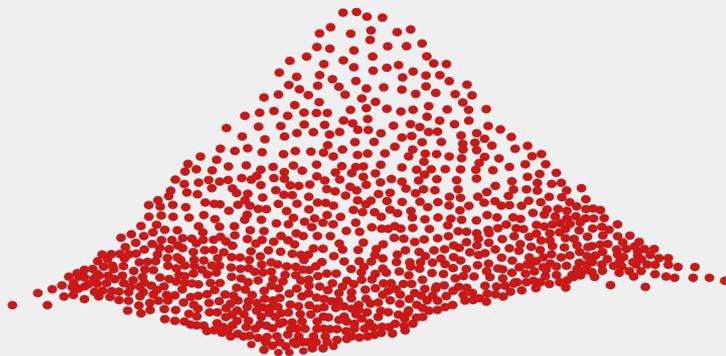




# CONSEJOS PARA CREAR UNA CAMPAÑA DE ONG





# ¿En qué ocasiones puedes crear una campaña de Crowdfunding para financiar una necesidad de tu ONG?

- **Proyecto específico:** Algo acotado en cantidad y en el tiempo. Un ejemplo son las ONG que se dedican a atender a la infancia sin recursos, y necesitan destinar un presupuesto a las “colonias de verano”, que cubren gracias al Crowdfunding.
- **Una necesidad urgente:** Todas las entidades tienen urgencias. Algo que ha ocurrido de forma repentina en la entidad, y que os ha supuesto la necesidad de un presupuesto EXTRA. Si lo comunicas bien, puedes convencer a tu comunidad que te ayuden en esta situación de “excepcionalidad”. El COVID19 ha llevado a muchas entidades a captar fondos para cubrir excepcionalidades.
- **Gran campaña de captación de fondos:** Cada vez son más las ONG que trabajan por campañas. Algunas ONG hacen 2 o 3 campañas al año. Las campañas tienen mensajes trabajados, imágenes, son multicanal.... Y una de las herramientas para poder lanzar campañas de fundraising exitosas es el “Crowdfunding”.

**TÍTULO:** Escoge un título atractivo y “con gancho”. que transmita la finalidad y la problemática que quiera solventar.

**DESCRIBE EL PROYECTO:** explica el impacto positivo que se puede conseguir apelando a las emociones del potencial donante, se trata que se identifique con vuestra causa y la haga suya.

**OBJETIVO ECONÓMICO:** establece un objetivo económico que sea alcanzable y realista.

Teniendo en cuenta que la donación media es de 40 eur, determina el objetivo económico calculando cuántos donativos crees que vas a poder conseguir.

**DURACIÓN:** No hagas una campaña excesivamente larga, idealmente entre 30 y 45 días



**PLANIFICA  
CREA Y  
LANZA LA  
CAMPAÑA**

## MATERIAL GRÁFICO:

**FOTO:** una imagen vale más que 1.000 palabras. Trabaja el contenido y busca imágenes que **generen impacto** sobre el potencial donante. Una imagen es obligatoria y puedes poner hasta 7 imágenes.

**VIDEO:** Haz un vídeo **que enamore**, en el que quede claro la misión y visión de la entidad, las acciones que lleva a cabo la entidad, qué y cómo se pretende solucionar con la campaña y que tenga un cierre emocional que cree empatía. Gánate a la audiencia.

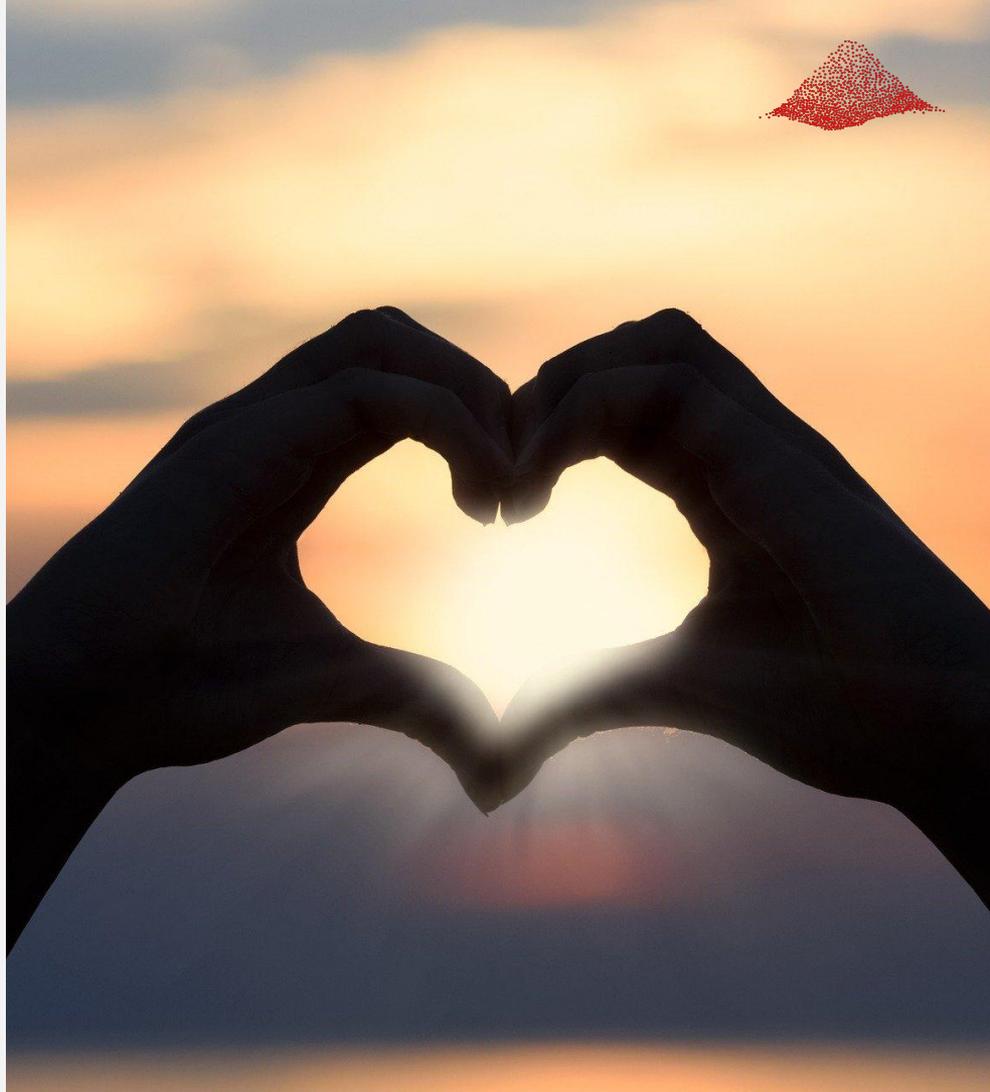


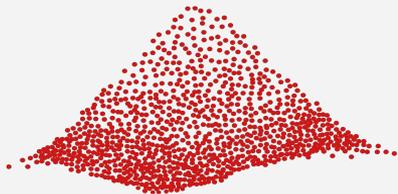
**PLANIFICA  
CREA Y  
LANZA LA  
CAMPAÑA**

## Inspírate en otras campañas

**exitosas:** En la sección [descubre retos](#) de nuestra web puedes encontrar campañas exitosas de otras entidades. Déjate inspirar por ellas.

**Predica con el ejemplo:** Nunca empezar a difundir la campaña a 0 euros. Sé el primero en donar a la campaña y asegúrate empezar con 3 o 4 donativos internos. Es fundamental que la gente vea desde el principio que la campaña funciona. Será más fácil que se animen a participar si ven que tiene éxito.





**Ponte en el lugar del potencial donante** a la hora de lanzar la campaña, no caigas en el error que el donante sabe lo mismo que tú.

**Date de alta de nuestra Newsletter:** para estar al día de las novedades de migranodearena y recibir los consejos de recaudación que enviamos habitualmente.



Hola Isabel,

Se cumplen dos meses desde el inicio del confinamiento. Hemos vivido semanas muy duras pero gracias a la responsabilidad y solidaridad de la ciudadanía cada día estamos más cerca de superar esta situación.

Si algo se ha demostrado durante esta crisis es que cuando todos sumamos los resultados se multiplican.

El futuro es todavía muy incierto, la crisis del COVID-19 supone un impacto económico y social de gran incertidumbre en especial para los colectivos más vulnerables.

Hoy queremos proponerte distintas maneras de ayudar a quien más lo necesita.

Esperamos que estéis bien y os enviamos un cordial saludo.

El equipo de migranodearena



## Ofrece una recompensa

Puede que te interese definir una recompensa para las personas que colaboren con la campaña.

Elige una recompensa que sea **atractiva** para el potencial donante.

**Planifica** y coordina como realizarás la **entrega** de la recompensa.



## Da visibilidad a tu reto:

¡**Involúcrate!** La difusión continua es clave para hacer llegar el mensaje a tu audiencia

**Crea expectación** antes de lanzar la campaña, que nadie se quede sin saber que la lanzas.

Define los pasos a seguir: elabora una **planificación** detallada con las acciones semanales.

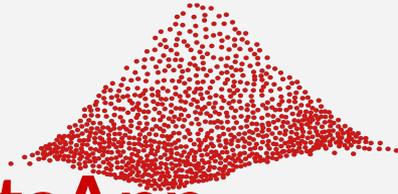
**Utiliza todos los canales a tu alcance.**



**COMUNICA  
LA  
CAMPAÑA**

A person is shown from the side, looking at a smartphone. The background is a blurred office environment with a desk and papers. A semi-transparent grey box is overlaid on the left side of the image, containing white text.

**El mejor canal para  
comunicar la  
campana eres TU**



# WhatsApp o Telegram.

Después de las primeras donaciones realizadas por la ONG, el siguiente paso es pedir al **círculo más cercano** que se unan a la campaña. **Empleados** de la entidad, sus **familiares** y todas aquellas **personas en los que confías** por que siempre son los primeros en apoyar vuestras iniciativas.



Queremos aprovechar nuestra influencia en las redes para apoyar la investigación de la leucemia. En concreto queremos recaudar a favor del proyecto dirigido por el Dr. Petriz, [www.migranodearena.org](http://www.migranodearena.org)

Todos tenemos sueños que nos gustaría que se hiciesen realidad. Desde la Fundación Josep Carreras trabajamos cada día para poder conseguir que el mejor anuncio del mundo sea que la leucemia tenga cura en el 100% de los casos. Colabora en hacer que "El mejor anuncio del mundo" sea una realidad. Cualquier donación es válida, con un euro basta 😊:

👉 <https://>

[www.migranodearena.org/reto/20722/sables-contra-la-leucemia](https://www.migranodearena.org/reto/20722/sables-contra-la-leucemia)



# Redes sociales

Elabora un **calendario editorial**.

Es fundamental que los contenidos expliquen el problema que resuelve la campaña

Incluye mensajes anunciando la **creación de reto**

Mantén informada a tu audiencia de la **evolución** de la campaña y del resultado

Publica en las **frangas horarias** en las que estén conectados tus seguidores.

# Redes sociales

Sé **activo** en redes sociales utilizando el mismo canal en el que se encuentre tu potencial donante

**Crea conversación** con tu audiencia e interactúa con otras entidades.

Busca la colaboración de algún **influencer** y conviértelo en embajador de tu causa.

**Síguenos** en redes sociales y **etiquétanos** en todas tus publicaciones para que podamos ayudarte con la difusión de la campaña. (@migranodearena (IG/FB/Twitter/Linkedin) Haz lo mismo con la ONG.

SIGUE NUESTRAS REDES SOCIALES



Has retwitteado



Gracias a los 73 donantes que participaron en nuestro evento de @migranodearena hemos podido entregar material sanitario al hospital de Getafe.

- Mascarillas FFP2
- Mascarillas quirúrgicas 3 capas
- Guantes de Nitrilo
- Gel hidroalcohólico

#COVID-19

#OsteogénesisImperfecta

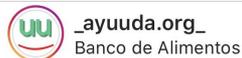


Twittea tu respuesta



Etiquetas

Editar



6 Me gusta

**\_ayuda.org\_** OS RETAMOS: tenemos que conseguir recaudaciones para el Banco de Alimentos (@fesbal\_org) para que puedan seguir ayudando a miles de familias debido a la crisis del COVID19 que les está afectando. ¡Tenemos POCO tiempo! Para ello, lanzamos retos semanales con el objetivo de acercarnos poco a poco a la cifra planteada en un primer momento.

12:20

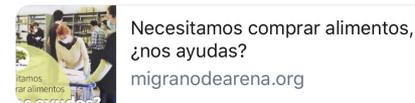


Has retwitteado



Leche, pescado congelado o atún en lata son algunos de los alimentos que actualmente necesitamos. ¿Nos ayudas a comprarlos?

[migranodearena.org/reto/21599/necesitamos-comprar-alimentos-y-nos-ayudas-a-comprarlos](https://migranodearena.org/reto/21599/necesitamos-comprar-alimentos-y-nos-ayudas-a-comprarlos) @migranodearena



19:54 · 3/6/20 · TweetDeck

2 Retweets 2 Me gusta



Twittea tu respuesta





# ¿Tienes un Blog?:

Aprovéchalo para dar a conocer el reto solidario y ampliar la información del proyecto.

Habla de ti y de tu equipo, que el potencial donante sepa quién está detrás de la campaña.

**Web:** Incluye la campaña en tu web colocando el widget de tu reto en migranodearena.

**Anima:** a tus donantes a compartir la campaña a través de sus redes sociales.





## E-mail Marketing:

Manda un e-mail a toda tu base de datos anunciando la creación de campaña y explicando cómo pueden colaborar.

Incluye el enlace de la campaña en todos los e-mails y comunicaciones que realices.

**Personaliza** el e-mail que se manda automáticamente desde migranodearena y de esta manera harás tu mensaje más cercano y menos frío.



# Medios de comunicación

**Local:** los medios de comunicación están interesados en contenidos solidarios, ¡te lo garantizamos! Haz un poco de investigación para saber qué medios podrían estar más interesados en tu historia y contáctalos.



## Wap-bap, da-da-di-da-ua

**G**leich mehr in ihrer Hinsicht besser. Ich bin 11, wie ich, manchmal...  
**Apfels der Aufmerksamkeit der Wachsenen trägt Bibi H seit Jahren die Jugendkultur. Jetzt sorgt sie mit einem Song vor Aufsehen. Ein Besuch**

...wie auch die...  
**Apfels der Aufmerksamkeit der Wachsenen trägt Bibi H seit Jahren die Jugendkultur. Jetzt sorgt sie mit einem Song vor Aufsehen. Ein Besuch**

...wie auch die...  
**Apfels der Aufmerksamkeit der Wachsenen trägt Bibi H seit Jahren die Jugendkultur. Jetzt sorgt sie mit einem Song vor Aufsehen. Ein Besuch**

**SONGWERKSTÄTTE**  
...wie auch die...  
**Apfels der Aufmerksamkeit der Wachsenen trägt Bibi H seit Jahren die Jugendkultur. Jetzt sorgt sie mit einem Song vor Aufsehen. Ein Besuch**

**Wap-bap, da-da-di-da-ua**  
...wie auch die...  
**Apfels der Aufmerksamkeit der Wachsenen trägt Bibi H seit Jahren die Jugendkultur. Jetzt sorgt sie mit einem Song vor Aufsehen. Ein Besuch**

**Wap-bap, da-da-di-da-ua**  
...wie auch die...  
**Apfels der Aufmerksamkeit der Wachsenen trägt Bibi H seit Jahren die Jugendkultur. Jetzt sorgt sie mit einem Song vor Aufsehen. Ein Besuch**

**Wap-bap, da-da-di-da-ua**  
...wie auch die...  
**Apfels der Aufmerksamkeit der Wachsenen trägt Bibi H seit Jahren die Jugendkultur. Jetzt sorgt sie mit einem Song vor Aufsehen. Ein Besuch**

**Wap-bap, da-da-di-da-ua**  
...wie auch die...  
**Apfels der Aufmerksamkeit der Wachsenen trägt Bibi H seit Jahren die Jugendkultur. Jetzt sorgt sie mit einem Song vor Aufsehen. Ein Besuch**

**Wap-bap, da-da-di-da-ua**  
...wie auch die...  
**Apfels der Aufmerksamkeit der Wachsenen trägt Bibi H seit Jahren die Jugendkultur. Jetzt sorgt sie mit einem Song vor Aufsehen. Ein Besuch**

**Wap-bap, da-da-di-da-ua**  
...wie auch die...  
**Apfels der Aufmerksamkeit der Wachsenen trägt Bibi H seit Jahren die Jugendkultur. Jetzt sorgt sie mit einem Song vor Aufsehen. Ein Besuch**

**Wap-bap, da-da-di-da-ua**  
...wie auch die...  
**Apfels der Aufmerksamkeit der Wachsenen trägt Bibi H seit Jahren die Jugendkultur. Jetzt sorgt sie mit einem Song vor Aufsehen. Ein Besuch**

**Wap-bap, da-da-di-da-ua**  
...wie auch die...  
**Apfels der Aufmerksamkeit der Wachsenen trägt Bibi H seit Jahren die Jugendkultur. Jetzt sorgt sie mit einem Song vor Aufsehen. Ein Besuch**

**Wap-bap, da-da-di-da-ua**  
...wie auch die...  
**Apfels der Aufmerksamkeit der Wachsenen trägt Bibi H seit Jahren die Jugendkultur. Jetzt sorgt sie mit einem Song vor Aufsehen. Ein Besuch**

**Wap-bap, da-da-di-da-ua**  
...wie auch die...  
**Apfels der Aufmerksamkeit der Wachsenen trägt Bibi H seit Jahren die Jugendkultur. Jetzt sorgt sie mit einem Song vor Aufsehen. Ein Besuch**

**Wap-bap, da-da-di-da-ua**  
...wie auch die...  
**Apfels der Aufmerksamkeit der Wachsenen trägt Bibi H seit Jahren die Jugendkultur. Jetzt sorgt sie mit einem Song vor Aufsehen. Ein Besuch**

...wie auch die...  
**Apfels der Aufmerksamkeit der Wachsenen trägt Bibi H seit Jahren die Jugendkultur. Jetzt sorgt sie mit einem Song vor Aufsehen. Ein Besuch**

...wie auch die...  
**Apfels der Aufmerksamkeit der Wachsenen trägt Bibi H seit Jahren die Jugendkultur. Jetzt sorgt sie mit einem Song vor Aufsehen. Ein Besuch**

...wie auch die...  
**Apfels der Aufmerksamkeit der Wachsenen trägt Bibi H seit Jahren die Jugendkultur. Jetzt sorgt sie mit einem Song vor Aufsehen. Ein Besuch**

...wie auch die...  
**Apfels der Aufmerksamkeit der Wachsenen trägt Bibi H seit Jahren die Jugendkultur. Jetzt sorgt sie mit einem Song vor Aufsehen. Ein Besuch**



# Nueva sección *actualizaciones*:

Con esta nueva sección dentro de un reto puedes mantener informados de los acontecimientos que giran en torno a tu campaña:

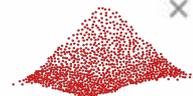
- Escribe una actualización cuando llegues al **50% de tu objetivo**
- Escribe una actualización cuando llegues al **100% del objetivo**
- Aprovecha la última actualización para realizar **rendición de cuentas** de la campaña: explícales a los donantes que se ha hecho con el dinero recaudado y manda fotos del proyecto finalizado **agradeciendo** a tus donantes su colaboración.



# Calculadora fiscal

Con la calculadora fiscal tu potencial donante podrá calcular el importe de deducción del IRPF al que le da derecho la donación.

Los donantes de tu reto podrán descargarse directamente el certificado fiscal de su donación desde su perfil.



Aportación

100 €

Persona física

CALCULAR

**Hacienda te devuelve\*:**

**75,00 €**

Tu gasto real será 25,00 €

[Más información](#)

**Y si tienes dudas...  
contáctanos y te  
ayudaremos:**

EMAIL:

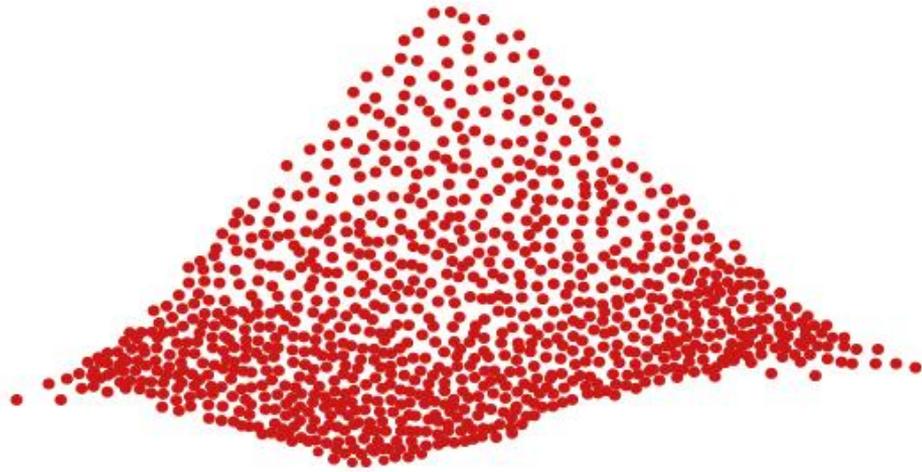
[info@migranodearena.org](mailto:info@migranodearena.org)

Teléfono:

93.205.21.91

SIGUE NUESTRAS REDES SOCIALES:





migranodearena

FUNDACIÓN