



World Society for the Protection of Animals

Utilice su sitio Web para recaudar fondos

Objetivo: Más de 1500 millones de personas acceden regularmente a Internet en todo el mundo. Sacar el máximo provecho de su sitio Web nunca ha sido más importante. Esta guía ha sido ideada con el objetivo de ofrecerle algunos trucos y consejos para utilizar su sitio Web como un efectivo complemento de su estrategia para recaudar fondos.

www.wspa-international.org

Utilice su sitio Web para recaudar fondos eficazmente

Su sitio Web presenta su organización ante una audiencia amplia y diversa. Aproveche esta oportunidad para entusiasmar, inspirar y motivar al lector. No piense que su sitio Web es un vertedero de información organizacional. Considérelo una potencial herramienta para atraer colaboradores a su causa y permitir que la gran comunidad de usuarios y clientes Web lo ayuden a alcanzar sus metas.

Antes de actualizar los mensajes para recaudar fondos en su sitio Web, o contratar voluntarios y expertos Web para desarrollar su sitio, deje en claro cuáles son las metas que desea alcanzar y cómo las va a lograr.

Pregúntese a quién está dirigido su sitio web, por qué alguien querría visitarlo, qué información querría y qué quiere usted de este sitio.

Investigue

Comience por buscar otros sitios Web. No sólo las grandes ONGI que conoce, sino otras ONG locales y nacionales, así como también organizaciones de conservación o bienestar animal en su región y en todo el mundo. Comience a pensar qué le gusta de estos sitios Web, y cuál es la clave de su éxito a la hora de difundir sus mensajes y solicitar apoyo.

Ahora piense en su sitio web

Mientras investiga, piense qué espera de su propio sitio web. Qué desea comunicarle al lector y qué quiere lograr con estas páginas. Lo que es más importante, empiece a pensar para qué necesita específicamente los fondos y cómo comunicará esta necesidad.

El diseño

Esta es su oportunidad para llegar a un gran número de personas con muy poco esfuerzo. ¡Aprovéchela!

- Mantenga el sitio simple, no utilice demasiadas imágenes ni tipografías ostentosas y confusas, intente no abrumar a la gente.
- Piense cuidadosamente en el tipo de letra que va a utilizar y la combinación de colores. Éstos deben reflejar y complementar el logotipo e imágenes que utiliza en sus comunicaciones.
- Recuerde su marca. Piense en la opinión que tienen las personas sobre usted, tanto interna como externamente. Como una organización, *debería* tener decidido, basado en su visión y valores, cómo quiere ser percibido, por ejemplo, ¿amable, eficaz, caritativo, profesional, confiable, racional, audaz, osado, pionero? Utilice estos valores para determinar cómo se expresa en sus comunicaciones, cuáles son los mensajes clave que emplea, e incluso si se relaciona con sus colaboradores.

- Piense en las fotografías e imágenes que utiliza. No utilice demasiadas y asegúrese de que las fotografías relaten una historia e ilustren su trabajo. Haga lo mismo con los folletos y volantes.
- Las fotografías, ilustraciones e imágenes que utiliza para representar su organización pueden tener un impacto mucho mayor que el imaginado. Esto es especialmente cierto cuando aumentan las actividades de recaudación de fondos y su organización se torna más reconocida.
- Utilice su marca para determinar qué tipo de imágenes empleará, pero también tenga en cuenta que, como una organización de bienestar animal, a menudo se encontrará con historias de crueldad impactantes. Cómo presentará estos casos a sus financiadores es importante, ya que será la misma percepción que tendrán los donantes en general sobre su organización.
- El presentar imágenes impactantes y completas puede llevar a la gente a responder al impacto y no al mensaje. También puede alejar a potenciales donantes, que se molestarán y no se inspirarán ante estas tácticas traumatizantes. Sin embargo, si sólo emplea imágenes tiernas y encantadoras, no estará siendo realista ni efectivo.
- También debe enfrentar la realidad. Sus imágenes deben representar la verdadera situación. También debe decidir qué desea lograr realmente con la imagen. ¿Quiere que la gente hable o donantes a largo plazo?
- La imagen debe demostrar la necesidad y concordar con su demanda específica. No haga parecer que no hay esperanzas, tampoco que todo está bajo control ni minimice la situación.
- Para decidir cómo representará su organización a través de imágenes, piense en su marca y sea constante.
- **Haga que su sitio sea fácil de leer y navegar, sobre todas las cosas.**

El contenido

- Comparta su visión inspiradora. Facilítele a los lectores a comprender sobre su existencia.
- Comunique sus necesidades de manera clara. Su audiencia debe entender cuál es el problema.
- Válgase de historias convincentes sobre su trabajo y estudios de caso para mostrarle al lector cómo pretende lograr su visión. De esta manera podrán ver el impacto que está teniendo su trabajo.
- En líneas generales, evite incluir documentos y presentaciones internas en el sitio Web. Si los lectores están interesados en conocer más, utilice una página de Preguntas Frecuentes o adjunte documentos PDF. No sobrecargue al lector con demasiada información.
- No pierda todo el contacto personal. Coloque fotos del personal y de los voluntarios en el sitio Web y preséntense a los lectores. Haga sencillo el proceso de ponerse en contacto con usted por cualquier inquietud o preguntas que la gente pueda tener. Incluya direcciones de correo electrónico, así como también números telefónicos.
- Una persona promedio pasa unos 45 segundos, de las 25 horas que se pasa navegando en un mes, en cada página Web. No cuenta con demasiado tiempo para causar un impacto, ¡pero puede lograrlo!

Ahora “la petición”

Puede que no cuente con el tiempo necesario para motivar a alguien a que corra a buscar su billetera, pero un botón que diga “done ahora” no es suficiente.

Debe utilizar todo su sitio Web para conectarse con el lector (y potencial donante). Muéstrole de diversas maneras cómo una donación hará la diferencia para los animales que usted ayuda.

Cualquiera sea el motivo por el cual encontraron su sitio Web, lo están leyendo porque les interesa lo que usted tiene para decir. No desperdicie esta oportunidad por no involucrarlos y demuéstrole cómo se puede ser parte importante de su trabajo.

Detállele al lector cuánto debería donar y qué tipo de impacto podría tener su donación. Utilice imágenes que muestren el trabajo que usted hace y su impacto para respaldar estos montos.

Ofrézcale opciones a sus potenciales colaboradores. Promocione su esquema de membresía o cualquier evento o actividad para la recaudación de fondos que esté organizando, anuncie sus productos o destaque otras maneras para apoyar económicamente a su organización.

Si existen otras maneras, el lector puede ayudar a esbozar las opciones aquí. Quizás tenga un programa de voluntarios, necesite experiencia en áreas específicas o donaciones en especie.

MUÉSTRELE AL LECTOR, DE MANERA CLARA, CÓMO PUEDE AYUDARLO A CUBRIR LAS NECESIDADES DE SU ORGANIZACIÓN

Ofrézcale ejemplos

Muestre historias de donantes reales y cómo han impactado sus donaciones, incluya testimonios de por qué la gente ha ayudado y qué obtuvieron a cambio. No olvide agradecer a quienes piensan en hacer una donación, aquellos que visitan las páginas de donación a través de anuncios y, por supuesto, a los que ya han donado.

Si tiene dudas sobre la eficacia de los sitios web para recaudar fondos, tenga en cuenta que en febrero del año pasado, la campaña de Barack Obama recaudó USD 55 millones, de los cuales 45 millones fueron gracias a Internet. "El dinero simplemente comenzó a llover"
(The Atlantic, "La asombrosa máquina del dinero", junio de 2008, Joshua Green)

Actualice el sitio

Mantenga su sitio actualizado, renueve sus actividades y sus mensajes para la recaudación de fondos. Cambie su trabajo sobre estudios de casos cada uno o dos meses. Una manera fácil de renovar un sitio Web, sin tener que cambiar todo, es a través de un área con un

pequeño artículo y una fotografía de algo nuevo en su organización en la página de inicio. Una presentación anticipada de un evento próximo, una actualización de una campaña para la recaudación de fondos, una historia reconfortante de un cliente que recibió su ayuda, el perfil de alguien que es donante desde hace mucho tiempo. Para todo esto se puede destinar un espacio que se renueve regularmente, mientras la parte principal de su sitio permanece prácticamente intacta.

No tiene sentido invertir tiempo y dinero en desarrollar y actualizar su sitio Web o páginas para recaudar fondos si no promociona su sitio. Utilice su dirección Web en todas sus comunicaciones, en cualquier entrevista que proporcione o en cualquier mercancía que produzca.

Su lista de control

- Página de bienvenida acogedora, bien presentada
- Claro perfil de las necesidades y su solución.
- Variedad de opciones sobre cómo el lector puede donar (y contribuir a la solución)
- OPCIONES FÁCILES PARA QUE EL LECTOR DONE
- Sugerencia sobre los montos que el lector debería donar
- Indicación acerca de cómo ayudará la donación de los colaboradores
- Un agradecimiento