

CAPTAÇÃO DE RECURSOS ONLINE PARA O TERCEIRO SETOR

O guia definitivo da Trackmob



Índice

Introdução 1

Sua ONG online! 2

De estranhos a doadores 3

Como atrair uma pessoa que não conhece sua instituição 4

Dicas para o sucesso das campanhas de captação de recursos 8

Como aumentar a retenção entre os doadores 11

Conclusão 12



Introdução

Não importa o tamanho da sua ONG, com a internet é possível alcançar o público certo, de forma exponencial, e captar 24h/dia, de forma automatizada. Assim, muitas organizações voltam seus esforços para campanhas de arrecadação online. Mas com tantas ferramentas, possibilidades e novidades diárias, fica difícil ganhar destaque em meio a tantas informações.

Pensando nisso, a Trackmob elaborou este Guia, para ajudar sua equipe a otimizar suas campanhas online e a alcançar novos potenciais doadores na internet. Neste material, **entenda como atrair uma pessoa que não conhece sua instituição, como incentivar pessoas que já conhecem o trabalho da ONG a continuarem apoiando a causa e como ter sucesso nas campanhas de arrecadação virtual.**



Sua ONG online!

Antes de seguirmos as dicas do nosso Guia, convidamos você a **avaliar como está a presença online da sua ONG, assim como todo o trabalho de comunicação e marketing**. O site, blog e as redes sociais são a vitrine do seu trabalho, e todo o visual da sua comunicação afeta como seu público percebe a instituição, e isso será fundamental no momento de decisão de contribuir ou não com o trabalho que sua equipe realiza, principalmente para quem ainda não conhece sua instituição.

Pense sua ONG como uma marca, que deve ser fortalecida: tenha identidade visual consistente, com materiais gráficos que sigam um padrão, textos bem redigidos, fotos de qualidade que mostrem o dia a dia da organização e os resultados do seu trabalho.

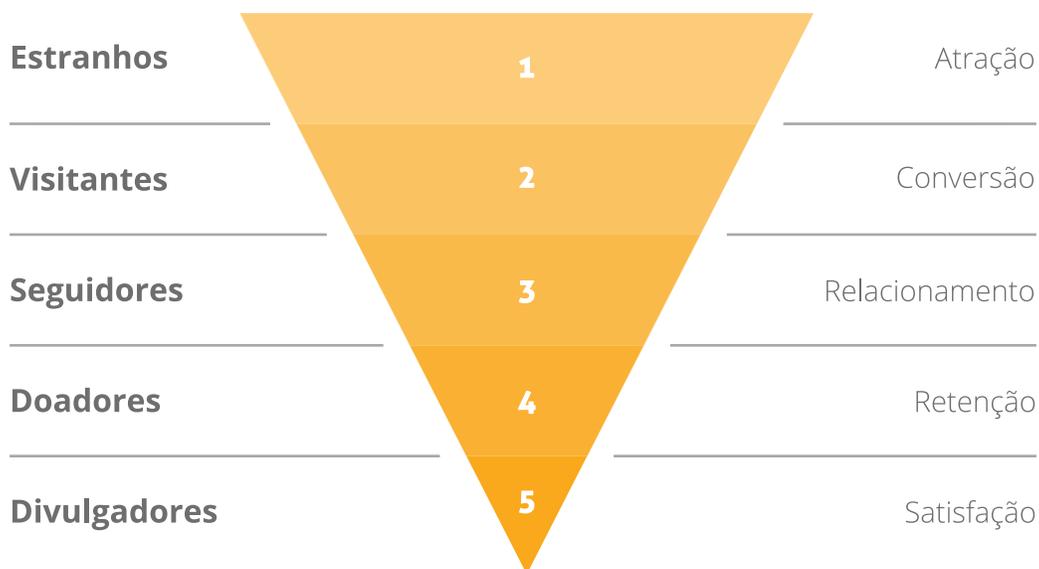
Lembre-se:

Os esforços de comunicação e marketing não devem ser vistos como uma campanha, uma tarefa para a qual sua equipe se mobilizará temporariamente apenas até colocar o site no ar, criar a rede social e pronto. Nada disso. **Este é um compromisso permanente. Se ainda não tem uma equipe voltada para isso, reveja sua estrutura ou capte voluntários que se identifiquem com esta área e que estejam aptos a fazer a cobertura das ações da ONG**, produzir conteúdo, monitorar as redes sociais e anúncios online, atualizar o site e todas as atividades relacionadas à comunicação e ao marketing da organização.



De estranhos a doadores

Você pode até fazer com que uma pessoa se solidarize com sua missão no primeiro contato e doe imediatamente, mas sabemos que essa não é uma regra. Para fazer uma pessoa que não conhece sua instituição se tornar uma doadora, existem algumas etapas.



Quanto mais pessoas sua ONG alcançar, maior quantidade de doadores terá.

A primeira é alcançar pessoas que ainda nem conhecem sua instituição. Depois é preciso trazê-la para seus canais, transformando-a em uma seguidora. O constante relacionamento promoverá a conscientização, tornando-a disposta a contribuir com sua ONG. Em seguida, é preciso reter os doadores, incentivando que acompanhem o seu trabalho e sejam divulgadores da sua causa.



Como atrair uma pessoa que não conhece sua instituição

Já pensou que a lógica com a qual consumimos os meios de comunicação se inverteu? Antes, quando queríamos consumir algum tipo de conteúdo ou buscar alguma informação, tínhamos que esperar que o programa de TV ou o rádio entrasse no ar e aí então conseguiríamos ter acesso àquele conteúdo. Hoje não. Na internet, escolhemos o que queremos ver, quando queremos ver.

É aí que surge um dos maiores desafios na internet. Como atrair uma pessoa que não conhece sua instituição? Ela não conhece seu nome ou sua causa e não é possível buscar alguma coisa que não se conhece. O que fazer nesse caso?

1

Produza e divulgue conteúdo relevante

O conteúdo de blogs e redes sociais deve ser pautada no que o seu público-alvo gostaria de saber que esteja ligado à causa e ao trabalho da sua ONG: **notícias e informações relacionadas à missão, resultado do trabalho realizado, notícias da ONG, as diferentes maneiras de contribuir com a causa.**

A partir daí, pense como desenvolver este conteúdo, adequando-o aos diferentes canais, seja nas redes sociais ou no blog.



[Clique aqui e leia essas dicas para sua ONG bombar nas redes sociais.](#)

2

Assessoria de imprensa

Aumente a visibilidade das suas ações e do seu conteúdo enviando sempre releases para jornais e blogs do seu segmento e da região de atuação. Outros portais estão sempre procurando novos conteúdos para postar.

Com a assessoria de imprensa, você aumenta a possibilidade da sua ONG virar notícia ou de ter um conteúdo que aponte para seu site. Envie o release por email e reforce com contato telefônico. Insira links em trechos do texto e o contato da sua organização.

3

Anúncios do Google

Quer conhecer a Amazônia com o Greenpeace? Então mobilize-se

Anúncio www.greenpeace.org/Brasil

Salve Nossas Florestas e Animais. Junte-se ao Greenpeace Nessa Causa.

Energia Para Quem Precisa · Economia Para Todos · Conheça o Projeto Solares

[Greenpeace no Brasil](#)

[Faça uma Doação Única](#)

[Greenpeace no Facebook](#)

Se você ainda não conhece o Google Grants, pare tudo que está fazendo e preste atenção nessa dica: **o Google disponibiliza o crédito de US \$10 mil (!) mensais para ONGs veicularem anúncios na rede de busca.**

Isso significa que você pode captar pelo menos 5 mil pessoas mensalmente para seu site, de graça. Essa é a versão sem fins lucrativos do Google Adwords.



Para saber mais leia o artigo no nosso blog:
[Conheça o Google Grants: aprenda como usar e conquiste novos doadores](#)

4

SEO

Outra forma de aparecer nos resultados de busca com lugar de destaque é trabalhando o SEO (Search Engine Optimization ou, Otimização em motores de busca, literalmente) do seu site.

Diferente do Adwords, esta é a forma não-paga de destaque. Os mecanismos de buscas (Google, Bing, Yahoo!) avaliam os sites de acordo com vários aspectos do seu site, dentre eles as diretrizes técnicas, as palavras-chave presentes em suas páginas e a importância do seu site, que é medida por quantos links externos apontam para ele.



Para saber como trabalhar o SEO do site da sua ONG, leia estas 3 dicas para aumentar a visibilidade da sua ONG

5

Captação de email

Aumentar as visitas do seu site e atrair pessoas desconhecidos é muito bom, mas não é o suficiente. Como fazer com que os usuários que você atrai continue acompanhando as ações da ONG? A resposta é: **trazendo ele para um canal de comunicação que você tenha mais controle e que permita que você consiga alcançar seus seguidores mais facilmente: o email.**

Tenha uma caixa de captação de email no seu site para as pessoas que se interessarem em acompanhar as ações da ONG, convidando-as a assinar a newsletter. Uma estratégia para aumentar a captação de leads* é oferecendo algum conteúdo relevante, em que, em troca, a pessoa se disponha a passar o email.



Você pode fornecer um ebook com dados sobre sua missão ou um material promocional da ONG, como um calendário virtual para as pessoas colocarem de papel de parede e outros materiais que possam ter sido produzidos pela comunidade que sua ONG ajuda: algumas faixas do CD que os participantes da organização participou ou wallpapers das artes digitalizadas, por exemplo.

*Quando você capta o email do seu visitante, ele se torna um lead. Leads são os contatos da sua base de emails com os quais você pode se comunicar. Não necessariamente são seus doadores, mas potenciais doadores.



Dicas para o sucesso das campanhas de captação de recursos

Sua campanha está no ar, os anúncios estão trazendo bastante tráfego para seu site, seu número de leads também estão crescendo. Mas como estão os resultados das campanhas de doação e a taxa de conversão? Isto é, das pessoas que visitam seu site e as páginas de doação, quantas delas finalizam, de fato, a contribuição?

Para saber se sua taxa de conversão está boa ou não, devemos considerar as médias do segmento. Segundo o estudo realizado pela [M+R Benchmarks](#) com 105 organizações sem fins lucrativos, **a média de conversão em 2015 das principais páginas de doação foi de 15%. Ou seja, de 100 pessoas que visitam a principal página de doação de uma ONG, em média, 15 delas completam o cadastro.**

Para alcançar esta média e até superá-la, atente-se a estes fatores em sua página de doação:

1

Design e objetividade

A página de doação deve ter um design limpo, com informações precisas e diretas sobre a doação e porque a pessoa deve doar. Utilize as cores da identidade visual da ONG, insira uma foto de fundo que seja representativa do que o trabalho proporciona para a comunidade atendida.

Essa é a única página do seu site que é importante não ter links para outras páginas internas, de forma a direcionar o seu visitante apenas à ação que realmente importa: a doação.

3

Assessoria de imprensa

Quanto menor o funil, menor o gargalo. Em outras palavras, quanto mais simples o processo de doação, maior a probabilidade do cadastro ser totalmente preenchido.

- *Seu formulário não deve ter nenhum campo que não seja realmente necessário*
- *Habilite a opção de autopreenchimento de formulário*
- *Habilite a validação de cartão de crédito e débito imediata, feita ainda no momento do cadastro.*

4

Segurança

Uma das maiores objeções para se realizar transações financeiras pela internet é a desconfiança. Hoje isso não é mais um problema. É possível garantir a segurança do usuário, protegendo-o de arquivos nocivos ou roubo de informações, através de certificados SSL de autoridades confiáveis, como a Thawte, da Symantec, por exemplo, que é reconhecida mundialmente.



5

Gatilho mental da urgência

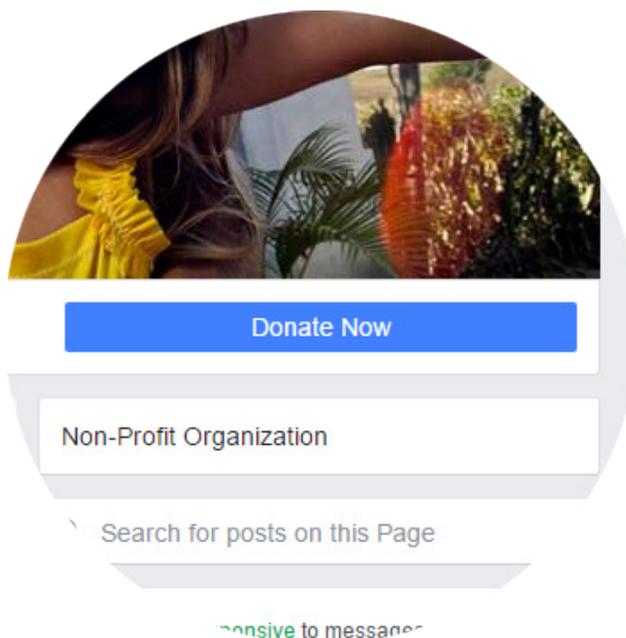
Da mesma forma que ficamos motivados a realizar alguma tarefa quando o deadline está apertado, com as doações também acontece a mesma coisa: **a sensação de que se você não doar agora, não poderá doar depois, pode aumentar o número de doação.**

Quando possível, coloque um prazo para que a doação aconteça. Você pode fazer isso aproveitando datas importantes, eventos da ONG ou considerando a necessidade da organização em determinado mês.

6

Atraia doadores pelo Facebook

Para páginas no Facebook classificadas como ONG, é possível acrescentar um botão com a chamada “Doe agora” nos posts e nos anúncios. O botão pode levar diretamente para a página de doação, sem ter o Facebook como intermediário.





Como aumentar a retenção entre os doadores

Captar novos doadores online é muito importante para conseguir manter as atividades da sua ONG, **mas você também não pode esquecer de quem já conhece o trabalho da organização.** A base de contatos que você já tem pode ser sua maior fonte de arrecadação. Isso porque estas pessoas já conhecem o seu trabalho e já estiveram, de alguma forma, envolvido com sua organização, sendo, portanto, **muito mais simples convencê-los a contribuir novamente para a causa.**

Encante seu doador

Empenhe-se em aumentar aquela sensação boa de contribuir para uma causa que valha a pena, mostrando sempre os resultados e o trabalho da sua ONG, através de fotos e notícias, que podem estar acessíveis em um espaço exclusivo para estas pessoas ou, ainda, que sejam enviados por email marketing.

- Mensalmente, produza emails com esse teor de prestação de contas e encantamento. Por isso é sempre importante documentar suas atividades e eventos com fotos e depoimentos.
- Automatize o processo de, assim que a pessoa faz a contribuição, o email seguinte agradece, e o outro, em seguida, mostra como a doação dele contribui para a ONG, através de fotos e texto.
- Automatize o pedido de contribuição periodicamente
- Aceite doações recorrentes. Realize campanhas que também disponibilizem forma de contribuição regular.



Conclusão

Ao pensar suas ações online, sempre tenha em mente todas as etapas que existem para transformar pessoas que não conhecem sua ONG em divulgadores da sua causa. Para cada etapa, as estratégias são diferentes e devem ser vistas de forma separada.

Com suas ações online funcionando, **não deixe de analisar os resultados e identificar o que deu certo:** qual canal traz mais visitantes, qual tom de mensagem promove maior conscientização. Estratégias online devem ser constantemente revistas e não há uma fórmula correta para todos os segmentos. Para cada contexto, há diferentes táticas de sucesso. **A melhor maneira de obter sucesso é colocar as táticas em prática,** testá-las e constantemente monitorá-las. Aproveite as possibilidades disponíveis na internet, alcance mais pessoas e expanda assim a visibilidade e o potencial do seu trabalho.

Pense na diferença que sua ONG traz para a comunidade que você atende. Eles precisam de você, e sua presença online vai ser fundamental para conseguir manter e obter sucesso com sua missão. Cuide das suas ações online com carinho. Sua comunidade merece.

Esperamos que este guia tenha trago novas ideias para você e te ajude em suas campanhas de captação de recursos. Caso tenha alguma dúvida, teremos o maior prazer em te ajudar. Entre em contato pelo nosso e-mail: comercial@trackmob.com.br



Nós acreditamos em soluções simples para solucionar problemas complexos. A Trackmob é a número #1 em soluções de captação e relacionamento com colaboradores, somos uma empresa voltada para fazer do trabalho da sua ONG sua única preocupação, automatizando processos de forma simples em interfaces intuitivas.

Conheça a gente melhor!