

Erros e aprendizados

O objetivo deste documento é compartilhar erros e aprendizados da doebem ao longo do tempo e promover a transparência das atividades realizadas pela doebem, em especial aquelas que tem foco direto nas organizações recomendadas e nos doadores.

3º Trimestre - 2017

Curadoria de Organizações

Ao realizar contato com organizações sociais, percebemos que nosso ciclo de pesquisa e velocidade muitas vezes podem não se encaixar com as urgências e prioridades da organização avaliada. Sendo assim, concluímos que devemos nos planejar melhor e fazer o contato com as organizações de forma mais antecipada, frequente e assertiva.

Aprendemos que para uma maior eficácia na realização da pesquisa, é importante que nós façamos um exercício interno de levantamento de todas as perguntas que devem ser respondidas para que possamos decidir avançar na pesquisa de uma intervenção e na avaliação das organizações. Dessa maneira, a partir das primeiras respostas, direcionaremos nossos recursos para as intervenções e organizações que demonstrem um maior potencial de recomendação, resultando assim em uma maior qualidade de pesquisa, assim como melhor organização e conclusão da mesma.

Marketing e Usuários

No terceiro trimestre de 2017, focamos em uma estratégia de Marketing utilizando a metodologia do livro [Traction](#). Definimos testar “Unconventional PR” e “Engineering as Marketing”. Assim, lançamos um vídeo sobre doações no Facebook. Entretanto, outras iniciativas como a pintura de grafite em um muro e a criação de uma calculadora de impacto da doação não foram finalizadas. Identificamos que os retornos de tais ações, frente ao investimento de recursos, não trariam os resultados esperados e decidimos postergar tais iniciativas.

Iniciamos campanhas no Google Adwords utilizando, pela sua facilidade e rápida implementação, os serviços do Adwords Express. A partir do teste inicial, vimos que a utilização de todos os recursos do Google Adwords seria mais benéfica para a organização. Como o período para a aquisição de tal conhecimento seria grande, decidimos buscar ajuda de

profissionais mais experientes em gestão de Google Adwords. Firmamos assim uma parceria com a agência [Pulsar Digital](#).

Identificamos que muitos usuários atribuem a frequência de postagem em nosso blog e em redes sociais ao nível de atividade da organização e confiabilidade do trabalho. Percebemos que podemos melhorar nossa frequência de comunicação e compartilhar atualizações sobre nossas frentes de trabalho atuais.

Plataforma

Por conta de praticidade, conhecimento e segurança, optamos por iniciar a operação da plataforma doebem com um botão de pagamento do PayPal para, em seguida, evoluir para uma solução com API. Com base no feedback e experiência do usuário, verificamos que o uso do PayPal não apenas reduz a usabilidade do site, como também impede que o doador forneça um adicional para a doebem após cada doação.

Em um primeiro momento, não conseguimos a permissão do checkout de pagamentos Pagar.me para a integração do checkout transparente. Desse modo, buscamos profissionais que trabalhassem na organização pelo LinkedIn e realizamos contato direto com eles para a integração da API. Tal estratégia se mostrou eficaz e conseguimos realizar a implementação do gateway de pagamento Pagar.me. Assim, melhoramos a usabilidade e conversão da página.