

**Com presentar un projecte
motivador.**

**Sostenibilitat en les ONG en un
entorn de crisis.**

Fundación
hazlo posible



Irene Borràs
@ireneborras

Barcelona, 4 de març de 2013

Objectius de la sessió

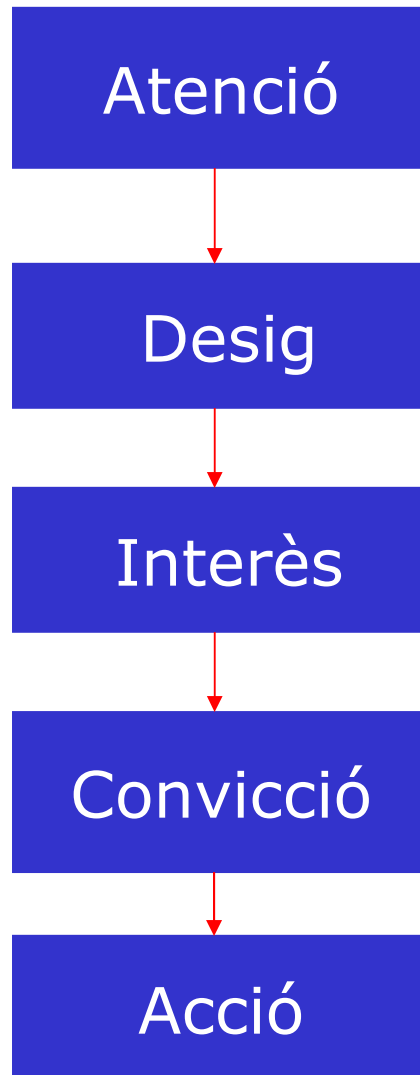
- Presentar un projecte motivador per a captar fons privats.
- Idees, recursos i eines per presentar l'essència del projecte.
- Connectar amb qui hi hagi a l'altre costat.

Què vol dir presentar un projecte motivador

- Presentar clara i exactament què es proposa.
- Ser capaç de posar-se en el punt de vista del donant i sintonitza amb els seus valors, interessos i sensibilitat.
- Explicita clarament en què s'invertiran els diners del donant.
- Preveu rendir comptes i agrair la col·laboració.
- Presenta la donació sol·licitada fent sentir al donant que els seus diners marquen una diferència (*make a difference*).

Font: Marcos Concepción, Asociación Española de Fundraising.

Com ho hem de fer per tenir èxit?



PER ACONSEGUIR- HO HEM DE PRESENTAR UN PROJECTE 10

UN PROJECTE 10

1. **PER QUÈ:** La causa
2. **PER QUÈ JO:** A qui ens acostem
3. **QUÈ i QUI:** El projecte i l'entitat
4. **LA HISTÒRIA:** La motivació
5. **COM:** El llenguatge, el to i el format
6. **UNA IMATGE:** Fotografies
7. **UNA PARAULA:** Destacats
8. **TU ET SUMES:** Prestacions
9. **JO T'HO AGRAEIXO:** Contraprestacions
10. **PROVA-HO:** Testeja!

1. **PER QUÈ:** La causa

- Presenta la causa, la problemàtica que vols explicar i sobre la qual treballa la teva entitat.
- El que és important és la CAUSA i no l'organització.
- L'organització és el “garant”, qui farà que la causa millori / es solucioni.
- No comencis parlant de tu.
- La primera part és important. En periodisme es parla de la **piràmide inversa**, on la informació més important es posa al principi. El més essencial del missatge s'ha de posar en el primer paràgraf.

2. **PER QUÈ JO:** A qui ens acostem

- Un projecte a:
 - Una persona.
 - Un gran donant.
 - Una empresa.
 - Una altra entitat.
 - Un potencial col·laborador / difusor d'una campanya.
 - ...

- Imagina't el teu interlocutor (a qui li vols presentar el projecte):
 - Com es el seu dia a dia.
 - Quina és la seva feina.
 - Com és la seva agenda.
 - Què coneix de la teva causa.
 - Què coneix del projecte que vols presentar.
 - Què ha viscut semblant a tu.

- No importa el format:
 - Presentació en persona (*F2F*).
 - Paper.
 - Correu electrònic.
 - Formulari web:
 - Convocatòria de subvencions d'empreses , obres socials,...
 - Plataformes de *crowdfunding*.
 - ...
- **Tenim 10 segons per captar l'atenció del nostre interlocutor!**

- REPASSA:
 - Hem dividit les persones a les quals ens volem acostar en els grups més petits que siguem capaços de segmentar?
 - Tenim missatges dirigits específicament a cada grup?



3. QUÈ i QUI: El projecte i l'entitat

- L'entitat:
 - Aspectes clau.
 - Treballa des de fa XX anys per
 - Som un equip de professionals ...

- No cal:
 - Grans descripcions.
 - Explicar les àrees, programes, funcionament intern,...

- Resumeix els punts clau:
 - Per què (recuperant la causa).
 - Què.
 - Qui.
 - A on.
 - Quan.
 - I sobretot, **quin és l'impacte que esperem aconseguir!**

- Si el format t'ho permet, utilitza:
- Un **títol**:
 - Curt.
 - Atractiu.
 - Emotiu.
 - Creatiu.
- Un **subtítol**:
 - Descriptiu.
 - Clar i concís.

4. LA HISTÒRIA: La motivació

- Una historia ens permet:
 - Acostar-nos de nou a l'essència.
 - Posar en primer terme la missió.
 - Sense caure en descripcions, sinó posant èmfasis en la passió que ens va moure a actuar el primer dia.
 - Simplificar el missatge.
 - Entendre de què estem parlant.
 - Tenir un mecanisme més efectiu per transmetre el missatge.

5. **COM:** El llenguatge, el to i el format

ATENCIÓ !!!

- Presentem un projecte com a proposta de col·laboració.
- No presentem el projecte a:
 - Educadors.
 - Assistents socials.
 - Insertors laborals.
 - Tècnics de l'administració.
 - Psicòlegs.
- Presentem el projecte a:
 - Una persona que té (molta) feina.
 - No entén la nostra terminologia.
 - Potser tampoc no entén la nostra causa.
 - Pot ser que, inicialment, es mostri reticent.

- **QUALSEVOL FORMAT:**
 - **Paper:**
 - Document.
 - Power point.
 - Tríptic.
 - **Internet:**
 - Pdf.
 - Power point.
 - Vídeo.

- REPASSA:
 - El missatge, té un únic punt principal?
 - Està formulat amb frases senzilles , corrents i quotidianes?
 - La part més important del missatge, està en el primer paràgraf? O la primera part de l'exposició?
 - El missatge de captació parla amb una veu coherent, igual que l'organització en parla d'altres temes?
 - El missatge és coherent amb altres missatges de captació de l'organització?



6. UNA IMATGE: Fotografies

SENSE OBLIDAR EL PER QUÈ

- **Emociona.**
- **Arriba.**
- **Comparteix.**
- **Transmet.**
- Un testimoni, una cara, una frase, una fotografia,...
- Transmet l'ànima, els valors de l'entitat.
- Porta la causa a la casa de l'altre.
- **Recorda sempre el per què.**





7. UNA PARAULA: Destacats

- Destaca els punts forts del projecte.
- Resumeix amb 4 frases els punts més importants i destaca'ls:
 - Amb destacats (paper / mail).
 - Amb negretes (formularis).
 - Amb frases resum (si és vídeo).



8. TU ET SUMES: Prestacions

- Fons econòmics... Però també...
- **PENSAMENT LATERAL !!!**
 - Donacions en espècie
 - Serveis gratuïts
 - Descomptes
 - Col·laboracions qualificades / voluntariat professional
 - Contactes
 - Idees
 - Difusió gratuïta
 - Prescripció
 - Dades d'altres col·laboradors potencials
 - Contractació de persones en risc d'exclusió
 - ...

9. JO T'HO AGRAEIXO: Contraprestacions

Emocionals:

- Col·laboració en la causa.
- Formar part d'un projecte més gran.
- Connexió amb les persones.

Racionals:

- Beneficis fiscals. Certificat de donació.
- Comunicació de la relació als nostres públics.
- Possibilitat d'establir vincles amb nous públics.
- Explicació de la relació en els mitjans propis (web, butlletí, revista, memòria d'activitats, materials difusió activitat / projecte,...). Relació amb mitjans: notes de premsa, convocatòria de premsa,...
- Placa d'agraïment a la nostra seu.
- Diploma de col·laboració per a l'empresa.
- Prestigi.
- Serveis, espais.
- Formació, coneixement.
- Contactes.
- Compliment de la LISMI.
- Millorar clima laboral.
- Voluntariat corporatiu.

- Amb dos minuts:
 - Presenta als teus companys una proposta de col·laboració.
 - Explica:
 - La causa
 - Què vols fer
 - Què aconseguiràs
 - Alguna història
 - Què demanes i què proposes a canvi.



10. **PROVA-HO**: Testeja!

- **Cada interlocutor és únic.** Cal aprendre i conèixer l'altre per saber com podem integrar-nos dins les seves opcions i accions.
- Presenta.
- ESCOLTA.
- Aprèn.
- Modifica.
- Canvia.
- Tanca.
- Obre.



UN PROJECTE 10: **DINS** **L'ESTRATÈGIA DE CAPTACIÓ**

Tenir un BON PROJECTE és NECESSARI, però no SUFICIENT.

- Cal integrar-ho dins l'estratègia de l'entitat:
 - De **COMUNICACIÓ**.
 - De **CAPTACIÓ**.



Criteris d'elecció de la causa.

Quins sectors / empreses / persones són els/les més adients?

**Existeix coherència entre els valors de l'interlocutor
i la nostra causa?**

**Té la causa interès per a l'interlocutor?
Proximitat i popularitat**

Quins aspectes de les necessitats presentarem?

Com realitzar l'acostament?

Hi ha algú a l'altre costat? Procés d'acostament en 7 passos.

- Descobriment de relacions
- Investigació
- Introducció, apropament
- Manteniment de l'interès
- La petició
- Agraïment
- Manteniment de la relació

Font: AMC Elischer 1998

PER ACABAR, PERÒ NO MENYS IMPORTANT

- Imatge corporativa (logo, tipografia,...).
- Posa les teves dades de contacte, de l'organització i les TEVES , que quedi clar on trobar-te.
- Què fer per trobar / tenir més informació.
- Repassa l'ortografia !

UN PROYECTO 10: CONCLUSIONS

- Fes el teu DECÀLEG. **10 punts per no oblidar.**

1

2

3

4

5

6

7

8

9

10



- Posem-nos al lloc de qui ha de rebre la informació.
- Per presentar un projecte eficaç cal:
 - **EXISTIR.**
 - **SER CLAR i CONCÍS.**
 - **CONNECTAR.**
 - **COMPARTIR.**
 - **Crear i mantenir vincles.**
- Abans de començar, hem de pensar en global.

CAUSES

that change the world

*Alguns homes observen el món
i pregunten "per què?".*

*Altres observen el món
i pregunten "per què no?"*

George Bernard Shaw

Moltes gràcies!

Fundación

hazlo posible



Irene Borràs

www.causes.cat

email: iborras@causes.cat

es.linkedin.com/pub/irene-borras/17/392/88

twitter: [@ireneborras](https://twitter.com/ireneborras)