

Voces de Esperanza: Las 4 Estrategias para Promocionar y Crecer

Vamos a utilizar **cuatro estrategias de promoción y crecimiento**, enfocadas principalmente en aumentar nuestra **visibilidad digital**, una herramienta esencial utilizada por grandes empresas, instituciones y fundaciones.

Estas son las **cuatro estrategias** que aplicaremos:

1. Estrategia de Pago (Publicidad Digital)

Esta será solo un **complemento para el despegue inicial**. Con una **buena segmentación**, podemos comenzar con un presupuesto mínimo, por ejemplo: **€60,000**, mientras desarrollamos las otras tres estrategias que son prácticamente gratuitas.

2. Estrategia Orgánica (Comunidad)

Esta estrategia se basa en construir una **comunidad activa y comprometida**, utilizando a los nuevos leads para que nos ayuden a promover el proyecto como parte de su compromiso como miembros.

Inducción para los miembros:

¿Cómo puedo ayudar a Voces de Esperanza y convertirme en un miembro activo?

Con solo realizar **una de estas actividades al día**, ya estarás apoyando nuestra causa:

- Comparte nuestras publicaciones en redes sociales.
- Invita a tus amigos de Facebook a seguir nuestra página.
- Agrega amigos al grupo oficial.
- Comenta en nuestras publicaciones y déjanos 5 estrellas.
- Habla con tus vecinos y recomiéndanos personalmente.
- Realiza donaciones o compra nuestros productos solidarios.
- Si encuentras un animalito, protéjelo mientras enviamos ayuda para trasladarlo a nuestro centro.

3. Estrategia Lead Magnet (Contenido Educativo)

Contamos con una **página web de noticias y contenido educativo** sobre el mundo animal, pensada para atraer a personas interesadas en mascotas, adopciones y bienestar animal.

Este contenido servirá como **imán de prospectos (lead magnet)**, generando tráfico y captando contactos de posibles adoptantes, donadores o voluntarios.

Incluye:

- Microcursos: "Cómo tener una mascota saludable con mínima inversión"
- Artículos diarios
- Boletines con novedades sobre avances en la psicología de las mascotas
- Información adaptada al español, basada en recursos de alto nivel como: *The American Kennel Club, Humane World for Animals, Chewy, ASPCA*, entre otros.

4. Estrategia de Prospección B2B

Esta estrategia consiste en contactar a empresas y negocios por medio de:

- WhatsApp
- Teléfono
- Correo electrónico
- Cartas físicas

El objetivo es buscar **patrocinios y alianzas**, especialmente para el proyecto Lead Magnet, sin necesidad de que las marcas paguen por publicidad directa, sino que colaboren mediante **apoyos solidarios y en especie**.

