

[Econòmic](#)

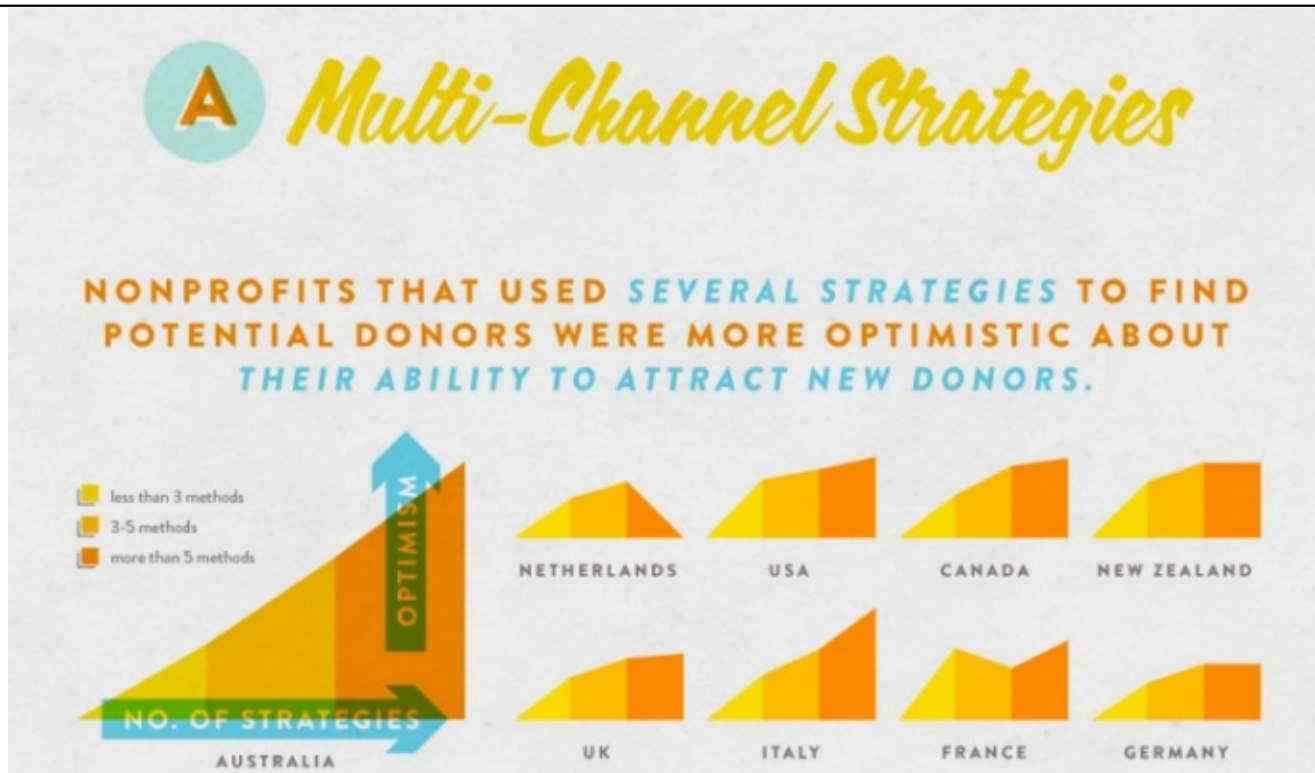
Tecnologia mòbil i estratègies multicanal, claus per recaptar fons el 2013



26/12/2012



Font:



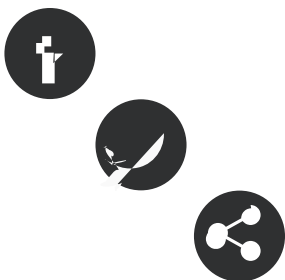
Font:



Font:

Tecnologia mòbil i estratègies multicanal, claus per recaptar fons el 2013

26/12/2012



Resum:

Segons un estudi en què han participat més de 1.500 organitzacions no lucratives de nou països diferents, emprar diferents estratègies i adaptar-se a les tecnologies mòbils seran necessaris per tenir èxit en la recaptació de fons durant l'any 2013.

La incertesa econòmica global ha fet que les organitzacions sense afany de lucre siguin encara més necessàries arreu del món. En canvi, cada cop tenen més dificultats per obtenir prou **recursos econòmics** per donar resposta a aquestes necessitats. Moltes organitzacions han hagut de cercar **finançament privat**, i les noves tecnologies

cada cop juguen un paper més important a l'hora de buscar nous donants i per mantenir la relació amb els donants amb qui ja compten. A més a més, ara es vigila més la gestió de les entitats i se'ls exigeix més **transparència**.

[Blackbaud](#), que ofereix programari i serveis a entitats sense afany de lucre, publica des de 2004 un estudi anual sobre la situació de les entitats, analitzant els seus reptes i les estratègies emprades per enfrontar-los. L'estudi del 2012 ha comptat amb la participació de més de 1.500 entitats de diferents àmbits (serveis humans, salut, art, cultura i humanitats, etc.) i de nou països diferents: Austràlia, Canadà, França, Alemanya, Itàlia, Països Baixos, Nova Zelanda, Regne Unit i els Estats Units.

Segons l'estudi "[2012 State of the Nonprofit Industry](#)" els quatre reptes que encaren les organitzacions sense afany de lucre d'arreu són:

- L'augment de la demanda de serveis.
- La disminució de la recaptació de fons.
- Un major escrutini per part dels donants.
- Un panorama tecnològic en constant canvi.

Dos dels reptes més importants, doncs, estan directament relacionats amb la **recaptació de fons**. A més, si una entitat és capaç d'adaptar-se als canvis tecnològics i aprofitar-los pel seu benefici, és molt probable que pugui utilitzar les novetats tecnològiques i d'Internet per aconseguir més fons.

A més, l'estudi afirma que millorar la **comunicació amb els donants** pot ajudar les entitats a tenir més èxit i exposa les dues estratègies que funcionen millor són: diversificar els mètodes per buscar nous donants i canalitzar les donacions; i implementar estratègies mòbils en la recaptació de fons i en màrqueting.

Optimisme gràcies a diversificar les estratègies

Les entitats que durant l'any 2012 han combinat diverses estratègies per cercar potencials donants es mostren més optimistes sobre la seva capacitat per **atreure nous donants**, que les entitats que han fet servir una única o cap mètode.

Les estratègies més utilitzada per trobar nous donants i impulsar donacions individuals han estat l'organització d'**esdeveniments especials** i els **contactes personals**. Tot apunta que durant el 2013 aquestes vies continuaran sent les més importants.

Tot i així, n'hi ha d'altres estratègies que arriben amb força, com ara, la utilització de les xarxes socials, les reunions programades amb possibles donants, i la recaptació "peer-to-peer".

Funcionen les estratègies en línia?

Recaptar diners en línia és probablement un dels reptes més difícil que tenen les petites i mitjanes organitzacions no lucratives. Sovint no poden destinar molt de personal a aquestes tasques i encara no resulten gaire efectives.

Les **xarxes socials**, per exemple, tenen un gran potencial, però l'estudi planteja que potser les organitzacions no tenen les eines adients per aconseguir connectar els seguidors de les xarxes socials i les donacions. Així, no està considerada una estratègia efectiva a l'hora d'aconseguir nous donants.

En canvi, l'**enviament de correus electrònics directes** es considera la fórmula més efectiva per aconseguir nous donants a Canadà, Austràlia i França, però, en general, no està entre les més populars.

Amb la **recaptació "peer-to-peer"** les organitzacions apoderen la seva **base social** per recaptar diners en nom de l'organització. Se'ls proporciona l'orientació i les eines adequades perquè pugui crear les seves pròpies campanyes de recaptació de fons personals i engrescar els seus amics a fer una aportació. A Holanda està considerada l'estratègia més efectiva per recaptar fons.

Per acabar, **mantenir els donants informats i compromesos** a través de comunicacions regulars està considerat el millor mètode per conservar donants.

La necessitat d'adaptar-se a les tecnologies mòbils

Una de cada tres organitzacions asseguren que durant el 2013 faran servir com a mínim una estratègia mòbil amb l'objectiu de recaptar diners. Segons elles, **les tecnologies mòbils en recaptació i màrqueting** creixeran de manera espectacular durant els propers 12 mesos.

Adaptar les seves pàgines web per a **dispositius mòbils**, optimitzar els missatges de correu electrònic per ser vistos als mòbils i la utilització de **codis QR** per destacar la seva missió i oferir accés a les pàgines de donació són algunes de les accions que ja han realitzat algunes entitats sense afany de lucre per tal d'adaptar-se a la tecnologia mòbil.

Trucades telefòniques, l'organització d'esdeveniments, xarxes com Facebook i Twitter, enviament de correus directes, pàgines web, la tecnologia mòbil, el contacte en persona i peer-to-peer... totes aquestes accions haurien de ser part de l'**estratègia de recaptació de fons** de les entitats durant l'any 2013. Combinar les diferents estratègies de manera adient les ajudarà a aconseguir més fons i així poder continuar amb la seva tasca.

Etiquetes: [Internet](#), [estudi](#), [captació de fons](#), [accessibilitat i tecnologia](#), [comunicació associativa](#), [publicacions i estudis](#)

URL d'origen: <https://xarxanet.org/economic/noticies/tecnologia-mobil-i-estrategies-multicanal-claus-per-recaptar-fons-el-2013>