

Belén Roldán
Copy fundraiser

7 claves de escritura persuasiva
que aumentaron un 11% las aperturas
y doblaron los ingresos
de mis emails

www.soybelen.com

15 años como fundraiser

6 años en **Fundación Josep Carreras contra la Leucemia** con empresas y fundaciones.

8 años en el **Comité español de ACNUR** con donantes de nivel medio a muy alto y legados.

Copywriter independiente



Soy Belén Roldán
Copy y fundraiser





Damos por hecho que con conocer
mucho nuestra causa
y escribir **bien** basta
para captar más fondos
y fidelizar relaciones...

pero NO



El email es el lugar más
respetuoso, cercano y rentable
que tienes para generar
vínculos de confianza y **donaciones**
a corto, medio y largo plazo
gracias al copywriting.

las 7 claves



1 2 3 4 5 6

Y... 7



Hay un ser **humano** a cada lado



Firma como un **humano**, no solo marca/equipo.

Escribes **para el humano que te lee**, que siente y que actúa (o no) en base a tu mensaje.

Ojo con la “**personalización**”

2

El gran asunto del asunto



Descriptivo, abstracto, corporativo, plano...

Abuso de lo muy visto y demasiado marketero:

- Nombre de la persona
- Mayúsculas
- Iconos
- Exclamaciones
- *Clickbaits* o promesas imposibles

2

El gran asunto del asunto



Boletín de noticias de XX

Newsletter de XX

La violencia como tradición

La música es VIDA. 🎵🌟🌟

Ecosistemas vitales para la humanidad

Hoy puedes salvar MILES de vidas, BELENUKI

¡¡¡Hemos conseguido un millón de firmas!!!

🎁 Belencita, tenemos un regalo para ti 🎁

Actualidad ambiental

El derecho al agua

2

El gran asunto del **asunto**



CURIOSIDAD

BENEFICIO

CONTRASTE

ACTUALIDAD

ENEMIGO COMÚN

Recursos adicionales (sin abusar): rima, refranes, humor, *power words* (fácil, cambio, ahora, mágico, rápido, asombroso, tú, nuevo, porque...), verbos de acción (descubre, abre, imagina...), Mi opinión sobre... ¡y pedir perdón!

2

El gran asunto del **asunto**



¡Detengan esta boda! Tengo algo que decir
Desde que amanece, apetece... // ser voluntario

Imagina que llegas a este lugar mágico

¿El ébola, se cura?

Mira la alegría que le has dado a Cristina

Un 40% NO abrirá este email

La palabra procrastinar puede matar

Érase una vez el hombre de plástico

“Impresionante”, dijo David Bisbal

Me he equivocado y te pido perdón



Escribe como **hablas**



¿**Hablas** o redactas?

La redacción clásica es un traje muy estrecho para un fundraising **humanizado y eficaz**.

Regla 1 de redacción persuasiva:
que sea **conversacional**, sencillo.

Regla 2: Ponte en la piel de tu lector.

3

¿Hablando o redactando?



Las razones por las que hoy en día se sigue practicando la Mutilación Genital Femenina (MGF) son variadas y radican en la costumbre cultural y las tradiciones arraigadas de cada pueblo. Millones de niñas están expuestas a esta práctica y no nos podemos quedar de brazos cruzados.

La mutilación genital femenina es una forma extrema de discriminación y tiene graves consecuencias físicas y psicológicas para las niñas:

Infecciones

Sangrado y hemorragias

Infertilidad

Aumento del riesgo de mortalidad de la madre y el bebé en el parto

Muerte

La respuesta de XX

En XX llevamos décadas trabajando para acabar con la Mutilación Genital Femenina **gracias a personas como tú**. Estamos presente en países donde las tasas superan el 85%, como Guinea, Egipto, Sierra Leona o Mali, entre otros.

A través de proyectos en todo el mundo, conseguimos que las niñas conozcan sus derechos, las familias sean conscientes de los daños físicos y psicológicos que conlleva esta práctica y se creen leyes para prohibirla. Nuestro objetivo es acabar con esta práctica para que las niñas crezcan felices, sanas y puedan desarrollar su futuro con normalidad.

Tu apoyo contra la MGF es fundamental para conseguirlo. **Colabora ahora**

3

¿Hablando o redactando?



Estarás de acuerdo conmigo en que el respeto a todas las culturas no pasa por encima de los derechos humanos.

Pero hay viejas tradiciones para las que aún hoy es normal mutilar a una niña. Le quitan su clítoris sin darle opción, porque ha nacido en ese país, en esa familia y es lo que hay.

Imagina el dolor horrible, las hemorragias y las infecciones por la mutilación (casi siempre sin anestesia ni medios adecuados).

Esa niña queda afectada de por vida y al trauma emocional se le suman las secuelas en su cuerpo.

Cuando sea mayor, no conocerá el placer de las mujeres sin mutilar y es probable que le cueste quedarse embarazada o que lo consiga a riesgo de morir en el intento (ella y su bebé), por complicaciones en el parto.

Y seguro que estás de acuerdo en que es de justicia proteger su cuerpo, sus derechos y su vida.

En Guinea, Egipto, Sierra Leona, Mali y muchos otros países con esta tradición, hablamos una a una con miles de niñas y familias para que vean los peligros de la mutilación y reclamen su derecho a no sufrirla. Presionamos de la mano con ellas para que se creen leyes que la prohíban.

Solo con tu empatía y con tu apoyo desde aquí podremos devolverle a cada niña que nació allí el derecho a ser también una mujer sana y libre. **Ponte de su lado con XX.**



1

Hay un ser **humano** a cada lado

2

El gran asunto del **asunto**

3

Escribe como **hablas**
y ponte **en su piel**

4

Los 3 ingredientes del contenido



Conoce a tu público

¿Qué hay aquí para mí?

INFORMACIÓN

ENTRETENIMIENTO

PERSUASIÓN



*¿De dónde salen las **HISTORIAS**?*

4

De dónde salen las historias



ESTAR VIVOS

ESTAR ATENTOS

UNIR PUNTOS (SUS miedos/deseos/objeciones al beneficio)

- Recuerdos, referentes culturales o generacionales
- Cosas del día a día (eres humano, vives y ves el mismo mundo)
- Conversaciones (con compañeros, donantes, beneficiarios...)
- Preguntas frecuentes (para desactivar objeciones, ganar autoridad...)
- Noticias actualidad (de la causa o de otros temas relacionables)
- Canciones, citas, libros, series, cine... para hilar a la idea/emoción
- Anécdotas: de terreno, en oficina, en proyectos, con donantes...
- Lo “insider”, que le haga sentir parte del equipo



La **regla** del 1



un email realmente **efectivo y persuasivo** debe tener...

UN SOLO OBJETIVO

UNA IDEA/EMOCIÓN

UNA HISTORIA HILADA A LA IDEA

UNA SOLA ACCIÓN REQUERIDA

sin puntos de fuga

5

La regla del 1



1 email = 29 enlaces + 5 de RRSS



Buenas tardes ,
¿cómo estás?

En esta ocasión, además de actualizarte la lista de actos WWF (uno de ellos esta tarde en Madrid), trato de resumir y actualizar el trabajo que llevamos a cabo [animándote a unirte](#) 🌱

Esta semana es muy especial, de cara a Doñana, de cara a la prevención de incendios, y de cara a la ley de "restauración de la naturaleza" en el Parlamento Europeo.

Aquí va el resumen:

TRABAJO WWF



¡¡¡Buenas noticias para el planeta!!!: **la propuesta en el Parlamento Europeo de retirar la ley de restauración de la naturaleza no ha salido adelante por un estrechísimo margen.**

Se empieza ahora a votar la enmiendas, que esperemos refuercen el texto y faciliten el consenso en el plenario.

+INFO

INFO



sobre la gestión de los grandes incendios for

- Quiere ser una voz desde comunidad de incendios p reclamar soluciones para paisajes seguros, vivos, d resistentes y resilientes a incendios forestales, en el actual de cambio climátic
- Hasta el momento se han la declaración más de 70 i instituciones.
- Tras la presentación públi abrirá un espacio en la w Fundación Pau Costa para recibiendo adhesiones. El se presentará a dirigentes instituciones nacionales y



Reclamamos en el Parlamento de Andalu paralización de la trar de ley de amnistía al ilegal para salvar Doña (+Info)

Y agradecemos a + de un mill científicos que se suman al re WWF a la ley anti Doñana (+)

Declaración Juanjo armona

Declaración Miguel De



Avances tangibles hacia el tratado global contra el plástico

Acogemos con gran satisfacción, el importante avance en los esfuerzos globales para poner fin a la contaminación por **Plásticos**, durante la segunda reunión de negociación del Tratado de las Naciones Unidas

La gran mayoría de han pedido activame tratado global ambic logre un impacto, in conjunto de reglas v específicas e integra el ciclo de vida del p

+INFO

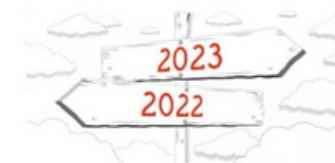


El **jueves, 22 de junio 10.30 a 13.30h**, en **Francisco Giner de los Rios** (Madrid) con opción a retransmisión online, organizamos las jornadas: **Directiva de Diligencia Debida en n de sostenibilidadde las empresas** sobre las q trabajamos para que l empresas adopten un proactivo y responsab sostenibilidad y de su en el planeta. (Aquí puedes conocer las diligencias medio ambier marcadas por el Parla Europeo a las empresas).

AGENDA

Inscripción Presencial

Inscripción Onli



El **jueves, 22 de junio 18.30h** Asamblea Ger Socios, en la sede de España.

El resumen de los pro WWF 2022 y retos 2023:

Una oportunidad para de forma resumida el que realizamos con tu

Del 6 al 8 de octubre Viaje Living Planet



Del 6 al 8 de octubre, Viaje Living Planet Club al Mar Menor, un lugar que engloba muchos proyectos de protección de la naturaleza con diferentes "actores".

Un paisaje plural que permite aprender y poner en valor la importancia de cómo era este idílico lugar, cómo se creó, por qué se está destruyendo y lo más importante, qué podemos hacer para conservarlo.

SOLO para miembros Living Planet Club

Solicita + info sin compromiso.

Antes de despedirme, aprovecho a animarte a **que este verano te acompañe "Accionistas del Cambio"**: un libro motivador y testimonial de 8 activistas medio ambientales que narran sus sueños, sus retos y las formas de hacerlos frente.

Hazte con el libro

El 4% de los beneficios de su venta, la editorial **Boldletters** los destinara a los proyectos de las ONGs que hemos participado.

Un abrazo,
Bárbara Crespi
Responsable del Living Planet Club y Herencias para la Naturaleza **WWF España**
Gran Vía de San Francisco 8, bloque D - 28005 Madrid
+34 91 354 05 78 / +34 654 37 53 09

¿Te ha gustado este email? ¡Recíclalo! Envíaselo a alguien a quien pueda interesar.



Además, si te gusta nuestro trabajo, puedes seguirnos en **redes sociales** o en [wwf.es](#)

Nueva política de privacidad. [Puedes darte de baja de esta lista aquí.](#)



SOLO para miembros Living Planet Club

ACTOS WWF



HOY, 15 de junio, a las 21.30h, en **Twin Gallery** (Madrid) tendrá lugar la **inauguración de la exposición fotogr: Manuel Franquelo mares que mecen la**

Una exposición que confrontar la urgenci crisis ambiental que nuestro planeta, y a medidas para prese océanos para las ge futuras (+Info).

ACÉRCATE A VERLA

El 10% de los beneficios de su venta se donará al **Programa para la defensa de los océanos de WWF.**

Asistiremos **José Lu. Varas - Responsable Océanos**, en **agrade contextualización de situación que sufre océanos, y yo.**

Menos de un 7% de los crímenes contra la fauna salvaje son juzgados

Desvelamos estos datos las jornadas que organizamos el 30 - 31 de mayo y 1 de junio, las que ha habido intercambio de experiencias y conocimientos con autoridades judiciales policiales, como parte de proyecto **LIFE SWIPE** para fortalecer la lucha contra los crímenes ambientales en toda Europa.

Si deseas que te mandemos

+INFO

Informe



Ficha 1: BENEFICIOS PARA LA SALUD DE LA RESTAURACIÓN DE LA NATURALEZA

Ficha 2: BENEFICIOS ECONÓMICOS DE LA RESTAURACIÓN DE LA NATURALEZA

Ficha 3: BENEFICIOS CLIMÁTICOS DE LA RESTAURACIÓN DE LA NATURALEZA



La regla del 1



No le devuelvas a la jungla si ya entró en tu refugio. Solo háblale, dale algo que aprecie y dale 1 cosa que hacer/responder.



HAZTE SOCIO/A*

* Recuerda que ahora con la nueva Ley de Mecenazgo, tu donación desgrava más. Conoce todas las ventajas fiscales entrando en msf.es/que-puedo-hacer-yo/certificado-fiscal

ATENCIÓN MÉDICA DONDE MÁS SE NECESITA.
INDEPENDIENTE. NEUTRAL. IMPARCIAL.



QUIERO AYUDAR >>

Ayúdanos a difundirlo. Compártelo en tus redes:



Colabora ahora



6

Se lee (o no) con **la vista**



HOY tu bbdd tiene +45/50 años



Un email es una **CARTA**, no **PUBLICIDAD**.

Da **AIRE** y **RITMO** visual a tu email.

La **LONGITUD** no es lo malo.

6

Se lee (o no) con **la vista**



Lorem ipsum dolor sit amet. Ad nulla assumenda et tempora commodi ut repellat error in dolores consequatur! Sit reiciendis minus sed corrupti earum ut voluptatem distinctio ut illum obcaecati est recusandae consequatur.

Et consequatur omnis eos fugiat atque et sunt libero aut nisi autem. Sed reiciendis dignissimos a velit veniam in aliquid veniam est natus incidunt eum quia aliquid.

Et internos nihil ad accusamus totam ab nihil exercitationem vel officia sequi. Ut quam ullam et asperiores eaque id aspernatur facere sed corporis dolorem est sapiente explicabo in itaque dolorem. Ab blanditiis quidem ea nihil dolores ut ipsa laboriosam et beatae consequatur et odit vero.

Hic fugiat perspiciatis aut obcaecati asperiores non dolorem perspiciatis et unde dolor non praesentium nulla et asperiores tenetur ut omnis enim. Est assumenda galisum qui ullam dolor sed excepturi mollitia et aspernatur voluptas rem commodi soluta ea dolor harum ea dignissimos magni. Et beatae dignissimos qui deleniti veniam sit molestiae explicabo et possimus dignissimos et velit ducimus sed eius eius. Ut unde expedita eum aspernatur rerum in similique doloremque vel amet sequi sed soluta beatae est quia nostrum.

Qui vitae harum in autem animi sit eius galisum eum natus repellat et temporibus atque sit consequatur quisquam qui velit perferendis. Rem galisum cumque qui quia asperiores ad fugit ipsam ea ipsam quia. Qui dolor numquam.



Se lee (o no) con **la vista**



Lorem ipsum dolor sit amet.

Ad nulla assumenda et tempora commodi ut repellat error **in dolores consequatur!**

¿Sit reiciendis minus?

Sed corrupti earum ut voluptatem distinctio ut illum obcaecati est recusandae consequatur. Et consequatur omnis eos fugiat atque et sunt libero aut nisi autem.

Sed reiciendis dignissimos a velit veniam in aliquid.

Et internos nihil ad accusamus totam ab **nihil exercitationem** vel officia sequi.

Ut quam ullam et asperiores.

Eaque id aspernatur facere **sed corporis dolorem est sapiente** explicabo in itaque dolorem. Ab blanditiis quidem ea nihil dolores ut ipsa laboriosam et beatae consequatur et odit vero. Hic fugiat perspiciatis aut obcaecati asperiores non dolorem perspiciatis et unde dolor.

Non praesentium nulla et asperiores **tenetur ut omnis enim**.



Frecuencia: ¿Presente o pesado?



La **REPETICIÓN** es persuasión por **familiaridad**

El **EMAIL** es lo más **respetuoso, legítimo y rentable**

Tu **DEBER** es estar **presente** de forma relevante

Tu **DONANTE** ideal **agradece** tu email

y lo espera cuando se hace un hábito en su vida

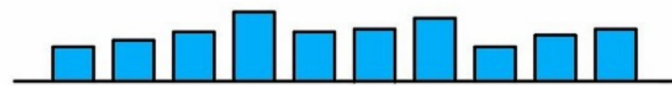
7

Frecuencia y constancia

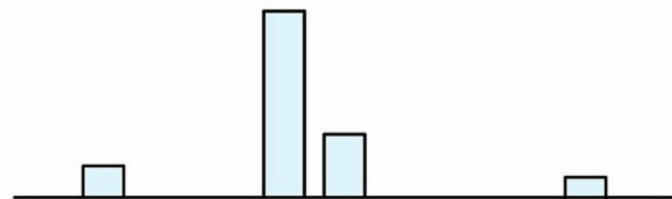


Cuida la relación y construye familiaridad = dinero

We get results by showing up consistently



Not by dabbling inconstantly



@Quoted Visually

SHOWING UP DAILY

What we think it means:



What it actually means:

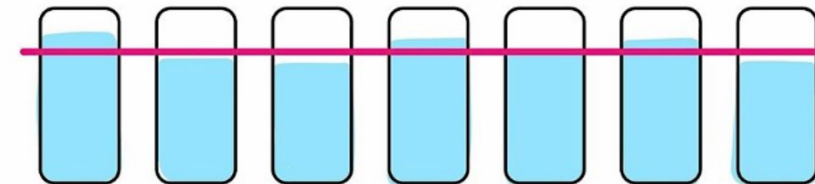


@Quoted Visually

Build the habit of showing up



Then raise the bar for HOW you show up



@Quoted Visually



1 Hay un ser **humano** a cada lado

2 El gran asunto del **asunto**

3 Escribe como **hablas**

4 Los **3** ingredientes del **contenido**
Y las **historias**

5 La **regla** del **1**

6 Se lee (o no) con **la vista**

7 **Frecuencia** y **constancia**:
presente y **no pesado**.

Belén Roldán
Copy fundraiser

Prueba, persiste y verás
¡Nos leemos en los emails!



www.soybelen.com