

***Checklist* para avanzar hacia
una organización exitosa.
Extracto del dossier**



Checklist

Si ya has leído el dossier “[Qué hace una organización exitosa](#)” y quieres seguir trabajando en conseguir una organización de éxito, te ofrecemos el *checklist* por separado:

- Descárgalo.
- Rellénalo.
- Discútelo con tu equipo.
- Responsabiliza y empodera.
- Trabajad pequeños cambios.
- Realiza el seguimiento.
- Vuelve a empezar y ¡sigue mejorando!



QUÉ HACE UNA ORGANIZACIÓN EXITOSA

INGREDIENTES

- ▼ 1. Realizar una propuesta innovadora
- ▼ 2. Generar impacto y visibilidad
- ★ 3. Convertirse en referentes

ELEMENTOS CLAVE

- **Diferenciación**
Diferenciarse con una propuesta de valor única
- **Comunidad**
Sólida y fuerte que actúe como presionera
- **Claridad en la petición**
Mensaje claro: una única acción
- **Storytelling**
Acercar la causa de forma sencilla, fácil de entender y recordar

CHECK LIST

- ★ **Actitud**
Cree que todo se puede mejorar. Ve al fondo como aprendiz
- ★ **Posicionamiento y diferenciación**
Define tu posicionamiento. Encuentra una propuesta de valor única
- ★ **Comunicación**
Identificar y segmentar tus públicos/Apartar recursos comenzar solo por pedir dinero
- ★ **Captación**
Define los objetivos y tener un plan anual estructurado. Explicar la necesidad, y la solución. Tratar a tus socios y donantes como héroes. Dar las gracias SIEMPRE

ae fr

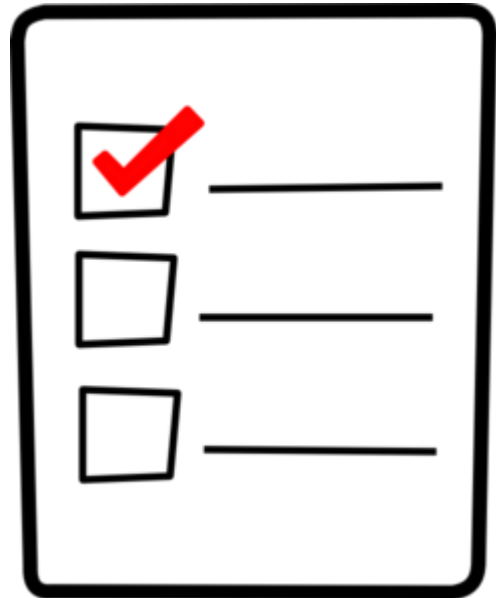
Create infographics | [Hoja 111](#)

Checklist para una organización exitosa

Repasa la lista y trabaja cada uno de los puntos para convertir tu entidad en una organización exitosa.

Actitud

- Crees que todas las cosas pueden mejorarse siempre.
- Pruebas cosas nuevas.
- Crees que el fracaso es parte del proceso de aprendizaje.



Posicionamiento y diferenciación

- Tienes el posicionamiento definido.
- El posicionamiento definido coincide con el posicionamiento percibido por tus públicos objetivo.
- Todo el equipo técnico conoce el posicionamiento de la organización.
- Tu posicionamiento no coincide con ninguna otra organización.

Comunicación

- Tienes identificados y segmentados todos tus públicos objetivo.
- Te comunicas con ellos de forma regular.
- No sólo hablas de ti, sino de lo que le interesa a tus públicos.
- La comunicación aporta valor para quien la recibe.
- Cada vez que comunicas no pides dinero.
- Como objetivo de comunicación tienes el mantener e incrementar la base social (en cualquier medio: emails, facebook, twitter, instagram,...).



Captación

- La captación de fondos tiene un plan estructurado de trabajo anual.
- Tienes los objetivos definidos.
- Todo el equipo se implica en la captación de fondos.
- Explicas la necesidad.
- Explicas la solución.
- Pides de forma directa y clara.

- Muestras el impacto que vas a conseguir.
- Explicas lo que haces utilizando historias.
- Tratas a tus socios y donantes como si fueran héroes.
- Agradeces después de cada colaboración.
- Cierras el círculo: explicas el impacto y los resultados conseguidos en cada campaña.

Para ser una organización de éxito deberías tener marcadas el mayor número de ítems posibles. Si tienes pocos puntos marcados, cambia de actitud, trabaja la diferenciación y comunica y capta mejor. Poco a poco, puedes ir reconvirtiendo pequeños puntos a trabajar que te ayudarán a mejorar tu organización y tus campañas.

Cambia aquellos aspectos que te encorsetan y racionalizan tu organización. Define tus objetivos, identifica tus públicos, transmite emoción, agradece, revisa y vuelve a empezar. Atrévete a soñarlo y camina para conseguirlo... Después, ¡preparate para triunfar!

Si puedes soñarlo puedes hacerlo, recuerda que todo esto comenzó con un ratón.

Walt Disney

aefundraising
Asociación Española de Fundraising
Santander, 3, bajo | 28003 Madrid | www.aefundraising.org

Teléfono: 915 359 307
info@aefundraising.org

Copyright © Asociación Española de Fundraising

Autores: Juan Mezo, @juanmezo; Irene Borràs, @ireneborras

Se permite la reproducción total de este informe en blogs personales y páginas web. Prohibida la venta total o parcial del informe y sus contenidos.