



Recaudación de fondos exitosa durante la pandemia

Ponente: Alessandra Durstine



United Patients
Online academy



Importancia de los donadores

- Los donadores son los "clientes" en una ONG.
- Socios en la realización de la misión de su ONG.
- Miembros de la familia de su ONG.
- Amigos de su causa. Creen en usted.

Beneficios de una buena comunicación durante la pandemia

- Permite obtener mejores resultados en la recaudación de fondos.
- Ayuda a entender los desafíos nuevos para los ONGs y sus pacientes
- Los hace sentirse conectados, apreciados e informados.
- Fortalece la reputación de la "marca" y el alcance de su ONG.

Conceptos principales para comunicaciones exitosas con donadores

- Cree y envíe mensajes inteligentes para informar, educar, responder a pedidos, invitar a donar, etc.
- Base sus mensajes en la comprensión de los intereses y las motivaciones de donadores.
- Determine los mejores canales y los mensajeros para enviar los mensajes e identifique por cuáles medios los donadores prefieren comunicarse.
- Evalúe sus comunicaciones para determinar qué funciona y qué se puede mejorar.

Estrategias de comunicación para presentar dentro del ciclo de cultivación de donadores cuando no podemos estar juntos

- Folletos y volantes.
- Artículos de interés con notas personalizadas.
- Cartas y testimonios de pacientes y sobrevivientes. explicando cómo la ONG hace la diferencia, etc.
- Videos con entrevistas con pacientes presentando la importancia de abordar un problema de salud o enfermedad y el papel de su ONG en esa tarea.

¿Cómo ha cambiado la recaudación de fondos por la pandemia?

- No hay contacto en persona con los donantes
- Los donantes están distraídos y posiblemente no entiendan el por qué la misión de su ONG sigue siendo importante.
- Muchos donantes pueden estar enfrentando problemas financieros
- Los donantes corporativos siguen teniendo los mismos objetivos, incluso durante la pandemia.
- Todos nos sentimos más aislados

¿A qué tipo de donantes podemos acudir durante la pandemia?

- Público general
- Donantes con altos ingresos
- Donantes corporativos en la industria
- Donantes corporativos fuera de la industria

Argumentos clave en la recaudación de fondos durante la pandemia

- Los pacientes son más vulnerables y sus circunstancias son críticas.
- Las ONGs de pacientes son clave en la seguridad de los pacientes
- Las ONGs de pacientes son clave en la comunicación con los pacientes
- Las ONGs de pacientes son clave para que los pacientes reciban los servicios médicos que necesitan.

Público en general: ¿Por qué deberían preocuparse por el trabajo de su ONG?

- El público en general ahora comprende la necesidad crítica de una atención médica eficaz
- El público en general ahora valora el no padecer alguna enfermedad crónica.
- El público en general ahora es más empático con quien padece alguna patología que lo vulnera más
- Buscan conectarse
- Necesita estar informado

Público en general: Cómo conectar durante la pandemia

- La mayor parte del contacto será virtual
- Manténgase vigente y siga comunicando sus servicios para los pacientes virtualmente.
- Desarrolle historias humanas que conecten
- Informe al público, ustedes son los expertos
- Recauda fondos en línea para programas específicos que satisfagan necesidades de los pacientes: transporte, alimentos, medicamentos
- Cree un espacio en línea para que los donantes participen y se sientan conectados

Donantes con altos ingresos: Cómo conectar durante la pandemia

- Recuerde que muchos pueden estar pasando por desafíos económicos
- Comparta el por qué el trabajo de su ONG es importante, sobre todo ahora, con ejemplos de sus programas
- Sea consiente de las necesidades de su ONG y pídale adoptar proyectos completos.
- Bríndeles la oportunidad de ayudarlo a recaudar dinero en este momento de crisis.

Donantes corporativos en la industria: Cómo conectar durante la pandemia

- Exponga las nuevas necesidades de los pacientes durante la pandemia y pida su ayuda directamente.
- Cree programas específicos para educación, seguridad y protección de los derechos de los pacientes.
- No te olvides de los programas ya existentes
- Comparta que la función de su ONG es más importante que nunca para los pacientes y demuestre liderazgo

Todo es en línea, todo el tiempo

- Cree una nueva estrategia en redes sociales con enfoque en conseguir nuevos patrocinadores, satisfacer las necesidades de los pacientes y elevar su papel como defensor de los pacientes.
- Cree nuevos mecanismos para donación en línea.
- Desarrolle oportunidades para donaciones con pláticas con expertos y actuaciones de celebridades • Cree foros para que sus donantes se mantengan en contacto ya que el aislamiento es un desafío

Conceptos principales del pedido

- Para realizar su trabajo las ONG dedicadas a la salud o una enfermedad necesitan recursos.
- Comunique la misión de su ONG y su pasión por el área de la salud/enfermedad.
- No solicite dinero. Invite a que el donador ayude al área de salud/enfermedad o brindele la oportunidad de unirse a su causa.
- Distintos problemas de salud o enfermedades les interesan a donadores diferentes.

Pasos principales del pedido

- Elegir un representante para hacer el pedido.
- Prepararse para la reunión.
- Determinar cuánto pedir.
- Saludar y comenzar la conversación.
- Pedir (o invitarlo a unirse a otros programas/categorías: "lo invitamos a unirse a nuestros donadores del nivel de \$10.000").
- Enviar un agradecimiento y hacer un seguimiento de inmediato.

Consejos para el pedido

- Pida un monto específico de dinero.
- Comunique la misión de la ONG y el compromiso con el problema de salud o enfermedad.
- Comuníquese con el donador.
- Presente la perspectiva de los pacientes y los sobrevivientes.
- Muestrele los beneficios de ser donador.
- Si la respuesta es "no", tenga un plan de contingencia con el cual puede convertir un "no" en un "quizás" o en un "por ahora, no".
- Mantenga abierto un canal de comunicación con el donador potencial para que pueda dirigirse a él en el futuro con otras oportunidades.