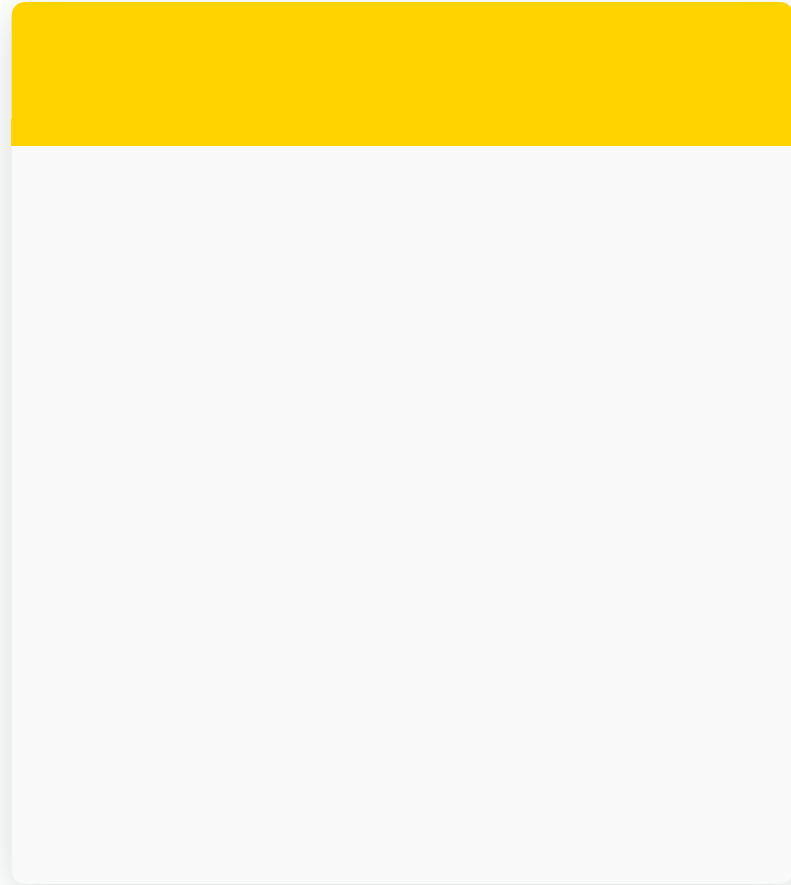
**MONEY**

**ENERGY**



# Keyword : Donor Retention Rate

---



# Keyword : Donor Retention Rate

---

成本



# Keyword : Donor Retention Rate

成本

開發比留下多

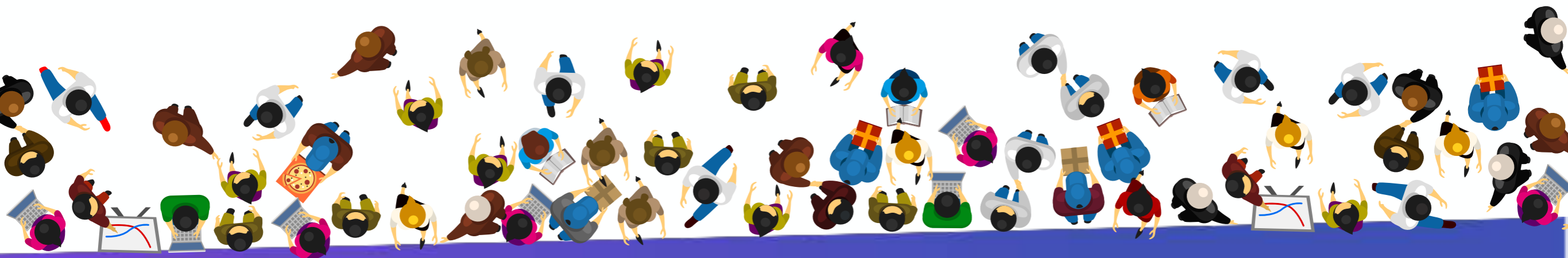


# Keyword : Donor Retention Rate

成本

開發比留下多

4~7倍





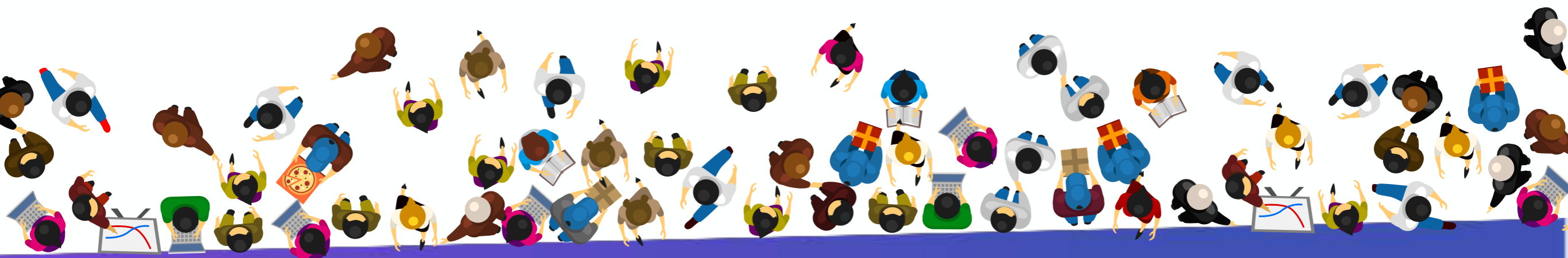
# Keyword : Donor Retention Rate

成本

開發比留下多

4~7倍

捐款人回捐率



# Keyword : Donor Retention Rate

成本

開發比留下多

4~7倍

捐款人回捐率

45.5%

2018-Fundraising-Effectiveness-Survey-Report



# Keyword : Donor Retention Rate

成本

開發比留下多

4~7倍

捐款人回捐率

45.5%

2018-Fundraising-Effectiveness-Survey-Report

新捐款人的回捐率

23%

2016 FEP Donor Retention Supplement



為什麼要經營關係？

!!!



到底有什麼關係？

!!!





## 捐款人離開的原因

---

- 無法負擔更多捐款
- 根本不記得有捐過款\*
- 搬家
- 仍然支持這件事，但用別的方式支持
- 輪流捐贈某幾個組織
  
- 覺得組織不再需要他們的捐款
- 從來沒有被提醒過再次捐贈
- 覺得NPO的溝通不恰當或無關
- NPO沒有告知捐款人：捐款如何被使用
- NPO要求捐款太頻繁、或是要太多錢

# 經營關係，很抽象？

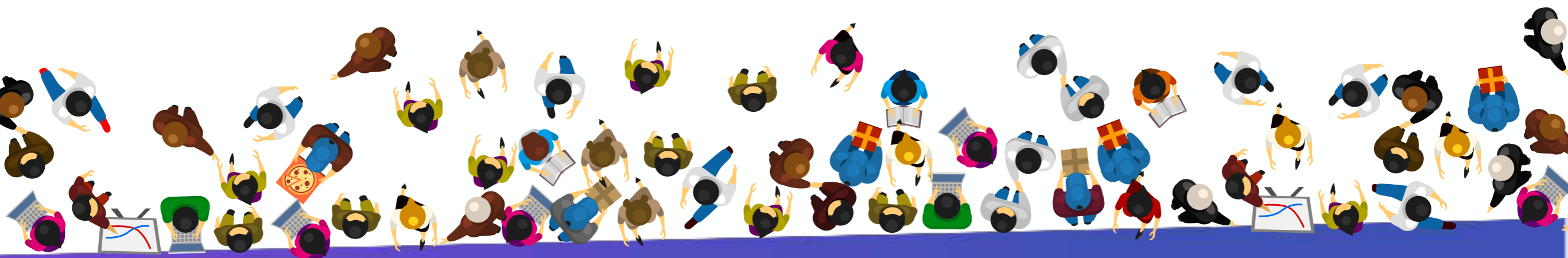
捐款的影響

60%

再次捐款

7個月後

63%





本日金句：

先有關係的持續，  
才有捐款的發生。





再具體一點！

!!!





## 如何陪伴捐款人走一段長久穩定的旅程？

2017-11-14

林摩根

[觀看影片](#) [觀看簡報](#)



# 如何陪伴捐款人走一段長久穩定的旅程？

2017-11-14

林摩根

[觀看影片](#) [觀看簡報](#)

Aware / Familiar

Considering / Evaluating

First Time Engagement

Ongoing Engagement

Strong Supporter

Vocal Supporter / Advocate

	Aware / Familiar	Considering / Evaluating	First Time Engagement	Ongoing Engagement	Strong Supporter	Vocal Supporter / Advocate
Donor Needs	"I stay up to date on organizations through <u>unbiased sources</u> ."	"Organizations must share my vision of <u>investing wisely</u> ."	"I choose ORG because they are a trustworthy organization that <u>funds research, spends wisely, and has longevity</u> ."	"I'll donate or participate again if <u>I know my efforts were appreciated because this builds trust</u> ."	"I'll continue supporting ORG because they've proven that <u>the money goes to the cause</u> ."	"I want others to <u>help me make good choices with their donor dollars</u> ."
Value Prop	ORG is spending donor funding wisely – investing where we get the biggest return.	ORG has a history of knowledge to support the most promising research and most impactful services.	Saving and improving lives for over ## years. # Nobel Prize Winners Supported.	Your support has touched ## individuals.	ORG – making a difference in the world with you and for you by putting money where it can have the greatest impact.	We're prioritizing together. Let's go smarter.
Content	<ul style="list-style-type: none"> <li>Support Services</li> <li>Mission Overview</li> <li>Org History</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impact Report</li> <li>Testimonials</li> <li>Org History</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ways to Support</li> <li>Testimonials</li> <li>Org History</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Your Impact</li> <li>Latest Research</li> <li>Service Testimonials</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Your Impact</li> <li>Latest Research</li> <li>Service Testimonials</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Forward a Friend</li> <li>Latest Research</li> <li>Work collateral</li> </ul>
Media	<ul style="list-style-type: none"> <li>Public Relations</li> <li>Health Sites</li> <li>Radio/TV/Print</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Word of Mouth</li> <li>Display</li> <li>Print Radio/TV</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Word of Mouth</li> <li>Direct Mail</li> <li>Email</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Phone</li> <li>Direct Mail</li> <li>Email</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Phone</li> <li>Direct Mail</li> <li>Email</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Phone</li> <li>Direct Mail</li> <li>Email</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Event Collateral</li> <li>Facts &amp; Figures</li> <li>Health Guides</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Event Overview</li> <li>Facts &amp; Figures</li> <li>Health Guides</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Services Offered</li> <li>Facts &amp; Figures</li> <li>Thank You</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Services Offered</li> <li>Facts &amp; Figures</li> <li>Thank You</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Services Offered</li> <li>Facts &amp; Figures</li> <li>Thank You</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Personal site</li> <li>Facts &amp; Figures</li> <li>Thank You</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Events</li> <li>Social</li> <li>Search / Site</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Events</li> <li>Social</li> <li>Search / Site</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Display</li> <li>Social</li> <li>Search / Site</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Display</li> <li>Social</li> <li>Search / Site</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Microsite</li> <li>Social</li> <li>Search / Site</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Microsite</li> <li>Social</li> <li>Search / Site</li> </ul>

Clip slide

表格



# 設計你的捐款者旅程



想想看，還有什麼互動方式呢？

# 互動的方式，還可以是？

捐款感謝信

電子報

打電話

拜訪/來訪

影片

活動碰面

社群媒體  
互動

感謝禮

紙本



# 互動內容除了感謝，還可以是？

歡迎加入

組織近況

填問券

專案更新

臉書分享

活動邀請

告訴朋友

連署串連

邀請來訪

倡議議題

當志工



互動內容可以是...

近況更新



親愛的 Jimmy Huang：

當您看到這封電郵的時候，我們6名義工已安全返回「希望號」，結束在蜆殼石油SHELL北極鑽油平台高空留守的行動。

由於太平洋的天氣即將轉趨惡劣，海浪高低起伏將可達7米，令留守行動出現一定風險。為安全起見，我們決定離開鑽油平台，返回「希望號」繼續追蹤、監察SHELL北極鑽油平台的任務。

安全，是唯一能讓我們離開的原因，卻未能成為SHELL放棄到北極鑽油的理由。



也可以是...  
成功捷報！

GREENPEACE 綠色和平



**WOOHOO**

亞馬遜巨型水壩項目：  
撤回！

SAVE THE HEART OF THE AMAZON

全球聚焦巴西奧運，每位健兒搏到盡；在巴西另一邊，亞馬遜原住民亦為家園頑抗到底，他們成功了！

親愛的 Jimmy Huang：

巴西政府計劃在亞馬遜其中一條重要支流—塔帕若斯河（Tapajós River）興建大型水壩，勢將摧毀當地原住民家園和珍貴生態。

幸而，巴西環境部門剛剛傳來好消息：[取消這個水壩項目的發展許可。](#)



# 也可以...邀請捐款人分享資訊

親愛的贊助者 你好

謝謝你的捐款，我們會謹慎運用這份資源，讓台灣成為對環境更友善的島嶼。

邀請你一起把這個資訊分享出去，讓更多人可以協助這個行動：

<https://rethinktw.neticrm.tw/civicrm/contribute/transact?reset=1&id=2>

也歡迎持續追蹤我們的活動，海灘見！

RE-THINK團隊 致謝



要寄給誰？

!!!



## 主動關懷捐款人



找出近期內第一次捐款人，好好傳達你的感謝吧～這會是維持關係啟動更多參與的第一步！



該寄送成果報告或專案進度給這些捐款人囉～然後要寄送募款信時，也別忘了排除這些捐款人。



去年有捐款，但今年尚未捐，建議寫封信問候關心一下，並提供今年的募款專案給支持者參考。



這些支持者可能捐款動機不夠強，這時候不要寄送募款活動了，改為寄送組織努力的成果或影響，加強他們的捐款動機吧！

## 挖掘潛在捐款人



已經捐三筆捐款了，代表很有愛，可以邀請他們來定期定額囉！



定期定額快要到期的捐款人，是時候開始進行換置了。



快速找出那些參加過活動但尚未捐過款的支持者，邀請他們捐款支持。



# 首次捐款人

找到首次捐款人 - 從   (重填) 至   (重填)

捐款狀態  已完成  待處理  已取消  已失敗

定期捐款  所有  定期捐款  非定期捐款

募款頁  

## ●最佳時機

- 前2~6 週的關鍵時刻
- 建議每隔兩週~一個月做一次，排入固定週期的工作流程

# 捐款失敗後，七天內沒有再次捐款

- 可搜尋2~15天
- 主動了解原因
- 最佳時機：每週處理

# 近六個月有捐過款

- 搜尋條件可自行設定1~12個月
- 正向應用的最佳時機
  - 三個月、半年、一年寄送進度更新或成果報告
- 反向應用
  - 儲存為智慧群組，用來排除

# 去年有捐但今年尚未捐

已有捐款

日期 從:   (重填) 至:   (重填)

收到金額總計 最少:  最多:

尚未捐款

日期 從:   (重填) 至:   (重填)

- 最佳時機：下半年，如每年7~10月

# 即將到期的定期定額

- 可選擇剩餘1~6期
- 最佳時機：每個月操作



# 單筆捐款滿三次

■ 設定搜尋條件

單筆捐款滿  次

收到日期 - 從   (重填) 至   (重填)

- 最佳時機：每年轉換一次
- 注意：無法排除離線定期捐款人。

# 參加過活動但尚未捐過款

## ■ 設定搜尋條件

已登記, 出席: 大於或等於「5」次 **搜尋**

報名日期 - 從



(重填) 至



(重填)

- 最佳時機：辦完活動後的1~2個月



## 捐款人離開的原因

---

- 覺得組織不再需要他們的捐款
- 從來沒有被提醒過再次捐贈
- 覺得NPO的溝通不恰當或無關
- NPO沒有告知捐款人：捐款如何被使用
- NPO要求捐款太頻繁、或是要太多錢

# 善用捐款加速器，製造和捐款人互動的機會

<u>捐款人離開的原因</u>	<u>捐款加速器幫你分類捐款人</u>	<u>你可以如何互動</u>
覺得組織 不再需要他的捐款	捐款失敗後，七天內尚未捐款的	頻繁每週去做，主動去了解原因，讓捐款人覺得組織需要他
從來沒有 被提醒過再次捐贈	去年有捐但今年未捐	跟他說組織最近一年做到的事，並提醒他再次捐款
覺得NPO的溝通 不恰當或無關	即將到期的定期定額、單筆捐款滿三次、參加過活動但尚未捐過款	邀請他持續支持組織，或用不同方式支持組織
NPO沒有告知捐款人： 捐款如何被使用	最近六個月有捐款的	跟他更新組織的近況、告訴她她的捐款如何被使用
NPO要求捐款太頻繁、 或是要太多錢	找到首次捐款人	邀請更多參與、請他來參觀組織、請他分享

互動文、互動信  
要**怎麼寫**啊啊啊？

!!!



# 核心準則、非做不可

- 最佳時機！
- 寄件者與主旨
- 感謝不嫌多

# 核心準則、非做不可

- 最佳時機！
- 寄件者與主旨
- 感謝不嫌多
  - 感謝你的捐款或支持 / 多虧了你

# 核心準則、非做不可

- 最佳時機！
- 寄件者與主旨
- 感謝不嫌多
  - 感謝你的捐款或支持 / 多虧了你
  - 謝謝你跟我們一起 / 因為有你...



# 核心準則、非做不可

- 最佳時機！
- 寄件者與主旨
- 感謝不嫌多
  - 感謝你的捐款或支持 / 多虧了你
  - 謝謝你跟我們一起 / 因為有你...
  - 你做到了 / 我們快達成了...

## 成功了！ZARA 承諾無毒生產

Greenpeace 綠色和平 <gp\_china@mailing.greenpeace.org>

2012年11月30日

回覆: gp\_china@mailing.greenpeace.org

收件者: jimmy@netivism.ccm.tw

If you are unable to see the message below, [click here to view](#).

(請不要回覆此電郵。如閣下未能閱讀此電郵，請按 [此處](#)。)

GREENPEACE 綠色和平



你好 Jimmy Huang，歡迎瀏覽綠色和平電子通訊



### 最新消息：ZARA承諾時裝「去毒」！

感謝您促成全球最大的服裝零售商ZARA承諾無毒生產！

# 核心準則、非做不可

- 照片

- 大張

- 聚焦在人物 / 動物

- 故事

- 主詞 + 動詞

- 多用進行式





一台三輪車頂著烈陽行駛在田野間，她是門諾基金會的個案，也是送餐志工藍大姐，藍大姐因罹癌及慢性病纏身，四年前接受門諾基金會送餐服務。談起過往，藍大姐說那時候的她只知道怨天尤人，每天關在家裡與電視對望，求職也四處碰壁，閒來無事想到傷心處只會哭，她說那時的她是個手心向上到處尋求資源的人，社工不斷開導、不斷陪伴希望她能正向思考，最後在社工鼓勵下，藍大姐成為了門諾基金會配送點的志工，這麼一來不僅能走出戶外，還能幫助其他更多的弱勢長輩，最重要的是送餐志工的津貼也能讓藍大姐的生活改善。

藍大姐一做八個月過去了，每天時間一到都會準時在家門口等送餐車，點好六的便當，踩著三輪車協助將餐食送到個案家，關心個案有沒有好好吃飯、有沒有不舒服、有沒有跌倒，她幫助了更多其他的弱小弟兄也交了許多朋友，藍大姐說，現在的她很喜樂，因為她變成了手心向下的人。

大姐做志工一做八個月過去了，  
每天時間一到都會準時在家門口等待送餐車，  
點好六個便當，  
踩著三輪車將餐食送到個案家，  
關心個案有沒有好好吃飯、  
有沒有不舒服、有沒有跌倒...

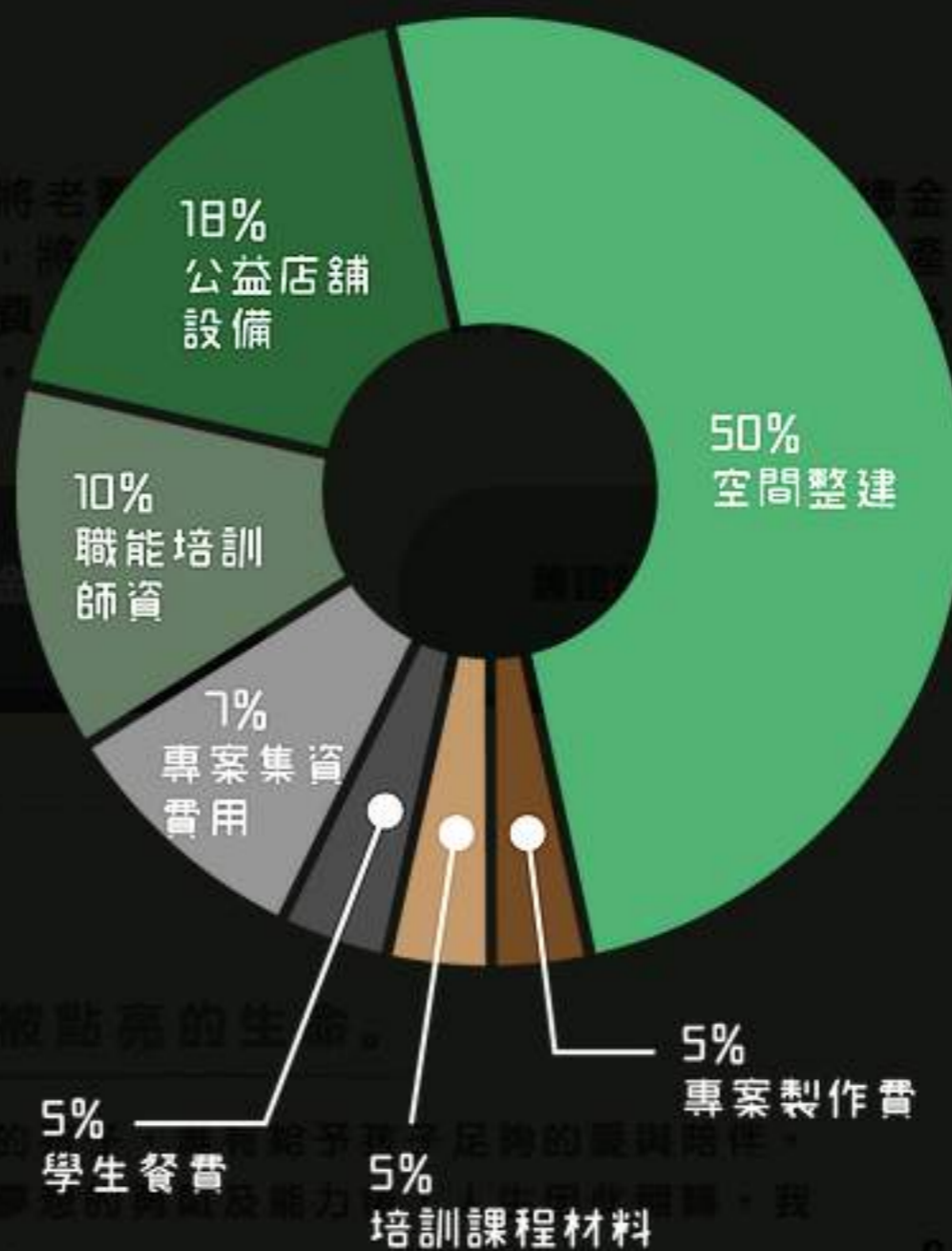


# 核心準則、非做不可

- 影響了什麼
  - 因為你的付出，幫助了.... /  
謝謝你，我們才能做到... /  
多虧有你，這些.... /
  - 用故事連結
- 具體計畫圖像化



總：  
900萬美元



10年青春，80個被點亮的生命。

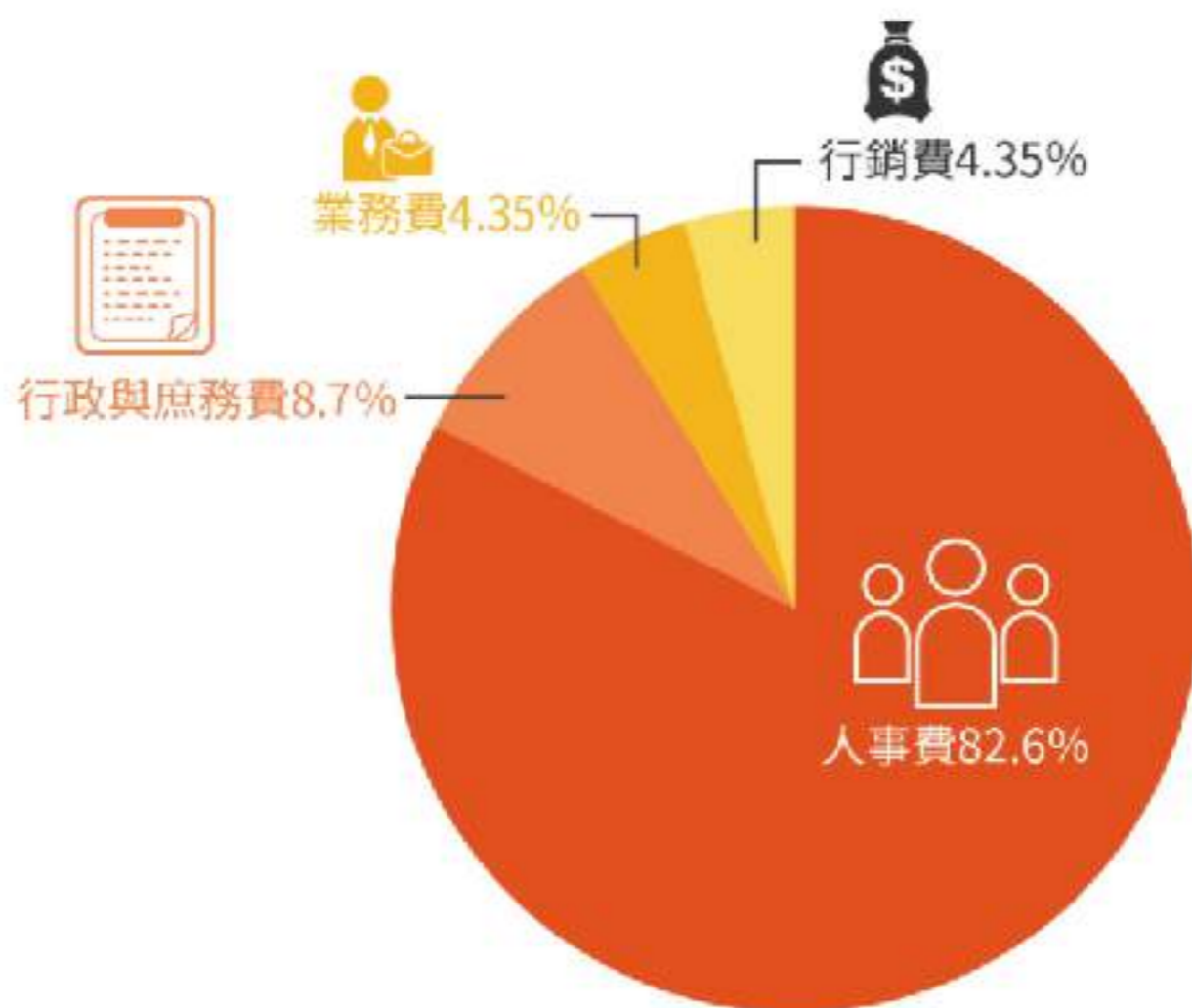
「我們面對許多家庭缺憾的  
讓孩子們有了做夢與實踐夢想的勇氣及能力  
我們所處的社會才真正幸福。」

林品澎

## 支持3.0，一起成為技職的後盾

3.0完全不接受商業廣告，對技職議題的深耕與推廣，須社會各界支持！（捐款可以抵稅，最高不超過綜合所得稅20%，若是營利事業機構，最高可抵營業所得稅10%。）

《技職3.0》每月中旬將公開前月募款所得與使用狀況，並定期舉辦募款聚會，分享近況與未來計畫；募款目標為2018年度的280萬5982元，用途如下：

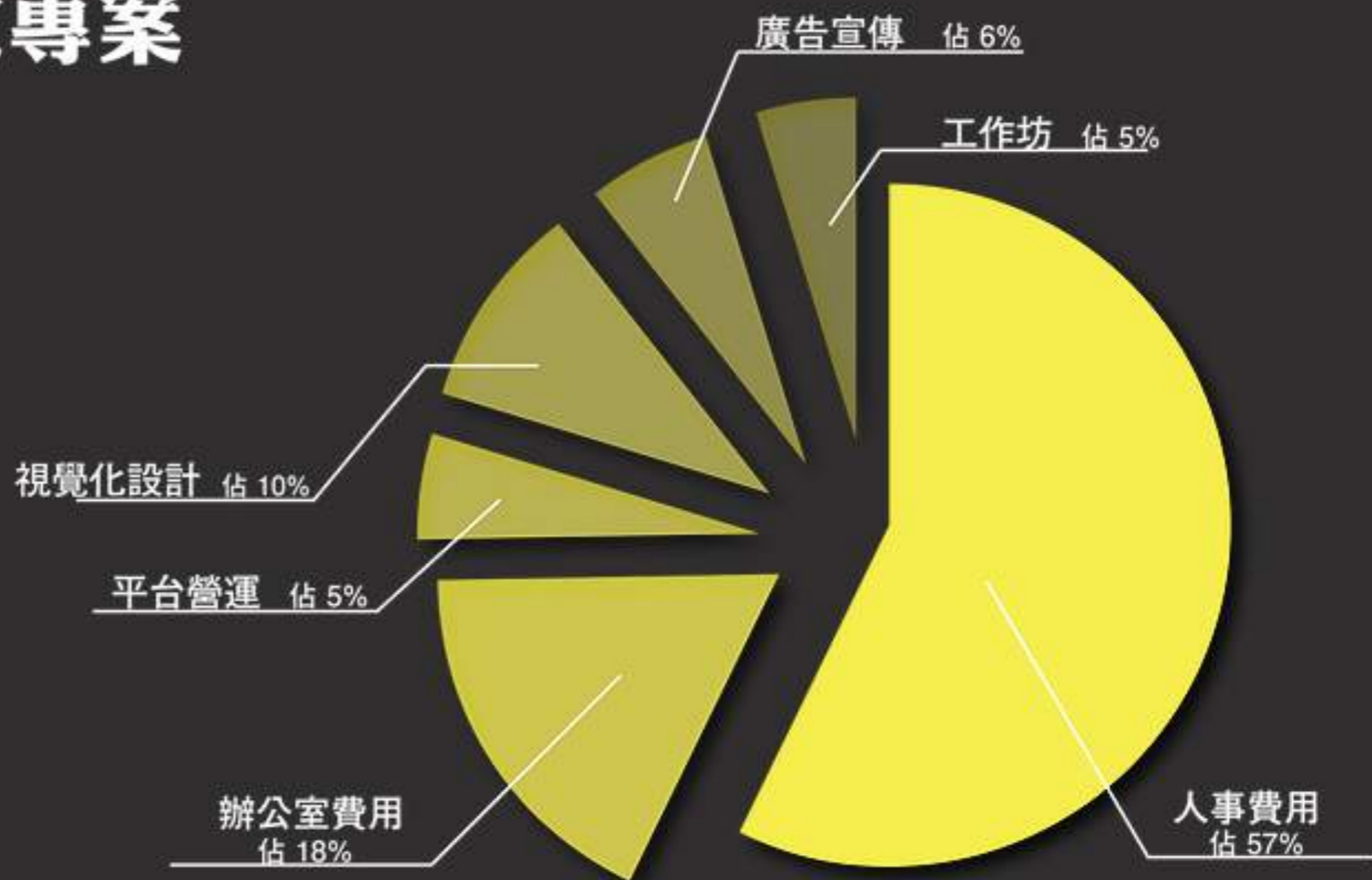




## 在地深蹲 募款專案

# 議會

# 監督



## 人事費用



正職兩名 ▶ 辦公室營運、論述撰寫、影音剪輯 ▶ 30,000/月 (共需13個月)  
兼職兩名 ▶ 15,000/月 (共需13個月)

共 1,170,000 元

## 辦公室租金



辦公室租金(含管理費用) ▶ 30,000/月(共需12個月)

## 平台營運



網站營運費用 ▶ 製作網站 40,000元  
後續維護 5,000/月(共需12個月)

共 100,000 元

## 視覺化設計



外包視覺化設計專案 ▶ 100,000/一個會期  
(一年兩會期)

## 廣告宣傳



加強內容曝光投放廣告費用 ▶ 10,000/月(共需12個月)

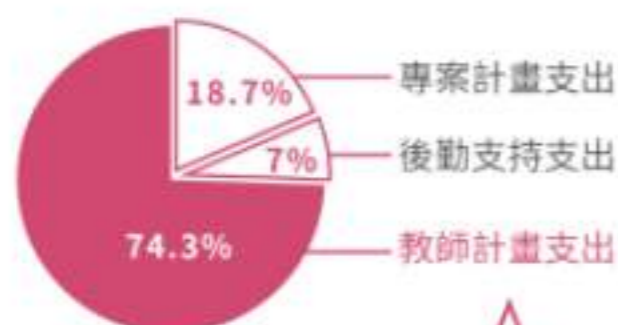
共 120,000 元

## 工作坊

坊間講座 2,000/場(預計5場)



## 104 學年度支出分配圖



安永聯合會計師事務所 (Ernst & Young) 王彥鈞會計師自2016年接受委任，查核2016年1月~12月年度財務報告，並將於2017年出具會計師簽證報告書，屆時將公告至TFT官方網站。



## 教師計畫支出分配圖

## 教師培訓支持

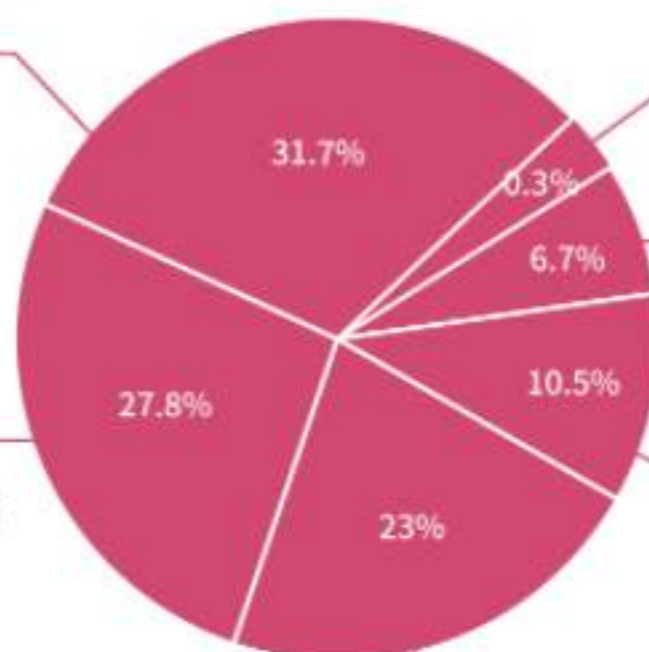
包含教師培訓（寒暑假、期中培訓兩年共約500個小時）、定期教師訪視、國際 Teach For 組織交流參訪（約5天）、教學Mentor座談、校友計畫晤談、與校方期初期末會議等。

## 教師計畫人事費

教師計畫相關人員之薪資、保險、成長課程費用，與志工支持、人力招募等支出。

## 教師津貼

TFT依據教師入校方式（代理老師或代課老師），保障教師於兩年合約期間之穩定薪資與勞健保權益：代課老師於學期間月薪為學校發放之鐘點薪資，另三成為TFT補貼之教學津貼（學期間每月補貼6000-9000元、寒假每月22000元、暑假每月28000元）依合約統一標準發放。



## 計畫評估追蹤

蒐集與分析資料，研究教師計畫成效兩影響。

## 教師計畫辦公費

教師計畫之辦公費用，含租金、印刷、金流匯費與手續費、郵資、文具等。

## 教師招募、甄選與配對

建置網路報名系統、舉辦全省招募說明會、進行實體及網路影片行銷宣傳、邀請專業評審進行三階段甄選。訪察各區學校了解需求、訪問教育局處、簽約確立合作共識等。

有做會更好，視情況...

- 個人化
- 重申需求
  - 但不要...
- 預計何時有新消息？

有做會更好，視情況...

- 留下窗口的聯絡方式
- 添加後記
- 邀請更多參與
- 人性化



## 台權會：純文字版的互動信

- 9/16晚上，是台權會成立第33年的募款餐會

<input type="checkbox"/>	☆	社團法人台灣人權促進會	收件匣	來自台權會的感謝 - 募款餐會，感謝捐款支持台權會】親愛的朋友，您好！台捐	9月19日
<input type="checkbox"/>	☆	社團法人台灣人權促進會	收件匣	【台灣人權促進會】懇請 系統支持台權會2017年募款活動 - 台權會的秘書處。	9月13日







社團法人台灣人權促進會 info@tahr.org.tw 透過 netivism.com.tw

2017/9/13

寄給 系統

親愛的 系統 您好

颯風平安！我們是台權會的秘書處。

先跟您說聲不好意思，近來您可能頻繁收到來自台權會的募款信，但如沒意外，這應該是我們近來最後一封的募款信。

本週六9/16晚上，將是台權會成立第33年的募款餐會，由於您過去曾支持過台權會，因此寄這封信，除了想邀請您當天有空來吃飯熱鬧外（如方便前來，可直接於下方連結購買餐券），也想尋求您的其他捐款支持。

台權會是不接受來自政府及政黨經費的非政府組織。因此每年募款餐會前一週月，是台權會募得下一年度運作經費的募款季。依現有台權會共7名員工的編制，每年餐會開始前，我們至少須募得當年度預定目標（本年度的目標為470萬元）的60-70%，餐會當天才有可能達標。但遺憾的是，今年的募款格外不順利，至今為止，我們僅募得所需款項的43%左右，而距離餐會也已僅剩四天。

今年台權會的募款一如往年，共推出三個專案，分別是：南部辦公室、居住權、廢除死刑推動聯盟。廢死專案是台權會每年協助推動台灣廢除死刑的專案，相信您十分清楚，就不再贅述。而南部辦公室專案及居住權，皆是台權會這三四年來的重點工作項目，也都各自累積了一定的成果，目前南部辦公室的進度較為樂觀（約50%），但居住權卻仍約只有25%，因此我們想邀請您觀看我們製作的專案成果短片，以爭取您的支持。（居住權[點此](#)、南部辦公室[點此](#)）

此外，為了逐步正常化台權會的財務結構，我們也從今年起，開始推動線上定期定額的捐款。穩定的定期定額捐款，能大幅降低捐款人的壓力，也能降低台權會秘書處每年籌措議租經費的煩惱，並減少組織人事流動，從而強化組織的專業性。為了鼓勵您投入定期定額，我們今年也買了一些心思，由秘書處人員自行設計紀念品，希望能讓您感受到我們希望財務轉型的決心。

因此，無論大額小額，都十分希望您能支持我們的專案或定期定額。（定期定額也可以選擇捐專案）

最後，台權會2016-2017的年度工作短片業已上網（[點此](#)），而這半年來所發生的李明哲案，或最近香港的抗學入罪案中，我們也都仍在積極的進行聲援或營救。我們自認台權會秘書處在過去一年中，於各自負責的人權領域（集遊權、隱私權、居住權、難民無國籍、人權教育、監所改革、或個案承接等）上的表現，絕不會愧對您過去及未來對台權會的支持。

因此懇請您持續支持台權會，讓我們的人權工作可以持續下去。也謝謝您費心讀完這封長信！

台灣人權促進會秘書長 邱伊翎

暨

秘書處全體工作人員 共同敬上

#### 捐款資訊

- 2017募款網站：<https://donate.tahr.org.tw>
- 定期定額捐款：<https://donate.tahr.org.tw/regular-donate/>
- 居住權專案：<https://donate.tahr.org.tw/product/2017-right-to-housing/>
- 南部辦公室專案：<https://donate.tahr.org.tw/product/south-office/>
- 廢死專案：<https://donate.tahr.org.tw/product/andip/>
- 認捐義賣畫作或義賣品：<https://donate.tahr.org.tw/shop/>

#### 2016工作報告與財務報告

- 2016.01~2017.01工作報告：<https://donate.tahr.org.tw/2016-achievement/>
- 2016財務報告：<https://donate.tahr.org.tw/2016-finance/>

# 小組討論

1. 組織是否有類似「捐款人旅程」的做法？
2. 你下一步會怎麼使用「捐款加速器」？

