

TOOLKIT #5

# Por que e onde vencemos

Um quadro de posicionamento para organizações de impacto: por que você existe, para quem é a melhor escolha e por que deveriam escolher você.

**Um Toolkit da Lever & Core**

Com base em Simon Sinek (Start with Why) e April Dunford (Obviously Awesome)

---

**Toda organização complexa é, em essência, simples.**

01 · O QUE É

# Saiba por que você existe e onde é a escolha óbvia

A maioria das ONGs sabe descrever o que faz. Bem menos conseguem dizer, de um fôlego só, por que existem e por que um doador ou parceiro específico deveria escolhê-las entre todas as opções. Este quadro fecha essa lacuna.

## O que é

O quadro une duas ideias. A primeira é o **propósito**: começar pelo porquê do trabalho, antes do que se faz e de como se faz. A segunda é o **posicionamento**: um jeito disciplinado de definir o contexto em que seus pontos fortes ficam evidentes.

Isso significa comparar-se com as alternativas reais de um doador ou parceiro, focar em quem mais valoriza o que diferencia sua organização e sustentar cada afirmação com provas.

O resultado não é um slogan. É uma resposta escrita e compartilhada que toda a equipe usa em propostas, reuniões com doadores, no site e nas conversas com o board.

## Quando usar

- Suas propostas e seu site soam como os de qualquer organização da sua área.
- Doadores dizem "ótimo trabalho", mas não se comprometem nem renovam.
- Sua equipe descreve a organização de cinco jeitos diferentes.
- Você está lançando um programa, entrando em um novo mercado ou mudando a marca.
- Você corre atrás de todo financiador, em vez dos que têm afinidade.

### O que você leva

- Um propósito em uma frase: seu porquê
- As alternativas com que você é de fato comparado
- Seu valor único, em termos que importam aos outros
- Um perfil de doadores e parceiros ideais
- As provas por trás de cada afirmação
- Uma frase de posicionamento comum à equipe

### A sessão em resumo

**90–120 minutos**, uma sessão de trabalho.

**3–8 pessoas**: direção, captação de recursos e líderes de programa.

**Traga** anotações de três a cinco conversas recentes com doadores ou parceiros, inclusive as que não deram certo.

**Fontes.** A camada do propósito se baseia na ideia de Simon Sinek de começar pelo porquê, do livro *Start with Why*. Os quatro componentes do posicionamento se baseiam no método de April Dunford, do livro *Obviously Awesome*. Este Toolkit é uma adaptação original da Lever & Core para organizações de impacto.

02 · O MODELO

# Um propósito, quatro componentes de posicionamento

O propósito fica no topo: explica por que o trabalho importa. Os quatro componentes abaixo explicam por que você, especificamente, é a melhor escolha, e para quem. Trabalhe-os na ordem, da esquerda para a direita.




**Por quê: o propósito**

A razão de a organização existir, além das atividades: a mudança em que você acredita. Uma frase, sem jargão, que continue verdadeira mesmo se os programas mudarem.

**1 · Alternativas reais**

O que um doador ou parceiro faria de fato se você não existisse: apoiar outra causa, doar a um nome maior, fazer internamente ou não fazer nada. As opções reais dele, não sua lista de "concorrentes".

**2 · Valor único**

O que você tem e as alternativas não têm (uma abordagem, acesso, conhecimento, um jeito de trabalhar) e o que isso entrega a quem você atende e a quem financia você.

**3 · Doadores e parceiros ideais**

Os doadores, fundações e parceiros que mais se importam com esse valor, e por quê. Definidos pelo que valorizam, não só por porte ou setor.

**4 · Provas**

Evidências que tornam cada afirmação crível: resultados que você pode documentar, um método que pode mostrar, histórias que tem permissão para contar, endossos que realmente tem.

**Onde vencemos**

Uma frase que une tudo. O modelo de frase está na folha de trabalho; cada parte dele vem de um dos blocos acima.

> **Por que começar pelas alternativas?** Pontos fortes só têm sentido em comparação. "Temos experiência" diz pouco; "ao contrário de visitas pontuais, acompanhamos o mesmo grupo o ano todo" mostra ao financiador exatamente por que escolher você.