

GUIA DE CAMPANHAS DO DIA DE DOAR

PARA EMPRESAS





O **Dia de Doar** é um movimento pela generosidade que tem sua origem no **#GivingTuesday**, um movimento global que começou em 2012 nos Estados Unidos e hoje está presente em **85 países**. Ele acontece na sequência de datas comerciais já famosas, como a BlackFriday e a CyberMonday.

diadedoar.org.br





Aqui no Brasil o **Dia de Doar** foi realizado pela primeira vez em 2013 e passou a fazer parte do movimento global no ano seguinte. A **ABCR (Associação Brasileira dos Captadores de Recursos)** lidera a iniciativa no país, e o Movimento por uma Cultura de Doação o promove desde então. Este ano, será celebrado no dia **28 de novembro**.

Como é um movimento, **o Dia de Doar não é centralizado**: a marca, os materiais, manuais e todas as informações são disponibilizados **gratuitamente** para que cada um que queira participar possa se apropriar e criar sua própria iniciativa.

diadedoar.org.br



1. Cases de sucesso: se inspire!

Antes de mais nada, para te inspirar e mostrar que sua campanha pode ser um grande sucesso, veja alguns exemplos de grandes empresas nos últimos anos:

Burger King + Arredondar

Método: arredondamento de troco + reforço de campanha

No Dia de Doar, o BK abriu seus canais para engajar e reforçar a importância da solidariedade. A parceria com o Arredondar – que prevê a doação do arredondamento de centavos do troco – já acontece diariamente, mas no Dia de Doar a campanha foi reforçada com os colaboradores para que oferecessem a opção aos consumidores.

Link da notícia: <https://diadedoar.org.br/campanha-de-doacao-para-terceiros-2020/dia-de-doar-burger-king-arredondar/>

U.S. Bank + Volunteer Match

Método: voluntariado corporativo

A campanha #GiveTime incentivou o voluntariado entre os colaboradores do banco, que doaram horas de serviço para apoiar organizações comunitárias.

Link da notícia: <https://www.usbank.com/about-us-bank/company-blog/article-library/us-bank-partnering-with-volunteermatch-for-givingtuesday.html>



1. Cases de sucesso: se inspire!

Raia Drogasil + MOL

Método: produto social + matching

Durante todo o mês de dezembro, a Raia Drogasil dobrou os valores arrecadados pela venda dos produtos sociais Sorria e TODOS. Para cada doação gerada pelas revistas, calendários, cartões e embalagens para presente, a Rede fez outra de igual valor.

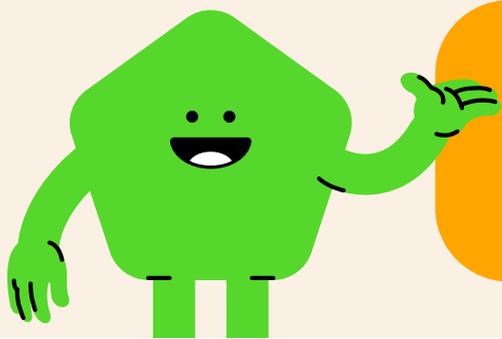
Nike Give Your Best

Método: voluntariado + matching + histórias inspiradoras

Como parte do projeto mantido pela marca, o Give Your Best, a Nike dobrou as doações feitas pelos colaboradores e desde 2017 já doou mais de US\$12 milhões para organizações sem fins lucrativos em todo o mundo no Giving Tuesday.

A cada colaborador que se voluntaria nos projetos relacionados, a marca oferece US\$10 por hora, com limite de até US\$2.500 por ano – que é doado para uma causa de sua escolha. A ação é potencializada durante o Giving Tuesday, como na campanha em vídeo feita no ano passado que traz depoimentos inspiradores!

[Assista ao vídeo!](#)



Confira também nosso webinar:
**[Preparando estratégias para
engajar empresas no Dia de Doar](#)**

2. Como você muda o TOM DE VOZ da sua campanha de uma obrigação para uma oportunidade de mudar o mundo?

Agora que você já ouviu alguns exemplos de como você também pode fazer uma campanha incrível esse ano, o primeiro passo é **adequar o tom de voz, fazendo tudo ficar mais divertido**. Tente coisas novas. Convide novas pessoas. Pire. Celebre.

O **Dia de Doar** é um dia para inspirar generosidade em todas as formas, um dia para as pessoas dividirem entusiasmadas o que quer que possam, seja seu **tempo, habilidades, voz ou dinheiro**.

Pense nele como um grande evento para celebrar a generosidade e a solidariedade. Assim os colaboradores vão entrar no clima. Aproveitando a analogia com o clima de evento, lembre-se de que:

- Um tema unificador cria entusiasmo, comprometimento e facilita a tomada de decisões (certamente você não decoraria uma festa de São João com enfeites carnavalescos!);
- Jogos e atividades podem fazer uma grande diferença;
- Compartilhar memórias (histórias, fotos) depois do evento mantém as boas energias, e cria engajamento para o próximo ano.

Então coloque o seu chapéu de festa e vamos começar a planejar!

3. Estabeleça um CRONOGRAMA de atividades e uma agenda de reuniões

Planejar é super importante!

Vai manter sua equipe bem alinhada e sua campanha organizada para uma boa dinâmica, possibilitando alcançar o maior impacto possível. O cronograma abaixo é uma sugestão, **nada neste documento é obrigatório.**

Ação	Quando?	Quem realiza?
Abrir uma pesquisa na empresa para identificar ONGs que seus colaboradores já conhecem		
Definir qual organização será beneficiada		
Definir a meta da campanha		
Dividir o planejamento em grupos de trabalho		
Definir os membros de cada grupo de trabalho		
Definir a narrativa da campanha		
Estudar os materiais de comunicação		
Estudar o planejamento semanal de comunicação para definir o cronograma de atividades		
Recrutar embaixadores e/ou influenciadores digitais		
Definir as histórias que serão contadas na campanha e no cronograma de divulgação		
Planejar um evento ou atividade de mobilização		
Definir o que será feito no Dia de Doar		
Planejar agradecimentos e reconhecimentos aos participantes		



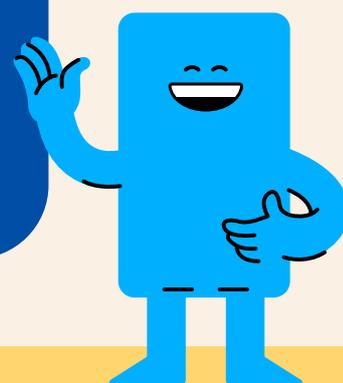
Dia de Doar

4. Liste seus potenciais PARCEIROS para embarcar nessa jornada!

Uma grande campanha vai inspirar várias pessoas a embarcarem na ideia. Pense com carinho quem pode fazer parte da sua equipe e tenha brilho nos olhos para mudar o mundo junto com você.

Faça uma lista das pessoas que você espera incluir na sua Campanha. E quando elas disserem "sim!", convide todos para participar de uma reunião de abertura e apresentação do movimento.

Não se preocupe ainda com o que vocês farão para o Dia de Doar neste momento. É importante que vocês se apresentem, se conheçam com mais profundidade e decidam juntos como vai ser a mobilização, e o papel de cada um nessa jornada!



Alguns potenciais parceiros que você pode engajar nessa etapa:

- Colaboradores internos
- Fornecedores de serviços
- Empresas parceiras
- Comunidade local
- Câmaras de comércio, associações de classe e/ou sindicatos
- Poder público e órgãos governamentais

5. Estabeleça a META da campanha

A meta da sua campanha deve ser o ponto principal para montar a estrutura de como vai ser sua mobilização e como sua equipe pode e deve se envolver. É um ótimo momento para experimentar novas estratégias. Por isso, estabeleça metas ambiciosas o bastante para sua equipe se sentir motivada a alcançar os resultados propostos.

Os objetivos podem ir muito além de dinheiro!

Objetivos potenciais:

- Arrecadar um valor em dinheiro para as organizações que escolheram
- Melhorar a sensação de pertencimento dos seus colaboradores
- Incentivar uma melhor qualidade de vida da equipe (afinal, quem doa é mais feliz!)
- Melhorar a reputação frente aos seus clientes e stakeholders
- Crescer seus números de seguidores nas redes sociais
- Incentivar novas práticas de voluntariado
- Promover um país mais justo e equitativo através da doação



Lembre-se de definir a meta junto com seus parceiros. A construção coletiva da proposta de mobilização e meta é essencial para o engajamento e relacionamento com quem abraçou a causa com você.



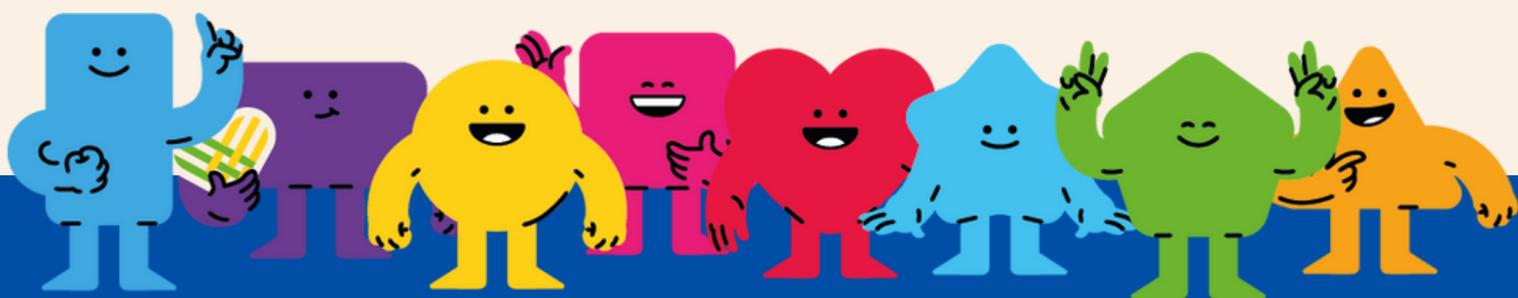
6. Marca, narrativa e a comunicação da sua campanha

Recursos visuais estão no centro das nossas comunicações. Logo, a paleta de cores, fotos, posts e vídeos trarão personalidade para a campanha e criarão uma conexão ainda maior com a temporada de doações que **acontece no mundo todo**.

O **Dia de Doar** conta com uma campanha de comunicação pensada estrategicamente para promover doações de uma forma alegre, feliz, promovendo a sincera participação de pessoas que buscam viver em um **mundo mais justo**.

Queremos reverter a mentalidade que temos hoje, da qual doações estão ligadas à caridade ou apenas à ajuda para “pessoas pobres”, **Doar é um ato de cidadania**, uma forma de podermos juntos construir um futuro melhor.

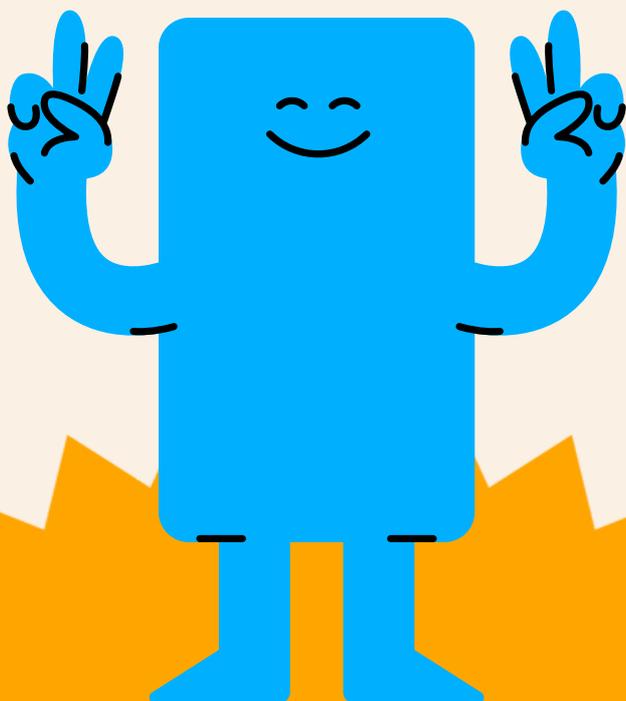
Utilizar nossa marca unifica a sua campanha e vai alavancar a mensagem que queremos promover. Fique à vontade para adaptar todos os materiais de acordo com a identidade visual da sua empresa!



6. Marca, narrativa e a comunicação da sua campanha

Você pode usar como base os elementos gráficos disponibilizados pelo Dia de Doar para te apoiar nesse processo. Confira abaixo o pacote de elementos gráficos:

[Acesse os conteúdos disponíveis para sua empresa!](#)



Exemplo de aplicação:

B&B HOTELS + **ALDEIAS INFANTIS SOS** + **Dia de Doar**

Aproveite
**O HAPPY FRIDAY
COM A B&B HOTELS**
e ajude a Aldeias Infantis SOS

É isso mesmo, a **B&B HOTELS** se uniu com a **Aldeias Infantis SOS** para fazer a diferença! **Você ganha 20% de desconto** em sua reserva e 10% do valor total é revertido em doação para a Organização.

O Dia de Doar é um movimento que promove a generosidade, que vai ao encontro de tudo o que a **B&B HOTELS** busca: trazer mais solidariedade e uma conexão com as causas socioambientais que, de fato, transformam o mundo.

Por isso, do dia **24 ao dia 29 de novembro** você poderá usar o promocode **BBDIADEDOAR** para ganhar 20% de desconto em sua hospedagem e ainda participar dessa doação com a **B&B HOTELS**.

A Aldeias Infantis SOS (SOS Children's Villages) é uma organização global, de incidência local, que atua no cuidado e proteção de crianças, adolescentes, jovens e suas famílias. A organização lidera o maior movimento de cuidado infantil do mundo e atua junto a meninos e meninas que perderam o cuidado parental ou estão em risco de perdê-lo, além de dar resposta a situações de emergência.

Condições da Campanha:
20% de desconto composto por 10% de desconto no site [bbh.com.br](https://www.bbh.com.br) e + 10% adicional através do promocode #BBDIADEDOAR, a ser utilizado no campo específico no final do processo de reserva, apenas na área hotelizadora. Promoção não cumulativa e não válida para tarifas corporativas e outras tarifas promocionais como as não reembolsáveis. Reservas sujeitas a disponibilidade no momento da compra. Validade da Campanha / Booking Window: 24 a 29/11. Janela de reserva / Booking Window: TRAVEL WINDOW: Reserva a partir de 15/10/2022 até 30/04/2023. Datas Independência / Blackout Dates: Natal/01 e Carnaval RJ (B&B HOTELS Rio de Janeiro Copacabana Forte e Pousada), Carnaval e Lapa/02/03 (B&B HOTELS São Paulo Lapa).

B&B HOTELS + **ALDEIAS INFANTIS SOS** + **Dia de Doar** **COLABORE COM A GENTE!**

diadedoar.org.br



Dia de Doar

6. Marca, narrativa e a comunicação da sua campanha

Desenvolva a narrativa da campanha e faça um pedido estimulante!

Histórias conectam pessoas. Tente demonstrar a transformação que as doações farão na vida das pessoas:

- Divulgue um programa específico, projeto ou tipo de doação
- Retratar histórias icônicas de cliente, de membro da equipe, de voluntário...
- Dados de suporte (contexto de quem receberá as doações, dados sobre doações no mundo)
- Incluir desafio de "matching" - estimule o seu público a alcançar a meta com você
- Vincule as mobilizações de final de ano (Natal e Ano Novo) com o Dia de Doar

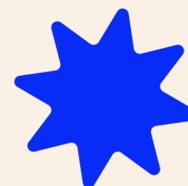
Use todo o material que o Dia de Doar disponibiliza para sua empresa, já deixamos tudo preparado para que facilite esse processo.



Com nossa régua de e-mails, sua empresa mantém o tema Dia de Doar vivo durante a campanha, estreitando o relacionamento com os colaboradores.



Proponha os desafios da gentileza, que mantém vivo o sentimento e o propósito da campanha e da cultura de doação.



Utilize dos nossos jingles, músicas e vídeos para potencializar os materiais de comunicação.

7. Identifique os EMBAIXADORES da sua campanha

Os **Embaixadores** da sua mobilização acreditam em você, ampliam sua voz de forma imponente e confiável, trazendo a oportunidade de aumentar o alcance e impacto da campanha.

Utilize desta ferramenta para melhorar sua imagem frente à comunidade!

Alguns exemplos de pessoas que você pode considerar na sua seleção:

- Influenciadores digitais
- Artistas
- Atletas
- Representantes do poder público
- Colaboradores respeitados na organização

Como fazer?

- Identifique Embaixadores que representam diferentes tipos de apoiadores
- Envolve os Embaixadores reservando um dia para conversar com eles e depois para recebê-los em evento especial;
- Forneça aos Embaixadores recursos e conteúdos envolventes e fáceis de compartilhar, em uma frequência consistente.

7. Identifique os EMBAIXADORES da sua campanha

Roteiro de script para vídeos:

“Um dos gestos mais bonitos das pessoas é fazer o bem. O Dia de Doar tá chegando e essa é a sua oportunidade de fazer a diferença.

[NOSSA EMPRESA] está participando deste movimento global. Faça sua doação, inspire outras pessoas a fazerem o bem com você. Cada doação é um investimento que nós fazemos para um futuro melhor.

Lembre-se de compartilhar com a #diadedoar!”

Nós temos uma série de materiais disponíveis para te ajudar a construir um Programa de Embaixadores para sua campanha. Confira!

[Acesse os conteúdos disponíveis para sua empresa!](#)

8. Iniciativas e gamificação

Competições, desafios e outras formas de gamificação são divertidas, motivam e fazem uma grande diferença no Dia de Doar. Pense em formas que você pode criar um ambiente amigável que crie energia e entusiasmo dos seus doadores:

- "Matching" (ou seja, doações duplicadas para cada doação recebida): Identifique doadores generosos que possam fazer doações para estimular a generosidade e ajudar no progresso para o alcance das metas da campanha. Peça-os para considerarem fazer sua doação para apoiar os desafios e estimular a participação.
- Faça a competição solidária: cada setor ou grupo da empresa pode abraçar uma ONG ou uma causa e se engajar para doar à ela, assim a competição fica entre setores mas todos ganham!
- Faça uma mobilização de doação síncrona: assim todos doam ao mesmo tempo e é possível ver os indicadores subirem instantaneamente, aumentando a sensação de envolvimento como um todo.
- Faça um sorteio entre os colaboradores que mais se engajaram na campanha.
- Sugira um dia de trabalho trocado por um dia de voluntariado em horário comercial. Isso ajuda a criar essa cultura de doação e voluntariado: mostra que sua empresa se preocupa mesmo com o tema da campanha, para além de uma atividade pontual.

9. CONTE PARA O MUNDO!

O mundo precisa de inspiração!

Por isso, conte a todos sobre a ação ou ações realizadas no Dia de Doar por sua empresa.

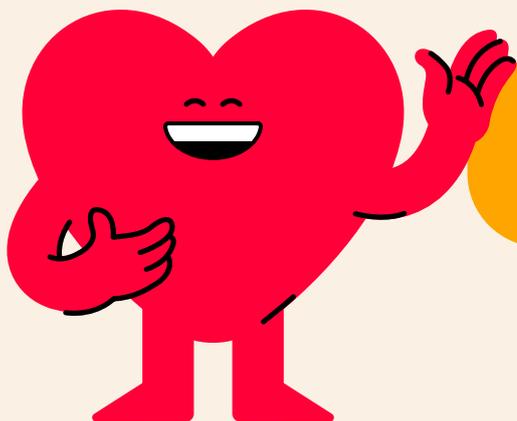
Registre os dados, número de pessoas envolvidas, valores arrecadados, pessoas impactadas.

Internamente mostra que o esforço de cada colaborador valeu a pena, e que na próxima podem fazer ainda mais!

Mensurar os dados é a melhor forma de analisar a eficácia da campanha. Justificá o orçamento e o retorno sobre o investimento; otimiza a estratégia e suas ações de comunicação e, o mais importante, apoia a tomada de decisão e a avaliação de riscos em ações futuras. Internamente mostra que o esforço de cada colaborador valeu a pena, e que na próxima podem fazer ainda mais!

Fotografe, filme e documente tudo!

Quer compartilhar seu case de sucesso conosco? Registre como foi sua mobilização e tenha a chance de inspirar pessoas no mundo todo com a mobilização que vocês lideraram!



[Formulário para registro de ações nas empresas](#)

diadedoar.org.br

