

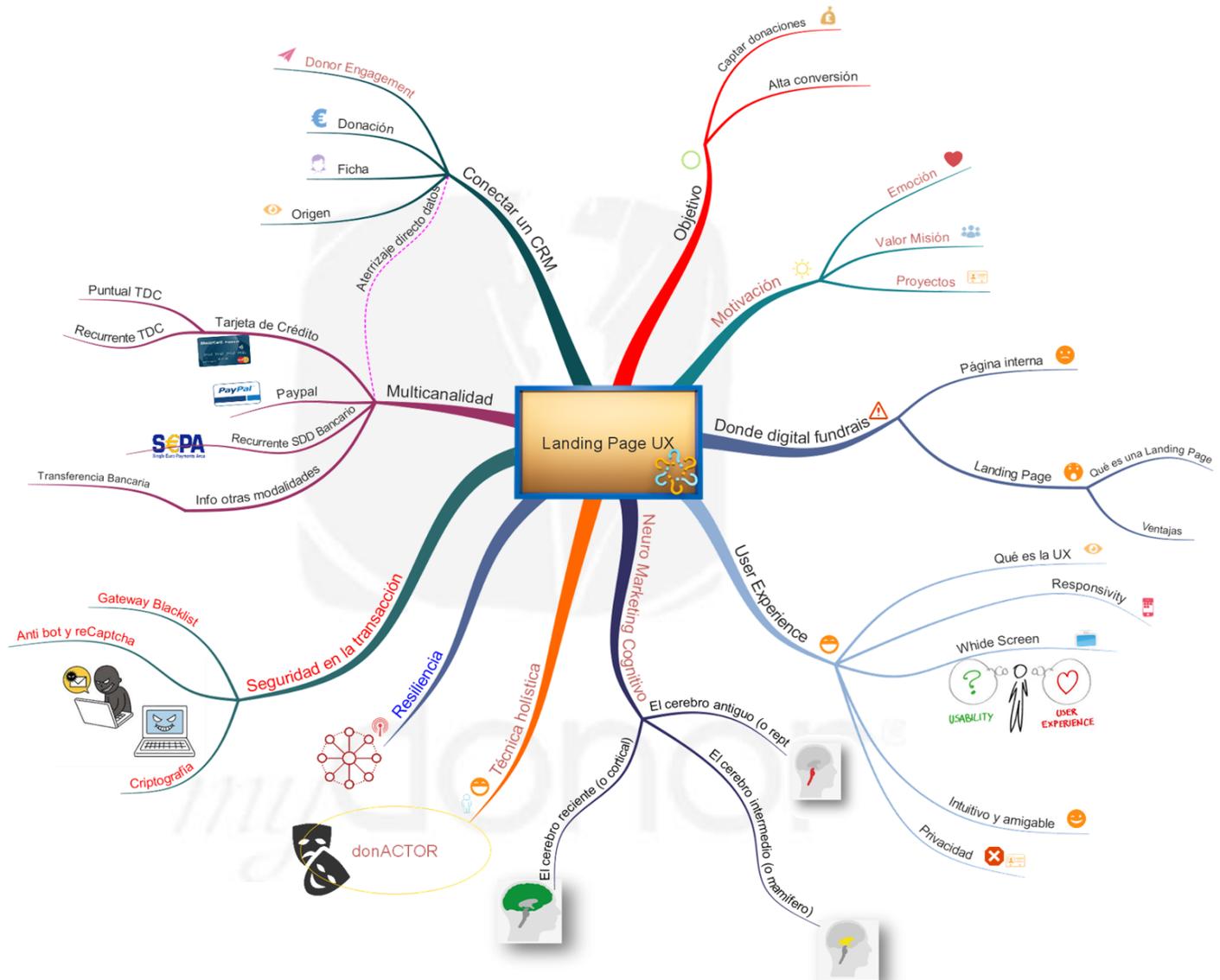
Claves sobre captación online de fondos



mydonor[®]
25 años con el tercer sector

PÍLDORA FORMATIVA 6

Los 10 mantras para una captación digital de éxito



¿Cuál es nuestro principal objetivo?

No debemos olvidar nunca cuál es nuestro objetivo principal, al que destinamos nuestro formulario: recoger donaciones o captar fondos.

La recogida de datos o las actividades de comunicación vienen después de la captación.



¿Creamos empatía con el donante?

Tenemos que esforzarnos por motivar al donante, para que se apasione con nuestra historia a través de imágenes y mensajes impactantes.

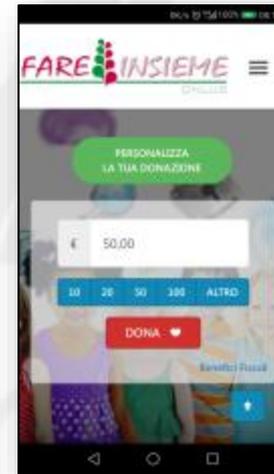
Para donar hay que sentirse motivado e involucrado con la causa.



¿Hemos elegido bien la ubicación del formulario?

Un formulario externo ofrece un sitio privilegiado, exclusivo para donar y empatizar, que guíe al donante y asegure que la donación se lleve a cabo.

Una página sin distracciones ni riesgos de abandono, optimizada para dispositivos móviles



¿Hemos pensado en la experiencia del donante?

Se trata de pensar qué siente quién acude a nuestra web a donar. Para ello, hemos de estudiar el proceso para hacerlo intuitivo y cómodo.

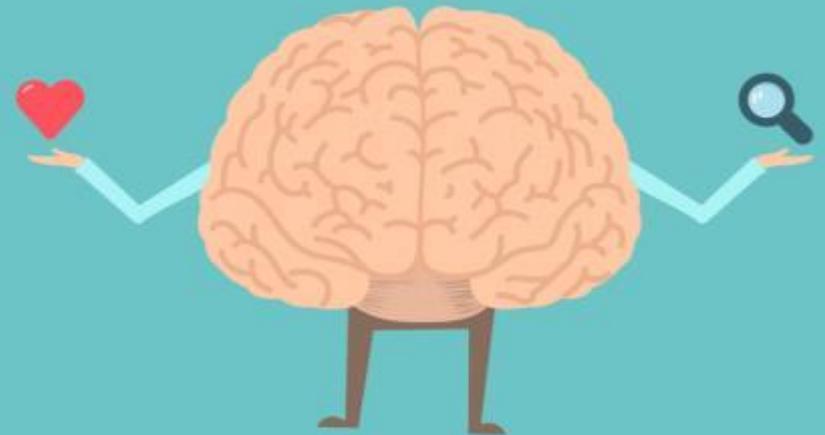
Cuidar la experiencia del donante significa guiarle en todo momento y ponerle las cosas fáciles.



¿Sabemos qué hay detrás del acto de donar?

La optimización del formulario conforme a técnicas de neuromarketing cognitivo permite mejorar considerablemente las tasas de conversión.

No olvidemos que decisiones como la donación dependen de impulsos primarios e instintivos previos.



¿Hemos sido capaces de crear un entorno de confianza?

La labor de marketing debe ser holística, o sea viene a construir una comunidad que genere vínculos entre la entidad y su base social.

Don-actor: el donante no es alguien que aporta dinero, sino un actor involucrado con el que interactuar.



¿Estamos preparados para el cambio?

Un formulario externo para captar fondos es también un elemento de ciber-resiliencia. El contexto cambia, pero el producto no envejece.

Una Landing aporta resiliencia al CRM, capaz de adaptarse a nuevas exigencias de manera eficiente.



¿Garantizamos una donación segura?

La importancia de que tu plataforma de captación cuente con una pasarela propia para gestionar los flujos de datos y procesar los pagos.

Protección frente al fraude con sistemas de bloqueo anti-bot o blindaje del formulario con el re-Captcha.



¿Facilitamos la labor del donante?

Es importante ofrecer al donante la más amplia variedad de canales de pago para que pueda realizar la donación como prefiera.

Conviene elegir una pasarela de pago integrada, segura y abierta a todo tipo de canales a nivel global.



stripe



PayPal

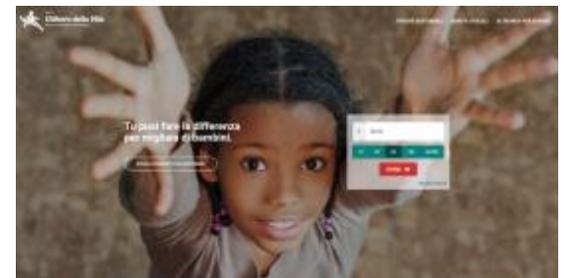
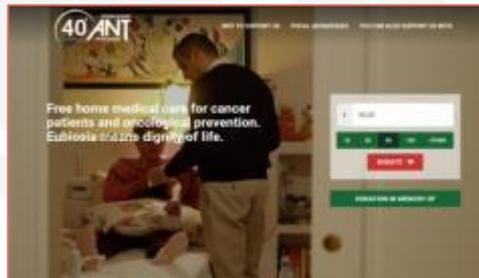
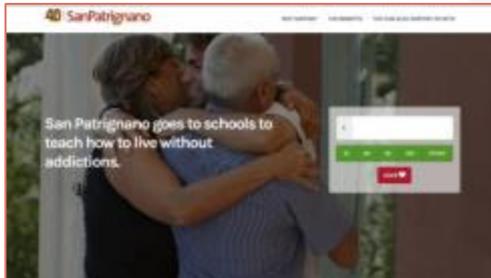
¿Aprovechamos los datos que recibimos?

La recogida y protección de los datos es un asunto clave, especialmente al trazar la información para luego comunicarnos y fidelizar a los donantes.

Conectando la plataforma al CRM, enriquecemos la gestión de relaciones con la base social



140 Landing Pages UX on line en los últimos tres años...



Las cifras hablan por sí solas

Hemos realizado un estudio estadístico sobre una muestra heterogénea de organizaciones que utilizan nuestra **Landing Page UX** para su captación digital:

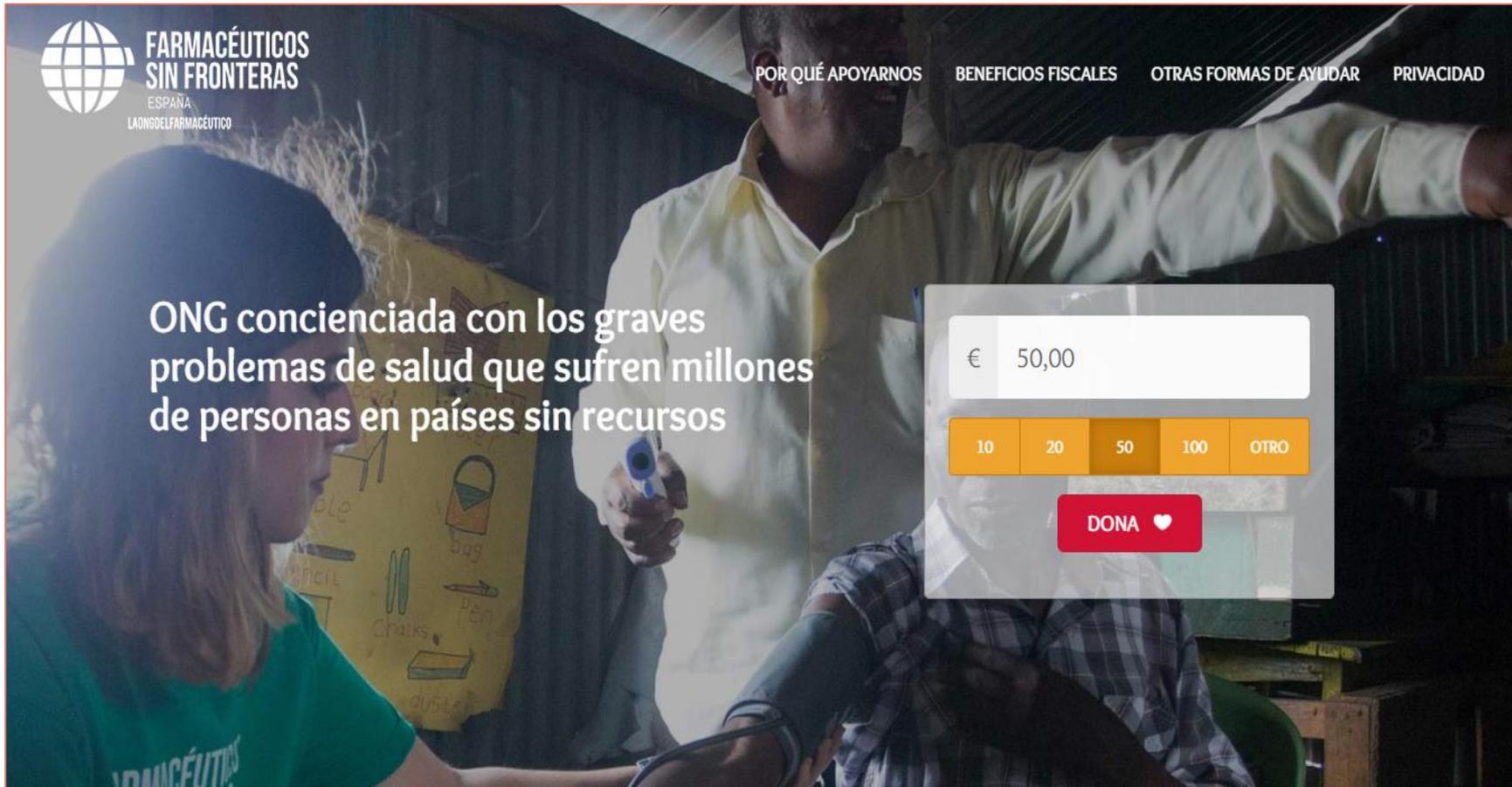
La media mundial de conversión es del 11% en caso de *landing* y del 4% en caso de formulario interno a la web.

“Nuestra *landing page* tiene una tasa de conversión del 14%”

Es decir, un incremento del 30% sobre *Landing* y del 200% sobre Formulario interno a la web

Fuente: estudio comparativo myDonor®, sobre una muestra de 50 entidades grandes, medianas y pequeñas.

Farmacéuticos sin fronteras/ ámbito sanitario



FARMACÉUTICOS SIN FRONTERAS
ESPAÑA
LA ONG DEL FARMACÉUTICO

POR QUÉ APOYARNOS BENEFICIOS FISCALES OTRAS FORMAS DE AYUDAR PRIVACIDAD

ONG concienciada con los graves problemas de salud que sufren millones de personas en países sin recursos

€ 50,00

10 20 50 100 OTRO

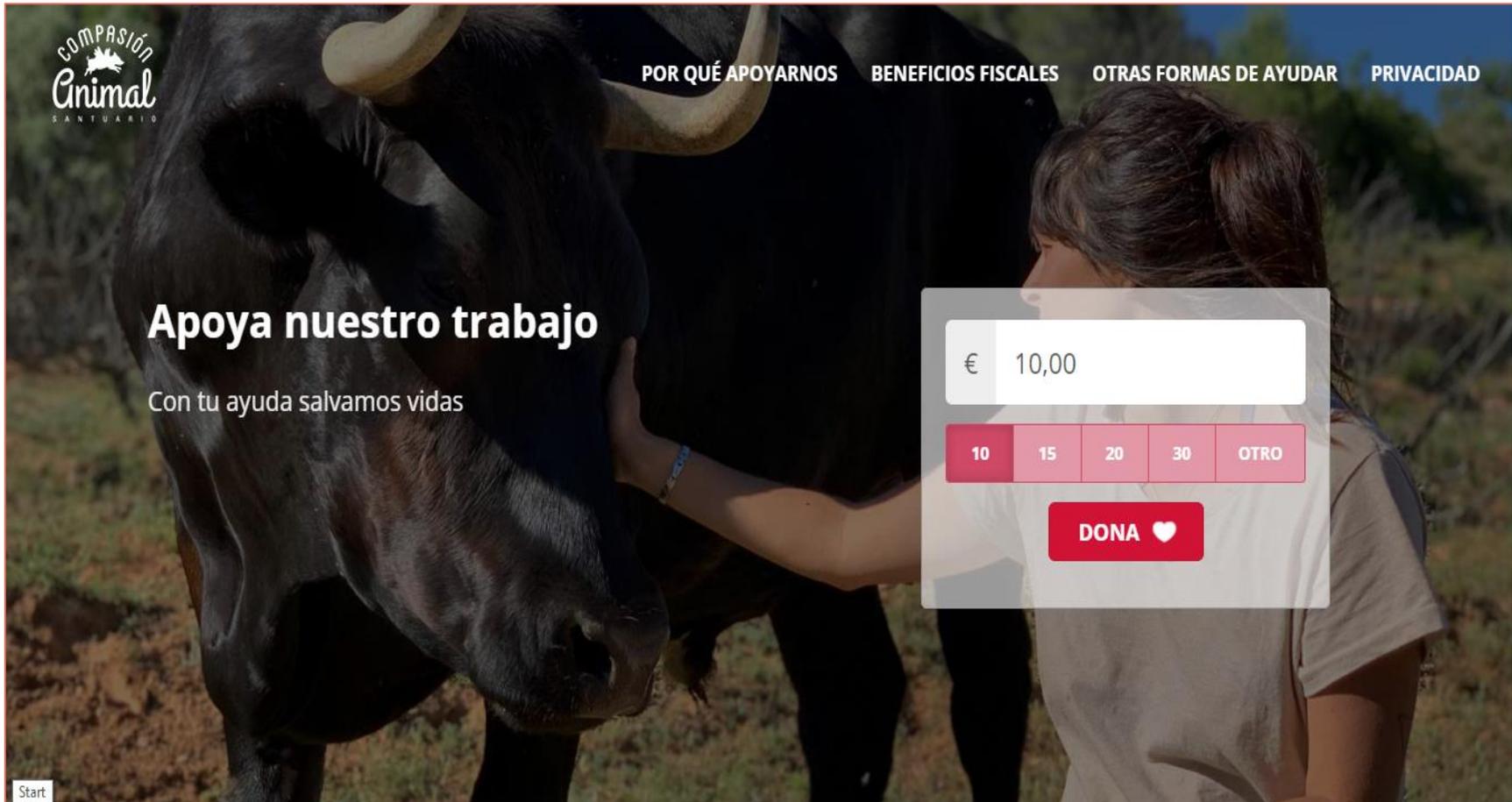
DONA ❤️

Fundación Pablo Horstmann / ámbito cooperación y desarrollo



The screenshot shows the website for Fundación Pablo Horstmann. At the top left is the foundation's logo, which features a stylized figure holding hands. To the right of the logo are navigation links: "POR QUÉ APOYARNOS", "BENEFICIOS FISCALES", "OTRAS FORMAS DE COLABORAR", and "POLÍTICA DE PRIVACIDAD". The main content area features a large photograph of three smiling children. Overlaid on the image is a donation form with a text input field containing "€ 50,00", a row of buttons for "10", "20", "50", "100", and "OTRO", and a red "DONA" button with a heart icon. Below the form, the text "Solo por uno de ellos vale la pena el esfuerzo" is displayed in large white letters, followed by a smaller line of text: "¡Recuerda que puedes desgravarte el 80% de los primeros 150 € que dones!".

Fundación Nueva Compasión / ámbito activismo animalista



COMPASIÓN
Animal
SANTUARIO

POR QUÉ APOYARNOS BENEFICIOS FISCALES OTRAS FORMAS DE AYUDAR PRIVACIDAD

Apoya nuestro trabajo

Con tu ayuda salvamos vidas

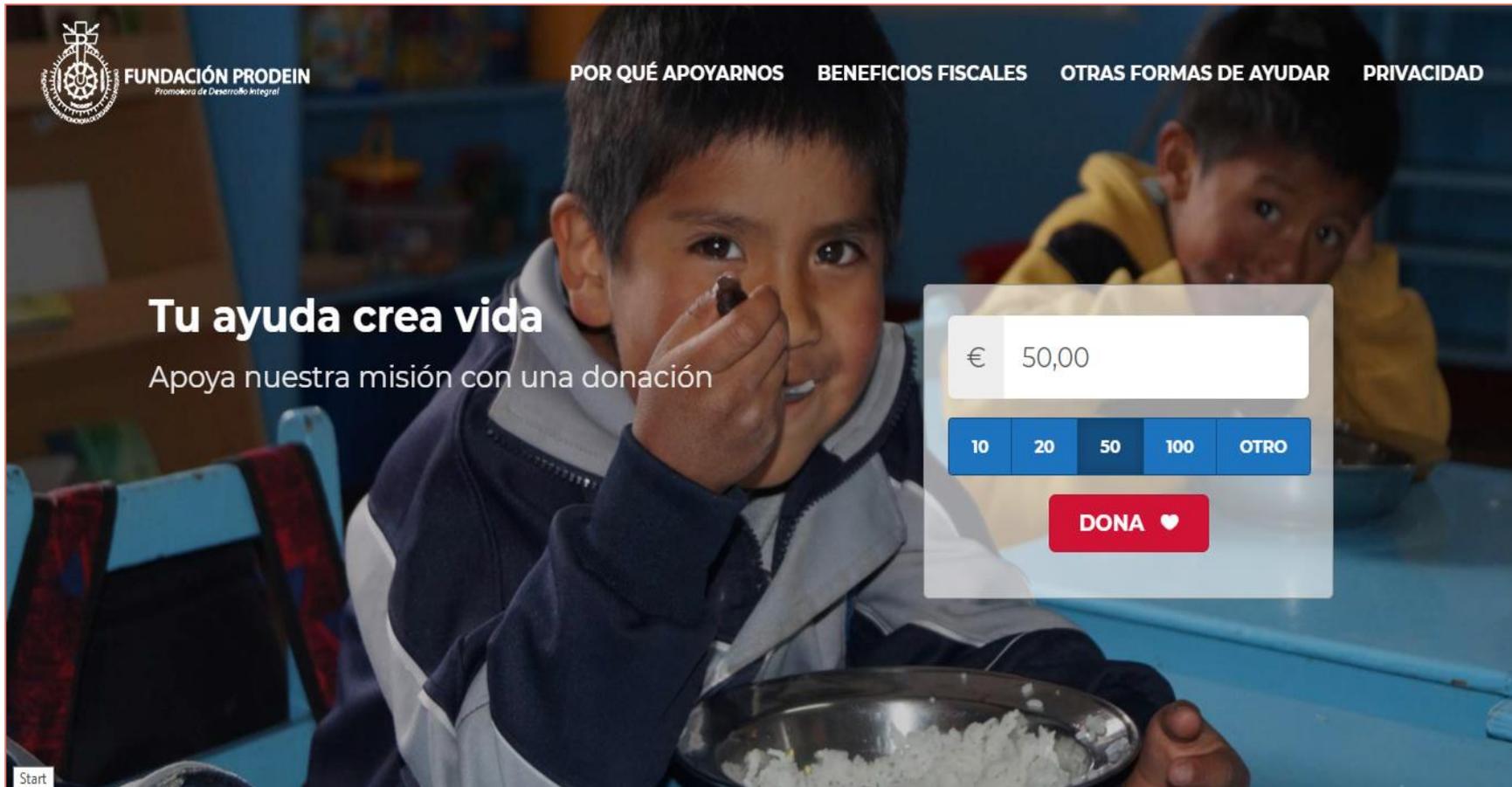
€ 10,00

10 15 20 30 OTRO

DONA ❤️

Start

Fundación Prodein / ámbito confesional y cooperación / desarrollo



FUNDACIÓN PRODEIN
Promotora de Desarrollo Integral

POR QUÉ APOYARNOS BENEFICIOS FISCALES OTRAS FORMAS DE AYUDAR PRIVACIDAD

Tu ayuda crea vida
Apoya nuestra misión con una donación

€ 50,00

10 20 50 100 OTRO

DONA ♥

Start

Servicios digitales para el tercer sector

En 25 años de actividad con entidades sin ánimo de lucro, myDonor® ha ido desarrollando varios tipos de plataformas y herramientas, enfrentándose a necesidades y problemáticas diferentes.

- ✓ Más de 400 CRM implementados en toda Europa.
- ✓ 60 sitios web corporativos online.
- ✓ 10 Plataformas white label P2P para el *crowdfunding*.

mydonor®



Giacomo: 610 101 212

Javier: 610 157 201



info@mydonor.es