

CAPEANDO EL TEMPORAL: ideas para tiempos de crisis

Extracto del artículo de Karen Osborne (The Osborne Group) aparecido en su boletín digital de diciembre 2008.

La economía pesa en la mente de la gente. Acabo de leer un artículo en el Wall Street Journal sobre los grandes donantes institucionales que están recordando sus donaciones o simplemente dejando de hacerlas. Aquí tenéis una recopilación de ideas para utilizar con algunos voluntarios reticentes:

1. Hemos de contrarrestar los mensajes negativos de la prensa. Donar estuvo de moda durante los últimos años, así que no queremos que las historias sórdidas de los medios enfríen la realidad aún más de lo que realmente está. Así, recomendamos incrementar los mensajes de donantes a donantes: "¿Por qué todavía colaboro?" Esta es la cuestión. Mi esposo y yo, por ejemplo, decimos: aunque nuestros presupuestos realmente han sufrido un revés, aún tenemos capacidad adquisitiva suficiente. Las personas que cuentan con nuestra ayuda siguen necesitándonos, y aún más. Así que nos planteamos continuar dando lo mismo que otros años. ¡No somos tan raros!
2. Un estudio reciente, dirigido por Harris Interactive, muestra que el 71 % de los americanos están recortando gastos en vacaciones; pero casi la mitad aseguraron que preferían hacer un regalo solidario justamente a causa de la crisis económica. Un 84 % dijeron que preferían recibir un regalo que beneficiara a otros que algo para sí mismos. Esto es una BUENA NOTICIA.
3. Robert Sharpe, un consultor de donativos planificados de Memphis, sostiene que las ventajas de la donación siguen siendo valoradas por mucha gente. Los donantes mayores de 60 años "se han percatado que muchos valores han caído en los últimos meses, pero ellos aún disfrutaban de ganancias sustanciales". Estos donantes pueden utilizar sus bienes para aportar sólidos ingresos a sus benefactores y reafirmar la economía. Mientras tanto, otros donantes encontrarán beneficios en donar para causas a largo plazo.
4. La lista de pasos importantes a dar sigue siendo crucial. Procede de un artículo del New York Times dirigido a propietarios de pequeños negocios dándoles consejos para afrontar la crisis.

Mima a tus mejores clientes. Dales experiencias potentes.

Permanece en contacto con ellos. Coge el teléfono, contesta a sus llamadas, visítalos.

Permanece visible: ten en mente siempre tu misión, motiva a tu equipo, asiste a eventos importantes, habla y pronúciate en nombre de las personas y familias a quien sirves.

Diferénciate entre la multitud: sé creativo, piensa en mensajes inteligentes y motivadores, revisa tu gestión.

Si has confiado demasiado en una sola fuente de ingresos, ¡ahora es el momento de reenfocar tus esfuerzos para **diversificar!**

Conecta con tu gente, comunícate con tu equipo y sé accesible. La gente está nerviosa y se preocupa, teme despidos... Si quieres que sigan ahí, dáselo a conocer.

Sé flexible: deja que la gente cambie sus horarios, revisa salarios, reconoce la lealtad y fomenta el dar, sin que la gente se sienta presionada.

Por otra parte, **sé prudente.** Muchas ONG mantienen sus metas y objetivos, pero están reajustando sus presupuestos, previendo que sus ingresos se reducirán entre un 5 y un 15 %. Protégete del déficit. Habla con algún ejecutivo o economista que te aconseje bien.

Finalmente... Piensa que la gente es más generosa de lo que parece.

¡Házselo saber!