



# JORNADA DO DOADOR

ENTENDA O CAMINHO PERCORRIDO PELOS  
DOADORES PARA CHEGAR NA DECISÃO

---

# Sumário

<b>Apresentação</b>	<b>2</b>
<b>O que é a jornada do doador?</b>	<b>3</b>
<b>Qual é a jornada do doador?</b>	<b>7</b>
Aprendizado e descoberta:	<b>9</b>
Reconhecimento do problema	<b>10</b>
Consideração da solução	<b>11</b>
Decisão de doação	<b>12</b>
<b>Como usar a jornada do doador?</b>	<b>13</b>
<b>A jornada do doador vista pelo CRM</b>	<b>16</b>
<b>Considerações finais</b>	<b>18</b>
<b>Conheça o autor:</b>	
<b>Trackmob</b>	<b>20</b>
<b>Expediente</b>	<b>21</b>

---

# Apresentação

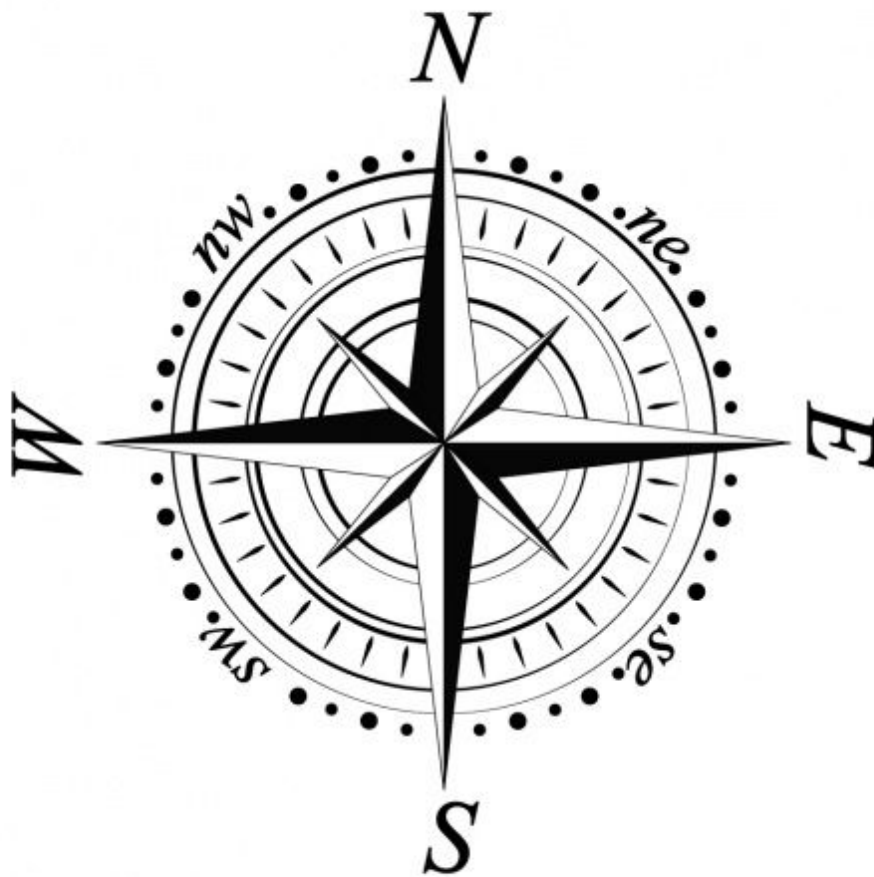
Decidir realizar uma doação não é um processo fácil para uma pessoa, assim como fazer qualquer ação no nosso dia-a-dia. Passamos por diversos pensamentos e etapas antes de tomar uma decisão sobre algo, principalmente se envolve nosso dinheiro ou tempo. Por isso, o marketing possui um método que demonstra quais são essas fases pelas quais passamos, para ajudar a entender como conversar com seus doadores e levá-los à decisão positiva para você.

Esse método é dividido em duas frentes: funil de doação e a jornada do doador, sendo o primeiro a visão da organização para criar estratégias de conteúdo e estrutura para atingir os doadores, já o segundo, tema deste e-book, é a visão do doador e as etapas que ele passa para chegar na decisão.

Esse material foi escrito para ajudar você a ter melhores resultados na captação com indivíduos e também melhorar a comunicação das organizações dentro do nosso país, a fim de modificar a cultura da doação no Brasil. Acomode-se e faça uma boa leitura!

---

# O que é a jornada do doador?



---

Trata-se de um estudo realizado pelos pesquisadores em comunicação para entender quais as etapas que um doador passa antes de decidir doar, mas diferente do funil de vendas, que é voltado para a criação de estratégias, métricas e objetivos, a jornada do doador demonstra a visão do doador que será impactado com a sua comunicação.

Ela serve para ajudar você a entender como impactar os seus doadores da forma que eles desejam, não sendo invasivo ou investir em modos não efetivos de falar com essas pessoas. Sabendo a visão do doador e o que ele espera para poder decidir realizar a doação.

---

A jornada do doador começa a partir do momento em que ele inicia uma busca na internet sobre determinado assunto. Isso significa que ele deseja aprender algo para poder entender se há ou não um problema para ele. O estudo desse método ajuda nessa parte, por exemplo, onde você cria estratégias dentro dos buscadores dando a entender que quem achou você foi o doador, e não o contrário.

Essa jornada existe desde que o mundo é mundo, mas atualmente foi estudada mais a fundo para que as organizações possam aplicar no dia-a-dia nas estratégias de captação de recursos. Antigamente, quando uma pessoa pensava em realizar uma doação, ela ia até a organização e entrava em contato com as pessoas de lá, buscando entender o que a ONG faz e como seu dinheiro ou tempo seria gasto dentro da causa.

---

O que acontece com o uso da jornada do doador é facilitar essas informações para ele, a fim de ajudá-lo a decidir doar para a sua organização obtendo todos os dados que precisa sem nenhuma complicação ou constrangimento por parte dele, dando ainda uma sensação maior de liberdade e escolha.

---

## Qual é a jornada do doador?





---

A jornada do doador é dividida em quatro etapas que ajudam você a entender em qual momento da decisão o seu lead (possível doador) se encontra com base no que ele está procurando dentro das mídias digitais. Dessa forma, você consegue criar estratégias que impactem o doador em diversos canais em que ele deseja, sendo por e-mail, blog, site ou até mesmo por telefone e presencialmente.

As etapas são criadas de acordo com a hierarquia de pensamento pela qual o doador passa antes de decidir doar, por isso, para que essa jornada seja efetiva, você precisa conversar com um doador e entender como ele pensou em cada um dos itens abaixo para chegar até a decisão, pois só assim você consegue adequar a jornada do doador à realidade da sua organização. As etapas são:

---

## - Aprendizado e descoberta:

O doador está curioso sobre as causas sociais e organizações, mas ainda não conhece muito sobre os assunto. A partir disso, a pessoa vai buscar sobre as organizações e diversas causas sociais que existem, a fim de aprender mais e se mobilizar com algumas delas.

---

## - Reconhecimento do problema

O lead reconhece o problema da causa social que você luta e se comove com ele, entendendo que realmente precisa ajudar para melhorar essa situação. Assim, vai pesquisar mais sobre a sua organização para entender qual o trabalho que você realiza e como ajuda a resolver esse problema.

---

## - Consideração da solução

O lead começa a considerar de que forma pode ajudar você, procurando quais os meios que a sua organização mais precisa de ajuda e que ele pode fornecer, se é doação monetária ou voluntariado, por exemplo. Porém, é bem possível que ele acabe demorando mais nessa parte, pois é o momento que antecede a decisão.

---

## - Decisão de doação

O doador decidiu ajudar a sua organização, e agora está buscando para qual projeto irá dispor do seu tempo ou dinheiro. Essa etapa é o momento de entrar em contato com ele e conversar de forma mais íntima e objetiva possível com ele.

Entendendo os passos que o doador passa antes de decidir realizar a doação, fica mais fácil você impactar ele e acelerar o processo de decisão, fornecendo exatamente as informações que ele precisa nos diversos canais utilizados por ele para saber sobre a sua organização, seja no e-mail, site, blog ou redes sociais.

---

# Como usar a jornada do doador?



---

A jornada do doador ajuda você a entender o que ele deseja saber para poder decidir ajudar a sua ONG. Utilizando o funil de doação, você pode criar estratégias para impactar ele, porém, com a jornada do doador, você consegue criar o conteúdo correto para ele e enviar pelos canais em que ele desejar.

Você pode criar uma estratégia de envolvimento do doador fornecendo materiais ricos, como e-books, infográficos, guias, entre outros, e pedir informações como e-mail, nome e telefone para ele. Dessa forma, você demonstra que realmente deseja ajudar qualquer problema ou dúvidas que ele tenha e coleta os dados para manter contato.

---

Feito isso, basta mandar para ele publicações de acordo com o que ele está interagindo e suas áreas de interesse, levando para conhecimentos cada vez mais profundos e específicos que o faça descer para as próximas etapas até chegar no momento da decisão.

Veja [esse infográfico](#) produzido pelo site Marketing de Conteúdo ensinando o que fazer em cada etapa da jornada do doador.



---

# A jornada do doador vista pelo CRM



---

Com um CRM, a sua organização consegue analisar corretamente as etapas pelas quais o doador passa até chegar na decisão, entregando informações que levam a uma criação mais envolvente de envio de conteúdos e contato com esses leads.

Essa ferramenta ajuda muito a entender o comportamento dos seus doadores e como entrar em contato com eles de forma mais efetiva e automatizada, possuindo análises que demonstram o potencial de doação das pessoas que estão interagindo com você e demonstrando a etapa em que estão, favorecendo estratégias de envio de conteúdo que os transportem para a decisão.

Conheça melhor o CRM e como ele pode ajudar a sua organização através [desse artigo](#) que fizemos, explicando como é o funcionamento dela e qual a importância da sua utilização para o marketing digital e captação com indivíduos.

---

## Considerações finais

A jornada do doador é ter a consciência de tudo o que o seu doador passa para decidir realizar a doação, sendo uma ótima ajuda para saber quais são as necessidades dos seus doadores e como fazer com que eles acreditem que decidir doar para a sua organização seja algo bom para ele e também para a sociedade.

O trabalho com a jornada do doador consiste em entregar exatamente o que a pessoa precisa para chegar na sua decisão, deixando que ela busque por você e se sinta feliz em encontrar a sua ONG dentro das pesquisas, com a sensação de que isso não é uma estratégia.

---

Use as informações de contato que você conseguir para melhorar o relacionamento entre a sua organização e o doador, envie conteúdos para ele baseados nas interações que teve com você e mantenha ele como seu doador a partir da confiança que você conquistou. Assim, você vai ter resultados acima dos esperados e conseguir, além de doadores, fãs da sua organização.

---

## Conheça o autor:

# Trackmob

A **Trackmob** é uma empresa especializada em oferecer soluções tecnológicas para proporcionar uma experiência incrível de doação para o seu doador.

Potencialize sua captação de recursos com:

- Página personalizada de doação online
- Aplicativo para captação de doadores nas ruas e eventos
- Sistema de gestão de pagamentos e doadores por e-mail e SMS

Peça uma demonstração acessando:

<https://trackmob.com.br/>

---

# Expediente

**Autor** | Trackmob

**Coordenação e edição** | Giulliano Soares

**Redação** | João Souza

