

guia definitivo para doações online

transforme.tech

Sumário

Introdução 3

Criando campanhas bem-sucedidas para doações online 4

Etapa “0”: o pré-requisito de qualquer campanha 5

Etapa 1: defina seus objetivos e público-alvo 6

Etapa 2: crie uma campanha atraente e irresistível 7

Etapa 3: utilize o poder das redes sociais 8

Etapa 4: explorando outros canais de divulgação eficazes 12

Etapa 5: transforme.tech a ferramenta ideal para receber doações online e inscrições em eventos 14

Etapa 6: outras ferramentas 16

Etapa 7: acompanhamento, avaliação e aprimoramento contínuo 17

Introdução

Neste material você encontrará as **melhores práticas** para as campanhas de doações online e, assim, garantir maior sustentabilidade para sua organização e projetos.

O **Terceiro Setor** é um pilar fundamental para o desenvolvimento de uma sociedade mais justa e igualitária. Porém, as organizações desse setor econômico não possuem fins lucrativos e **dependem de doações para atuar.**

Se depender de doações já implica em um grande desafio, conseguir doações recorrentes (mensais) que tragam maior sustentabilidade financeira para a organização, é um desafio ainda maior.

Outro ponto a se considerar é a necessidade de diversificar as formas de captação, para que a organização não dependa apenas de uma ou duas fontes de receita, pois se uma delas falhar, pode comprometer a continuidade do trabalho.

Se o recurso é tão importante, por que por muitas vezes não damos a importância necessária ? No decorrer de mais de 7 anos, temos conversado com muitas organizações e sabemos que muitos são os desafios.

Certa vez, nos foi relatado uma grande dificuldade ao conseguir verba para reformar as paredes, muros e pintar a estrutura. A organização possuía alguns recursos de editais, mas estes não poderiam ser utilizados dessa forma. Como continuar os projetos sem ter uma estrutura mínima necessária?

Criando campanhas bem-sucedidas para doações online

Para auxiliar organizações em suas campanhas de doações online, preparamos esse passo a passo prático. Assim, acreditamos que sua organização será capaz de criar e divulgar campanhas de impacto, engajar e fidelizar doadores, captar e utilizar recursos de forma livre, sem trancas de editais e vindos de recursos públicos.



Dica: Para ter maior clareza do projeto e garantir a execução das etapas, utilize um canva de projeto, ou seja, uma folha A3 ou cartolina dividida em blocos, no qual você poderá projetar cada etapa. Se preferir, utilize uma simples folha de sulfite (A4).

Etapa “O”: o pré-requisito de qualquer campanha

Antes de iniciar qualquer campanha de doações online e disparar qualquer comunicação, é necessário ter uma compreensão sobre a demanda que sua organização busca atender. Isso pode parecer óbvio para alguns, mas não é tão simples.

Muitas vezes as organizações se definem pelo que fazem, e não pela causa que defendem. Exemplo: proporcionar uma refeição ao dia para pessoas carentes. Isso não é propósito, mas sim o modus operandi, ou seja, “o que” é feito. Nesse exemplo, a causa é “erradicar a fome” ou “auxiliar pessoas em vulnerabilidade social”.

Ter uma um propósito claro, geral e abrangente, possibilita ter uma visão mais holística da demanda e facilita a elaboração de ações mais assertivas. Além disso, ter um “porquê” ajuda pessoas a se identificarem com sua causa. E não para por aí.

O próximo passo é saber mensurar o resultado dessas ações. E por que isso é importante? A resposta é simples: para apresentar os resultados para seus mantenedores e encorajar as doações! Para isso, a transforme.tech possui uma solução e falaremos disso adiante.

Agora, com um propósito claro, ações bem definidas e resultados mensurados, será muito mais fácil criar campanhas de doações online, com as melhores comunicações, e garantir o sucesso da captação de recursos.

Etapa 1: defina seus objetivos e público-alvo

Antes de iniciar qualquer campanha, é crucial definir seus objetivos com assertividade: O que desejam alcançar com essa iniciativa? Aumentar o número de doadores e a recorrência mensal? Arrecadar um valor específico? Financiar um projeto determinado?

Tenha em mente os objetivos e utilize-os como norteadores para todas as ações. Sempre que houver qualquer dúvida sobre alguma ação ou mensagem, questione: essa ação vai contribuir para os objetivos definidos?

Em seguida, é fundamental identificar seu público-alvo. Quais pessoas você deseja sensibilizar com sua causa? Quais são seus interesses, valores e necessidades? Quais são suas prioridades?

Compreender profundamente seu público-alvo permitirá a criação de mensagens impactantes e ajudará a encontrá-lo, aumentando as chances de sucesso da campanha e fidelização desses doadores.

Etapa 2: crie uma campanha atraente e irresistível

Com seus objetivos e público-alvo definidos, é hora de dar vida à sua campanha de doações. Para isso, podemos utilizar algumas técnicas e práticas para atrair doadores e impulsionar as doações.

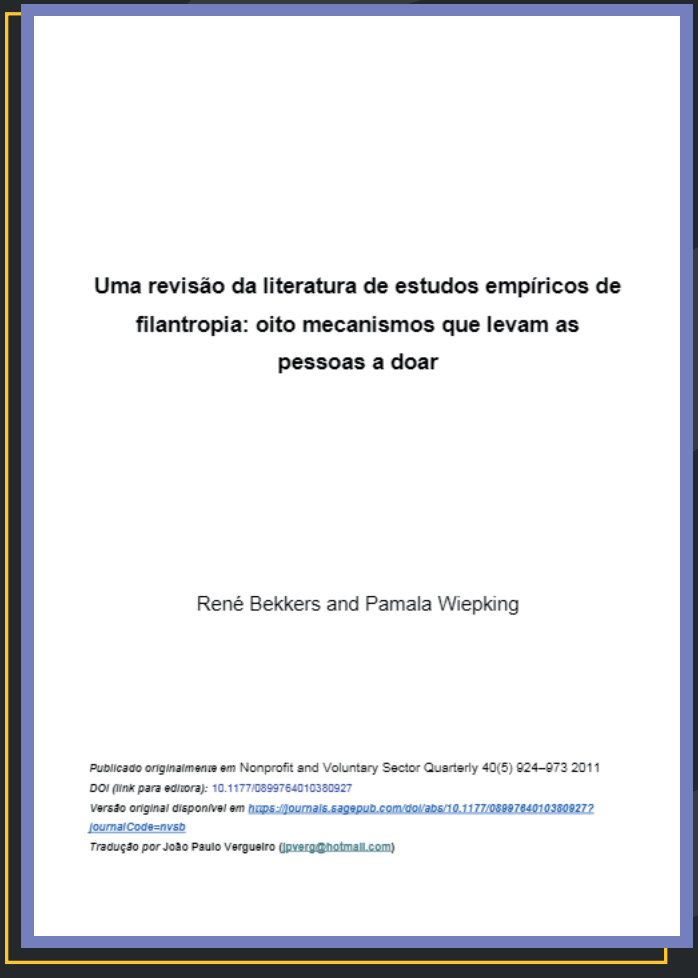
Histórias inspiradoras (storytelling): Conte a história da sua organização e projetos criados, conectando-se com o lado emocional do seu público. Para campanhas de apadrinhamento, isso pode ser feito mediante a autorização formal do atendido e/ou seu responsável legal.

Imagens e vídeos impactantes: Utilize imagens e vídeos de alta qualidade para mostrar o impacto real do seu trabalho e despertar a empatia dos doadores. Se não houver verba para a produção de imagens profissionais, um celular e boa vontade podem fazer milagres!

Metas de doações claras: Em campanhas de doações esperamos receber a maior quantidade de recursos possíveis, porém é importante definir metas realistas, pois isso facilita a execução do projeto e o engajamento dos doadores.

Opções de doação diversificadas: Ofereça diversos meios de doação como Pix, boleto bancário, cartão de débito ou crédito. Assim, os doadores ficam mais encorajados para realizar suas doações. Para isso você pode utilizar ferramentas e falaremos disso adiante.

Os pesquisadores Rene Bekkers e Pamala Wiepking publicaram um artigo sobre uma pesquisa feita por eles, na qual revisaram mais de 500 artigos acadêmicos sobre os principais mecanismos que impulsionam doações. O artigo foi traduzido pelo João Paulo Vergueiro e você pode conferir clicando aqui.



Uma revisão da literatura de estudos empíricos de filantropia: oito mecanismos que levam as pessoas a doar

René Bekkers and Pamala Wiepking

Publicado originalmente em Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly 40(5) 924–973 2011
DOI (link para editora): 10.1177/0899764010380927
Versão original disponível em https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0899764010380927?journalCode=nvsb
Tradução por João Paulo Vergueiro (jpverg@hotmail.com)

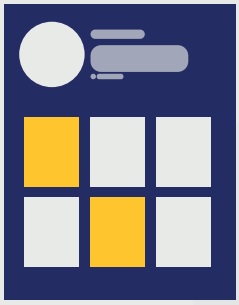
Etapa 3: utilize o poder das redes sociais

As redes sociais são ferramentas poderosas para divulgar suas campanhas e alcançar um público amplo e engajado. Por isso, preparamos algumas dicas para sua organização aproveitar ao máximo as redes sociais.

Crie perfis otimizados para sua ONG/OSC: Utilize fotos de perfil atraentes, escreva uma biografia informativa que expresse o propósito da sua organização e inclua links para seu site e hotsite de doações.

Publique conteúdo relevante e engajador: Compartilhe histórias inspiradoras, notícias sobre os projetos, depoimentos de beneficiários e informações sobre a campanha de doações. No geral, procure manter um padrão visual, alinhado com a identidade da organização (logo, fontes, cores etc).

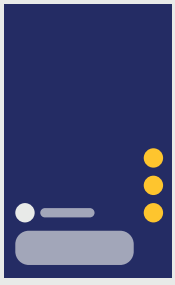
Canais (tipo de conteúdo): embora estejam na mesma plataforma, considere cada tipo de conteúdo como um canal diferente.



Feed: ideal para publicação de imagens estáticas (imagens únicas) e carrosséis (sequência de imagens). Ao fazer esse tipo de conteúdo, você pode utilizar artes mais elaboradas com textos e elementos gráficos, mas sempre priorize utilizar imagens de pessoas. Dica: atualmente carrosséis têm tido mais engajamento.



Stories: Esse é o canal mais livre e nele você pode produzir todos os tipos de conteúdo, com alta frequência. Porém, é sempre bom utilizar interações como enquetes, caixas de perguntas, botões de reações etc.



Reels: Atualmente, esse é o canal mais popular. Para garantir mais engajamento utilize essa regra de outro: conquiste a atenção do espectador nos primeiros 5 segundos. E no geral, invista em vídeos mais curtos, de até 1 minuto, no máximo. E claro, procure gravar vídeos com bom cenário, iluminação e áudio.



Utilize hashtags relevantes: Pesquise hashtags populares relacionadas à sua causa e utilize-as em suas publicações para aumentar o alcance da sua campanha. Evite hashtags muito genéricas, com volume muito alto de uso, ou muito específicas e com pouco uso.

Interaja com seu público: Responda comentários, mensagens e perguntas de forma rápida e atenciosa, construindo um relacionamento com seus seguidores. Lembre-se, redes sociais existem para relacionamento, então se relacione com os seguidores/-dadores.

Promova campanhas pagas: Invista em campanhas pagas nas redes sociais para direcionar suas publicações para um público específico e aumentar ainda mais o alcance da sua campanha.

Whatsapp: Envie mensagens para seus amigos e conhecidos mostrando a transformação gerada pela organização com o link da página de doações.

Etapa 4: explorando outros canais de divulgação eficazes

Além das redes sociais, existem diversos outros canais de divulgação que podem ser utilizados para amplificar o alcance da sua campanha de doações. Confira a seguir algumas alternativas:



E-mail marketing: Crie uma lista de e-mails de doadores e potenciais doadores e envie newsletters regulares com informações sobre sua organização, projetos e a campanha de doações. Para obter esses dados você pode utilizar ferramentas e falaremos disso adiante.

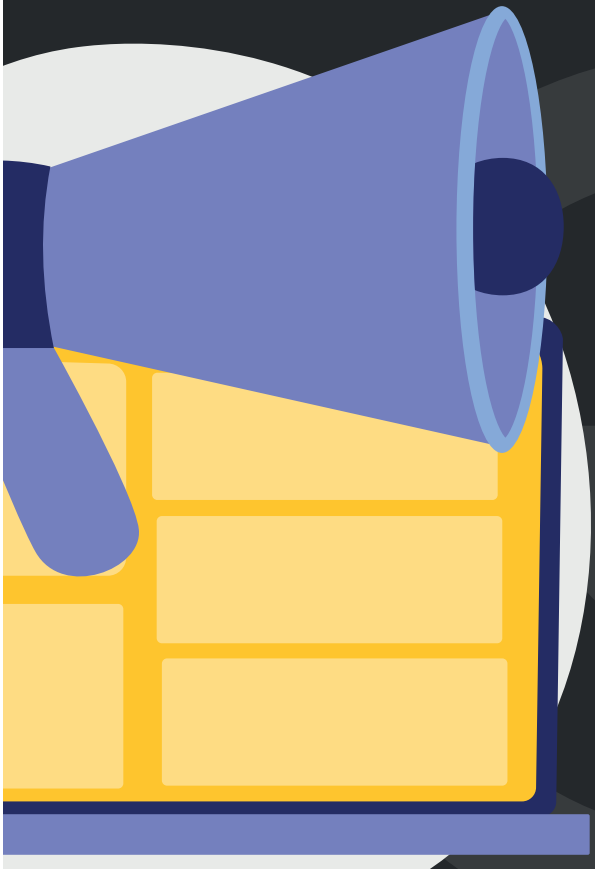


Parcerias estratégicas: Faça parcerias com outras ONG/OSC, empresas e influen ciadores digitais que compartilhem da sua missão e valores. Assim, é possível ampliar o alcance da sua campanha.





Eventos beneficentes: Organize eventos beneficentes como workshops, palestras, shows e jantares, para divulgar sua causa e captar recursos. O evento pode ser um meio de captação por meio da cobrança de taxas de inscrição e mais a frente também mostraremos como fazer isso.



Material impresso: Crie materiais impressos como folders, flyers e cartazes, e distribua-os em locais estratégicos como escolas, universidades, centros comerciais e eventos da comunidade.

Mídia local: Entre em contato com jornais, rádios e TVs locais para divulgar sua campanha de doações. Inclusive os influenciadores locais (“micro influencers”) têm um grande potencial, pois são mais acessíveis e, normalmente, transmitem bastante confiança.

Etapa 5: transforme.tech a ferramenta ideal para receber doações online e inscrições em eventos

Para alavancar sua campanha de doações você pode utilizar algumas ferramentas. É nesse contexto que a transforme.tech pode ser uma aliada poderosa, oferecendo uma plataforma completa com ferramentas inovadoras para otimizar a captação de recursos, a recorrência e a gestão.

Como foi dito na Etapa “O”, é fundamental mensurar os resultados das ações feitas pela organização para que estes sejam apresentados aos mantenedores e encoraje às doações. Para isso, a plataforma transforme.tech disponibiliza o Módulo de Desenvolvimento Social.

Por meio do Módulo de Desenvolvimento Social sua organização pode registrar cada ação realizada e, assim, gerar indicadores sociais para medir a efetividade dessas ações. Além de ajudar no aprimoramento contínuo, a solução facilita a demonstração de resultados.

Por meio da transforme.tech é possível criar páginas personalizadas para receber doações online via Pix, boleto bancário, cartão de crédito nacional e até mesmo criar página para doações internacionais via cartão de crédito, com câmbio automático para o Real.

Para doações recorrentes no cartão de crédito, não será utilizado o limite de crédito do doador, ao invés disso as cobranças serão mensais, na fatura do cartão. Além disso, para todas as recorrências (independente da forma de pagamento) a plataforma dispara automaticamente e-mails para cobrança, que podem ser personalizados.

A transforme.tech também disponibiliza o portal do doador, que possibilita aos doadores acompanhar o histórico de doações realizadas por eles. Por lá, sua organização pode enviar comunicações exclusivas para prestação de contas, gerando maior credibilidade e transparência, encorajando novas doações.

E visando sanar um dos grandes desafios das organizações, na plataforma as doações são recebidas mediante o cadastro dos doadores e isso possibilita manter o contato com os doadores via WhatsApp, telefone, e-mail e a criação de réguas de relacionamento.

A transforme.tech também possibilita a criação de páginas personalizadas para receber inscrições em eventos e/ou cursos. Desse modo, sua organização pode utilizar os eventos como meio para captar recursos, como dissemos anteriormente.

Além de receber doações com o cadastro dos doadores e facilitar a divulgação de eventos, a plataforma possibilita fazer a gestão dos doadores, inscritos e recursos recebidos, com geração de relatórios e dashboards em tempo real. Isso pode ser feito por meio de qualquer aparelho conectado à internet, facilitando a administração e prestação de contas.

Etapa 6: outras ferramentas

Para ajudar na estruturação da campanha de doação, na elaboração dos discursos, textos diversos, conteúdos para redes sociais e tudo mais, sua organização pode utilizar as diversas ferramentas de Inteligência Artificial disponíveis no mercado.

Os chats de Inteligência Artificial mais comuns são o ChatGPT da Open IA, o Gemini da Google e o Copilot da Microsoft. Esse último está disponível na versão 4, ou seja, a mais poderosa, gratuitamente. Além destas, há inúmeras ferramentas gratuitas para atividades variadas e você pode utilizar algum destes chats para obter dicas!

Para a criação de conteúdos, o Canva é uma plataforma com muitos recursos de edição de imagem e texto gratuitos. E quando o assunto é vídeo, o CapCut é um dos melhores editores gratuitos do mercado. Ambas as ferramentas são fáceis de utilizar.

Etapa 7: acompanhamento, avaliação e aprimoramento contínuo

É fundamental acompanhar os resultados da sua campanha de doações e avaliar o que deu certo e o que precisa ser melhorado. Para isso, é necessário fazer a avaliação periódica das ações e estar sempre disposto a mudar o que não funciona.

Com base nos resultados das campanhas será possível identificar áreas que precisam ser aprimoradas nas próximas campanhas, otimizando seus resultados e aumentando o impacto da sua organização.

Lembre-se: O sucesso de uma campanha de doações depende de um planejamento estratégico, execução consistente e avaliação contínua. Ao seguir as dicas deste guia e utilizar as ferramentas inovadoras como a plataforma transforme.tech, sua ONG/OSC poderá se tornar um “imã de recursos” e transformar ainda mais realidades.

a transforme.tech é a parceira ideal para organizações comprometidas com a transformação socioambiental!

simplificamos o dia a dia de ONG/OSC, fundações, agências missionárias e outras organizações do terceiro setor por meio de uma plataforma online de gestão financeira, doações online, mensuração de impacto gerado, gestão de eventos e muito mais!

leve as soluções da transforme.tech para sua organização, clique aqui e fale com a gente!

