# Diez consejos para un financiamiento colectivo súper exitoso

1. Observe campañas inspiradoras de otras personas.

¿Por qué reinventar lo que ya existe? Observe lo que hacen las organizaciones pequeñas más innovadoras del mundo con sus campañas y modifique algunos de detalles para adaptarlas a la suya. Copie lo que los grandes activistas hacen: probar nuevas audiencias meta, usar imágenes y vídeos, o ajustar el monto de fondos deseados. Después de todo, la imitación es la más sincera y, posiblemente, ¡la más exitosa forma de halagar!

# No comience demasiado temprano.

Es posible que haya un punto máximo en el que sea necesario buscar el financiamiento colectivo, pero este punto no es el mismo para todos, ya que depende de la etapa en la que se encuentra su organización. En la mayoría de los casos, no habrá un «momento perfecto», por lo que no debería esperarlo.

Por lo tanto, si todavía se encuentra en las primeras etapas de su proyecto, no tiene un documento bien desarrollado que mostrar o su instinto le dice «todavía no», entonces no lo haga, ya que una campaña de financiamiento colectivo no puede usarse como un atajo. Es ideal para proyectos y servicios que estén suficientemente desarrollados para inspirar a otros a ser parte de algo más grande. Lo más importante es saber que la planificación, la preparación de toda la documentación y la investigación son casi la mitad del trabajo, por lo que, una vez que lo haga correctamente, ya estará listo para arrancar con fuerza.

# Auto promuévase como loco.

Su plataforma de financiamiento colectivo no hará todo el trabajo de mercadeo y relaciones públicas por usted —de hecho, será poco lo que la plataforma hará en la mayoría de los casos—. Promover su organización y/o proyecto, idea y campaña depende de usted. Contacte a periodistas de las mejores publicaciones. Busque oportunidades de escribir un blog en la página de alguien más (*guest blogging*).

Desarrolle su grupo de seguidores en redes sociales antes del lanzamiento de la campaña de modo que esté listo para alcanzar un grupo mucho más grande de personas una vez que haga el lanzamiento. Además, cree imágenes inspiradoras para las publicaciones de la campaña con antelación.

# Cree un vídeo.

Diversos estudios muestran que las personas (como sus posibles donantes) prefieren cada vez más vídeos cortos y de alta calidad en vez de texto. Asegúrese de incluir un vídeo cautivante en su página de financiamiento colectivo para atraer a posibles donantes que prefieren vídeos en vez de texto. Cuente su historia y brinde información sobre el proyecto de forma convincente.

# Mime su proyecto.

No puede simplemente publicar su página de financiamiento colectivo y pensar que ya todo está bien. Kickstarter recomienda crear una lista de seguidores y partidarios a la que pueda acceder en momentos estratégicos de la campaña.

De esta manera, podrá planificar la promoción de la campaña adecuadamente para hacer que crezca establemente y que no se estanque. Además, únase a una comunidad en su plataforma donde se compartan ideas y recursos sobre cosas que sí han funcionado en el pasado. Así podrá usted contar con un as bajo la manga en el transcurso de la campaña.

# Siga instrucciones.

Podría sonar obvio, pero lo que pudiera verse como un pequeño descuido, podría tener consecuencias devastadoras. Lea las condiciones de la plataforma seleccionada que fueron escritas en letra pequeña. ¿Es su organización residente de un país elegible? ¿Es el financiamiento colectivo adecuado para lo que desea financiar? Seguir las instrucciones es una regla básica, pero muy importante.

La mayoría de las plataformas ofrecen ejemplos, sugerencias e instrucciones para ayudarle a crear su micrositio. Habrá ejemplos sobre la promoción, cómo escribir su caso para buscar apoyo o el involucramiento de su red, entre otras cosas. Juegue con la plataforma y aprenda siguiendo las instrucciones —su función es servirle de ayuda—.

# Cuente con un plan de acción para después de la campaña.

Necesita un plan de acción —ya sea que alcance su meta o no—. Si logra alcanzarla, ¿cómo cumplirá las promesas que hizo y cómo puede aprovechar este éxito para la siguiente etapa de la recaudación de fondos? ¿De qué forma usará la motivación e información que obtuvo a través de la campaña? ¿De qué forma esta información servirá en futuros esfuerzos de recaudación?

Si no alcanza la meta propuesta, analice las lecciones aprendidas de esta experiencia y de qué forma podrá usar ese conocimiento para implementar una ruta diferente o aplicarla en sus esfuerzos de recaudación de fondos. Probablemente las lecciones aprendidas servirán para una segunda ronda de financiamiento colectivo. Las personas u organizaciones que donaron (o prometieron donar) también necesitarán información sobre los siguientes pasos.

# Pregunte a los donantes.

En dependencia de su plataforma de financiamiento colectivo, es posible que pueda contactar directamente a donantes muy conocidos. Observe los otros tipos de campañas que ellos financian o vea si la suya es diferente, pero, a la vez, complementaria. Considere compañías, fondos fiduciarios y fundaciones que ofrezcan subvenciones. Y también piense en cualquier persona adinerada o celebridad que pudiera querer dar la primera gran donación. Pida contrapartidas, es decir, que los donantes donarán el doble de lo que usted recaude en línea. Un toque personal puede hacer maravillas.

# Contrate a un escritor profesional de optimización de motores de búsqueda (SEO, en inglés).

¿Necesita un escritor profesional para crear el contenido de su ONG? ¡Por supuesto! ¿Sería mejor utilizar un escritor SEO? Es muy probable que sí. Varias plataformas de financiamiento colectivo cuentan con una SEO muy robusta, por lo que se puede decir que su campaña será, en adelante, uno de los principales resultados de búsqueda cuando alguien escriba el nombre de su organización. De ser posible, aproveche de esta oportunidad y trabaje con un experto que pueda ayudarle a usar las palabras clave adecuadas en su texto y encabezados.

# Sea paciente.

Las historias de éxito repentino son emocionantes, pero poco frecuentes. Es probable que su plataforma tenga un cronograma razonable pero desafiante que usted debe seguir. No espere que milagros y recuerde que, si lleva un paso lento y constante, ganará la carrera.

Recuerde que lo más importante es que esta es solo una de muchas posibilidades de financiación —no funciona para todos los proyectos y todas las organizaciones existentes—. Busque las plataformas que mejor se adecúen a usted, planifique y perfeccione antes de publicar, y recuerde que el tiempo lo es todo. Además, al igual que con un emprendimiento, hay muchas posibilidades de fracaso en su primera campaña de financiamiento colectivo. Es un proceso de aprendizaje, por lo que debe prestar atención a lo que le hizo tropezar y aprender de ello. De esta forma, nunca será un error, sino una experiencia de aprendizaje

¡Buena suerte!