

Consejos para dirigirse a una fundación

Propósito de los consejos para dirigirse a una fundación

Establecer relaciones con fundaciones, cuando sea posible, es clave para el éxito de la recaudación de fondos. El enfoque inicial de hacer una llamada a alguien que no ha conocido antes (también conocido como “llamada en frío”) puede ser intimidante, ya que desea causar una buena primera impresión. Para ayudar a las organizaciones a mantener el mensaje durante esa primera llamada, se puede utilizar un guión telefónico de muestra. Véalo a continuación. Recomendamos hacer un juego de roles y practicar este guión con un colega. El guión es una guía; es necesario adaptarlo a mensajes individualizados.

Ejemplo de guion telefónico para dirigirse a una fundación

“Hola. Soy Sally Ejemplo y trabajo con la X Organización. ¿Puedo hablar con X?” [si conoce el nombre] o solicitar hablar con un responsable de programas, un gestor de subvenciones, un gestor de donaciones o alguien que trabaje con solicitudes de subvenciones si no conoce un nombre dentro de la organización.

Una vez que se conecte con una persona que gestiona las subvenciones, puede intentar una o más indicaciones:

Para este ejemplo, se utilizará un programa de asesoramiento.

- “He notado que financia programas de asesoramiento, y nosotros proporcionamos servicios de asesoramiento y educación a niños y adultos.” Si el posible financiador tiene una población especial a la que llega, puede modificar el guión para incluirla, por ejemplo, los veteranos: “He notado que financia programas de asesoramiento, y nosotros proporcionamos servicios de asesoramiento y educación a veteranos.” Si el financiador es de Texas, puede mencionar la geografía de su organización. Si el posible donante no es de Texas, podría decir: “Proporcionamos estos servicios en [región]”. Describa la región si el donante no está familiarizado con la zona.

- “Nuestra organización tiene un [rellene programa/proyecto] que creemos que se ajusta a sus prioridades de financiación actuales, y me preguntaba si podría hablar con usted sobre ello para ver si le parece que encaja.” A continuación, comparte rápidamente algunos aspectos destacados del programa/cada programa con el cliente potencial. Esta es una gran oportunidad para dar su discurso de ascensor.
- Si un financiador acepta solicitudes durante todo el año, puede preguntarle al cliente potencial: “He visto en su sitio web que aceptan solicitudes durante todo el año. ¿Hay una mejor época del año para solicitarlas?” Otra pregunta: “¿Cuándo se reúne su junta para revisar las solicitudes?”
- Si la conversación va bien y hay una posible coincidencia, asegúrese de preguntar cuáles son los siguientes pasos del proceso: ¿requiere el financiador una carta de solicitud? ¿A quién va dirigida? Si la persona con la que ha hablado es un responsable de la toma de decisiones, dirija la carta a esa persona. Si la persona con la que ha hablado es un miembro del personal, puede hacer referencia a su conversación con ese miembro del personal en su carta. ¿Hay una solicitud? Averigüe las fechas de vencimiento y dónde puede acceder a la solicitud.
- Si no parece haber una coincidencia, dé las gracias al posible cliente. Incluso si el posible cliente no es adecuado para usted ahora, considere la posibilidad de enviarle una nota de agradecimiento por su tiempo. Las prioridades de financiación cambian con las fundaciones, y es posible que desee volver a preguntar sobre la financiación más adelante.

Recursos para dirigirse a una fundación (una selección de investigaciones en Internet)

“Llame primero a las fundaciones: ¡Gane más subvenciones!”

<https://www.amyeisenstein.com/win-more-grants/>

“¿Cómo me dirijo a una fundación y establezco una relación exitosa entre el beneficiario y el donante?”

<https://grantspace.org/resources/knowledge-base/approaching-foundations/>

###

Información sobre *Methodist Healthcare Ministries of South Texas, Inc.*

En *Methodist Healthcare Ministries* consideramos el desarrollo de capacidades como un proceso de fortalecimiento organizacional. Trabajamos junto a nuestros colaboradores financiados y organizaciones comunitarias, aprovechando sus bienes para aumentar su impacto en la comunidad y mejorar la equidad en salud. El desarrollo de capacidades es una inversión en la capacidad de las organizaciones sin fines de lucro para ser más eficientes, efectivas y sostenibles.