MARKETING DE GUERRILLA PARA ONG'S

- Los mercadólogos de guerrilla no confían en la fuerza bruta de un presupuesto de marketing descomunal. En cambio,confían en la fuerza bruta de una imaginación vívida.
- El marketing de guerrilla funciona porque es fácil de apreciar, fácil de ejecutar y económico.
- Los vendedores tradicionales, al final del mes, cuentan dinero. Los mercadólogos de guerrilla cuentan nuevas relaciones.

Tres citas de Jay Conrad Levinson,
el padre del Marketing de Guerrilla

Las ONG no pueden permitirse grandes campañas de marketing

Las ONG tienen presupuestos muy pequeños. Y con todos los gastos críticos que deben pagar, queda poco dinero para transmitir su mensaje a los posibles beneficiarios, donantes y voluntarios. El marketing de guerrilla es una alternativa eficaz y asequible a las grandes campañas de marketing.

Espectáculo y Sorpresa

Las principales características del Marketing de Guerrilla son el espectáculo y la sorpresa. Se utilizan para llamar la atención de las personas (clientes potenciales) que se están volviendo insensibles a los anuncios implacables en esta era digital. Cuando se usa para apoyar una buena causa, puede ser tremendamente divertido.

TRES PUNTOS IMPORTANTES

1. Sitios web sólidos

En la mayoría de las situaciones, las campañas o eventos de marketing de guerrilla no utilizan el espectáculo para vender el producto o servicio. Más bien, el espectáculo se usa para crear curiosidad, asombro o entusiasmo que luego envía a los espectadores a un sitio web donde se presenta el mensaje de la ONG. Por eso, la ONG debe tener un sitio web claro y atractivo o la actividad de marketing de guerrilla se desperdiciará.

2. Cine y video

Todas las campañas y eventos de marketing de guerrilla deben ser filmados y fotografiados. Querrá filmar a las personas que presencian la campaña o el evento y luego compartir el video a través de las redes sociales.

3. Licencia de ONG

¿Ha oído hablar del término 'Licencia artística'? Bueno, las ONG en muchos países disfrutan de un tipo similar de libertad para desafiar las normas aceptadas para expresar una postura. Sin embargo, tenga cuidado si hace esto porque a veces hay consecuencias que no previó. Siempre trate de buscar ideas en las que todos los que puedan estar involucrados tengan una experiencia positiva.

FOCO DE EMPLEABILIDAD:

Aprender marketing de guerrilla te hará más empleable

¿Por qué es más probable que un empleador lo contrate si tiene habilidades de Guerrilla Marketing? Todo negocio necesita clientes, ¿verdad? Al aprender Guerrilla Marketing, está aprendiendo cómo atraer nuevos clientes. Además, está aprendiendo métodos que son asequibles. ¿Qué negocio no valora atraer nuevos clientes y ahorrar dinero?

Aprender Marketing de Guerrilla es más que pensar en una idea creativa de marketing. También es necesario ejecutar la idea. Cuando aprenda marketing de guerrilla con una ONG, aprenderá a:

- Asegurarse de que el espectáculo resulte en nuevos clientes. El espectáculo sin nuevos clientes es una pérdida de tiempo y dinero
- Construir asociaciones con otras ONG, dueños de propiedades, dueños de negocios y la Ciudad
- Planificar los detalles de su idea de marketing
- Pensar detenidamente en el proyecto para evitar consecuencias inesperadas.

EL MARKETING DE GUERRILLA SE DESCRIBE MEJOR A TRAVÉS DE UN EJEMPLO

Los siguientes ejemplos imaginan que una organización quiere que las personas conozcan y asistan a un evento artístico que están planeando. Es posible que estas ideas no funcionen en su cultura...

Recuerde que el mejor marketing de guerrilla lo imaginan aquellos que conocen a la gente, el paisaje, las oportunidades y la cultura del área donde se llevará a cabo la campaña.

1. AGUA FRÍA

En senderos populares para caminar o correr, reparta agua en vasos de papel con "¿Tiene sed de arte?" impreso en la etiqueta. Incluya su sitio web. O distribúyalos en los días calurosos en las paradas de autobús. En cualquier lugar donde la gente pueda tener calor.

2. PAINT EXPLOSION CREW

Los participantes se convierten en obras de arte al transformarse en vibrantes salpicaduras de pintura vivientes, utilizando disfraces sencillos, ropa de pintor blanca, pelucas y coloridas manchas de pintura. Estos divertidos lienzos humanos llevan la creatividad a las calles, creando momentos llamativos que invitan a la interacción, las risas y las fotografías.

3. COMUNICADOS DE PRENSA

¿Sabía que los periódicos, los blogueros y las estaciones de televisión reciben miles de comunicados de prensa mecanografiados todos los días? ¿Por qué deberían leer el suyo? Envíe algo que llame la atención o algo que les haga sentir curiosidad. Para un evento llamado Art All Night, los organizadores enviaron a los reporteros una linterna con el logotipo del evento en la lente y una nota que decía "Ábreme para comunicado de prensa". Otro ejemplo: una comunidad estaba pintando “escenas de ventana” (cortinas, pasteles en el alféizar de la ventana, gatos sentados en el alféizar de la ventana) en tablas de madera que cubrían las ventanas abiertas de los edificios abandonados. Enviaron por correo un ejemplo de 1x1 metros al periódico local con el comunicado de prensa escrito en el reverso.

LIENZOS HUMANOS







30 PARECIDOS



4. 30 PARECIDOS

Haga que 30 personas se vistan como la misma persona (alguien conocido, vivo o muerto) y haga que estas personas repartan volantes en una plaza pública concurrida. A continuación se muestra una imagen de la promoción de la película Red Sparrow. Cada uno de estos modelos se vistió como el personaje principal y repartió tarjetas de presentación con labios en un lado y "Estreno de la película Red Sparrow" y horarios en el otro.

5. MURAL

Con el permiso del dueño de la propiedad y de la ciudad, haga que los artistas creen un mural gigante que incluya el nombre de tu evento y el sitio web en un lugar público muy concurrido. No es necesario que el mural sea permanente; se puede hacer en tableros removibles o en papel de afiche. Pida a las personas que repartan volantes mientras se pinta el mural.

6. CLASES DE ARTE

Con el permiso de la ciudad, realice clases de arte improvisadas gratuitas en una plaza muy concurrida. Traiga mesas grandes con manteles coloridos. Tenga carteles enormes que digan, CLASE DE ARTE GRATIS. Enseñe proyectos rápidos y fáciles: algunos para niños y otros para adultos. Reparta volantes a todos los que participen o pasen por allí.

PROYECCIÓN NOCTURNA DEL LOGOTIPO



7. PROYECCIÓN NOCTURNA DEL LOGOTIPO

Proyecte su logotipo y sitio web en el costado de varios edificios por la noche. Haga que el logotipo tenga al menos 10 pies de ancho.

8. FLASHMOB

Asóciese con una compañía local de teatro o danza para hacer un Flash Mob en una plaza muy concurrida. Todos los bailarines llevan una camiseta con su logo y página web. Un Flash Mob es un grupo de personas, convocadas a través de las redes sociales, a un lugar público designado para participar en un espectáculo de danza que no ha sido programado públicamente.

9. CAMEO.COM

Use este sitio web para encontrar celebridades dispuestas a crear videos que respalden su proyecto. Por ejemplo, si necesita que más hombres se ofrezcan como voluntarios, contrate a 10 estrellas del fútbol para que cada uno cree videoclips de 20 segundos que expliquen que ser voluntario para su comunidad es algo muy masculino. Pídales que concluyan dando a conocer su sitio web.

STIZA PARA ACERAS



10. TIZA PARA ACERAS

Use tiza para aceras lavable para crear anuncios temporales en espacios públicos concurridos. Cree plantillas que le permitan reproducir la misma imagen en muchos lugares.