

¿Puede la impresión potenciar el propósito?

Durante la última década, el número de organizaciones sin ánimo de lucro ha aumentado un 30 %, lo que ha incrementado la competencia por la misma cantidad de fondos, y las plataformas de recaudación de fondos en línea más conocidas y la microfinanciación colectiva viral solo suben la apuesta. Todos quieren un trozo del pastel, o en este caso, una cuota de la cartera o la atención de los donantes.

NAVEGAR POR EL ESPACIO DE LAS ORGANIZACIONES SIN ÁNIMO DE LUCRO

Los donantes, siempre trajinando, ven cada día innumerables llamadas a la acción a través de las distintas plataformas. ¿Cómo pueden las organizaciones sin ánimo de lucro destacarse y promover la fidelidad en este mundo digital distraído? Y ¿cómo pueden hacerlo más rápido y con menos?

LAS RELACIONES REALES PROMUEVEN RESULTADOS REALES

La clave para atraer y hacer partícipes a los donantes es crear relaciones personales reales que vayan más allá de la garantía de contar con susaportes; los donantes quieren ser considerados socios y no solo fuentes de financiación.

La impresión contribuye de forma considerable a la creación de vínculos emocionales, profundos y enriquecedores, necesarios para mantener y aumentar la base de

donantes. Además, ofrece claras ventajas en comparación con el entorno digital, dado que ofrece una experiencia táctil y un refugio acogedor para la vista cansada, acostumbrada a dejar pasar los mensajes digitales.

Con el avance de la comunicación digital, ha disminuido el volumen de correo impreso, lo que ha generado una magnífica oportunidad para que se destaque la publicidad directa. Más aún, la publicidad directa y los medios físicos son considerados más auténticos y fiables, una perspectiva crucial a la hora de fomentar las relaciones con los donantes e impulsar y retener estas fuentes de donaciones.

Pero la impresión no sustituye al formato digital. En cambio, es un complemento que se puede utilizar como parte de una estrategia multicanal hermética, que combina la permanencia de la impresión con la comodidad del mundo digital a fin de crear una experiencia más rica para los donantes que los inste a la acción.



El 56 %

de las personas consideran que la publicidad impresa es una forma de publicidad más creíble y confiable²



El 70 %

de los donantes, gracias a la publicidad directa, ha iniciado de nuevo una relación con una organización sin fines de lucro³



El 50 %

de los donantes es más probable que respondan a la publicidad directa cuando reciben varios mensajes a través de diferentes canales³

La publicidad directa requiere un 21 % menos de esfuerzo y es un 70 % más fácil de recordar que la publicidad digital¹



Promover la acción con un toque personal

La tecnología de inyección de tinta de Xerox® elimina los costes y la complejidad para producir con rapidez materiales que captan la atención y activan las emociones. Esta tecnología equilibra costes, calidad, velocidad y sostenibilidad, y permite a las organizaciones sin ánimo de lucro alcanzar sus objetivos con más rapidez y de forma más asequible, lo que se traduce en costes más bajos y permite cambiar más vidas.

La prensa de inyección de tinta Xerox® Baltoro® HF ofrece un gran desempeño y el punto óptimo entre costes y beneficios que necesitan las organizaciones sin ánimo de lucro para retener a sus donantes actuales y atraer a nuevos. Además cuando se combina con la personalización y las herramientas de flujos de trabajo que solo Xerox puede ofrecer, las posibilidades son verdaderamente ilimitadas.

MÁS VALOR, MÁS IMPACTO

Baltoro, la más pequeña de su clase y con la flexibilidad necesaria para el futuro, ofrece a las organizaciones sin ánimo de lucro la capacidad para transmitir su mensaje de manera enérgica con la posibilidad de:

- Ahorrar sin comprometer el efecto de las comunicaciones
- Producir materiales a demanda en las cantidades que se necesiten
- Aumentar la producción, alcanzando hasta 2 millones de impresiones por mes
- Crear comunicaciones de tiradas cortas de gran calidad y personalizadas
- Mejorar sus credenciales ecológicas con una solución no tóxica, sostenible y que reduce los residuos
- Captar la atención con imágenes de colores intensos de alta calidad en una amplia gama de tipos de medios

LA BASE

Las organizaciones sin ánimo de lucro son una fuente inestimable de valor, pero la competencia es feroz en este sector tan concurrido. Promover el mensaje y captar la atención puede ser difícil en un mundo saturado digitalmente, lo que posiciona a la publicidad directa y a otros medios físicos como potentes herramientas para forjar vínculos que permiten cambiar vidas.

Gracias a Baltoro, las organizaciones sin ánimo de lucro pueden crear materiales y generar el efecto necesario para apoyar su causa, y pueden hacerlo con rapidez, de forma asequible, en el momento óptimo. Ayuda a las organizaciones sin ánimo de lucro a diferenciarse de los demás y a reducir costes. Baltoro cuenta con la habilidad de crecer con sus necesidades, por lo que la inversión seguirá apoyando la misión de las organizaciones sin ánimo de lucro durante muchos años.



Los donantes están de acuerdo en que la publicidad directa es más eficaz a la hora de transmitir mensajes emotivos⁴



Descubra cómo la prensa de inyección de tinta Xerox® Baltoro HF puede aportar valor a su misión sin ánimo de lucro. Visite xerox.com/baltoroHF o hable con su representante de ventas.

1 <http://www.lendingsciencedm.com/how-millennials-respond-direct-mail>

2 <https://www.themailshark.com/resources/articles/is-direct-mail-dead/>

3 <https://www.mobilecause.com/direct-mail-fundraising>

4 <https://greymatterresearch.com/mail-and-email>