



20 GIUGNO ORE 17.00



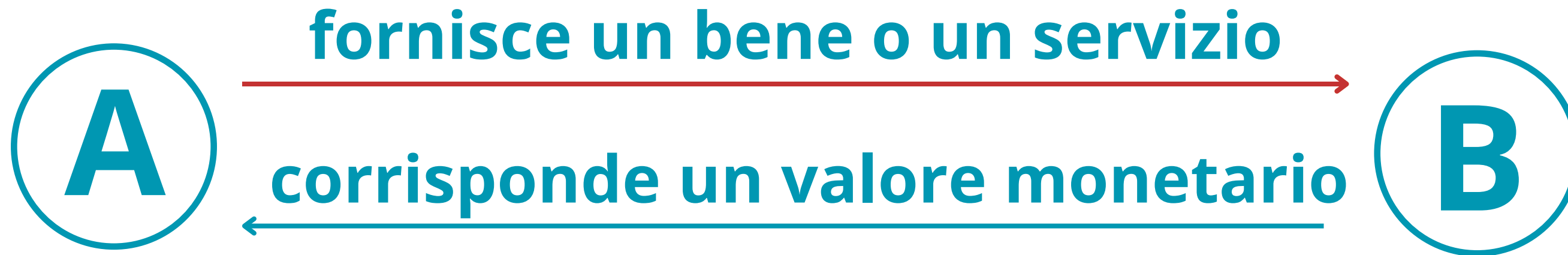
«Fundraising»

a cura di Sandra De Thomasis e Riccardo Verrocchi

**Nessuna azione di fund raising è fallita perché troppa gente ha detto no.  
Le azioni di fund raising falliscono perché non si è chiesto ad un numero sufficiente di  
persone  
(Harold J.Seymour)**

# Fund raising

**non è uno scambio di equivalenti**



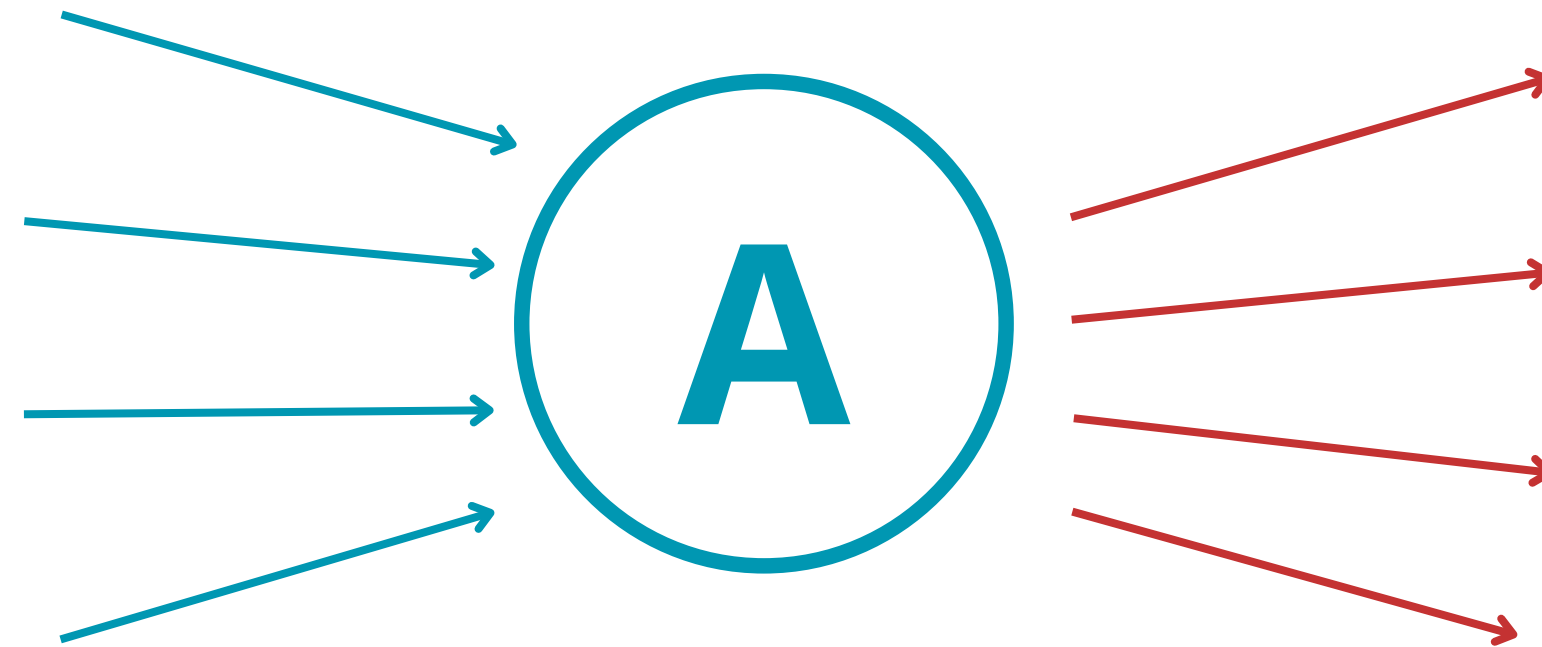
- si basa sulla "pretesa": senza pagamento non c'è servizio
- è autoregolato: il prezzo è regolato dal mercato

CSVABRUZZO



**non è redistribuzione**

**ente riceve dai  
cittadini (tasse)**



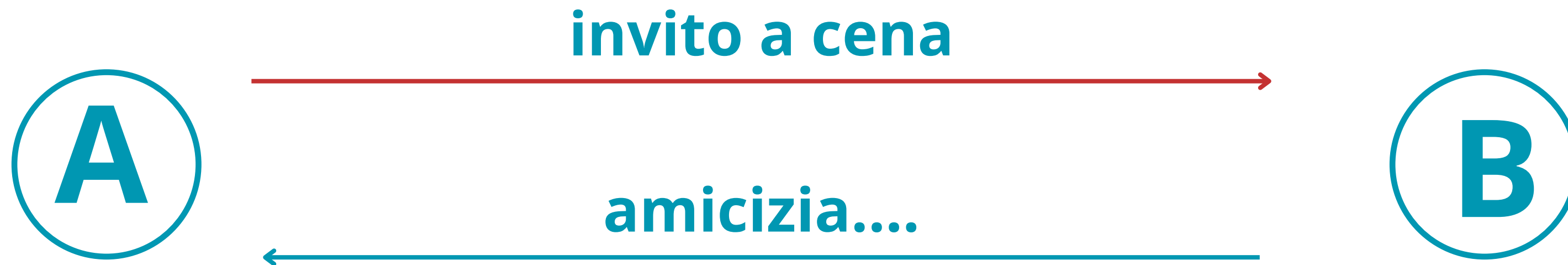
**re-distribuzione  
secondo le necessità  
di ciascuno**

**economia pubblica  
regolato da sistema elettorale**

CSVABRUZZO



# è reciprocità!



nello scambio non si tiene conto del valore della cosa ma del suo significato simbolico.

Si crea una dimensione relazionale che diventa bene relazionale.

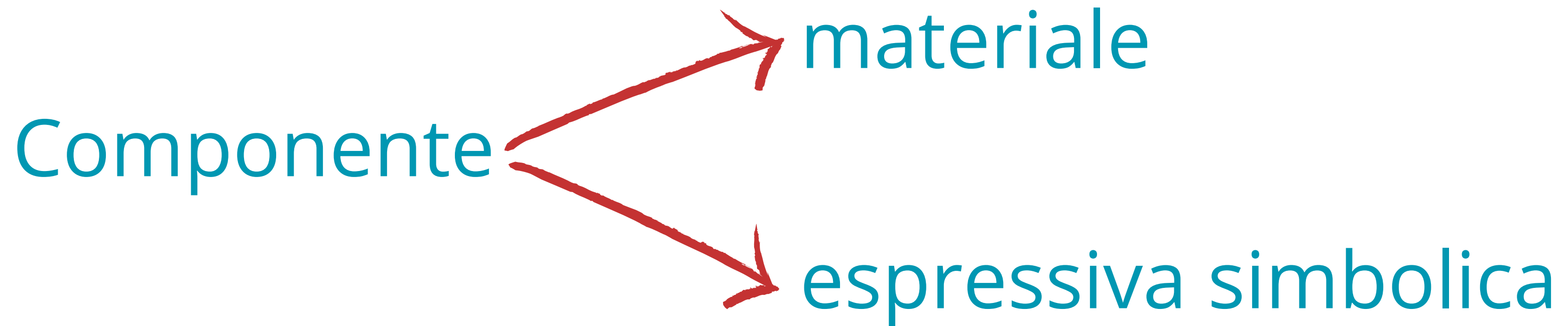
CSVABRUZZO





**bene relazionale: amicizia, gratitudine, riconoscimento**

# ben-essere



# qualcosa sui beni relazionali:

- **Esiste solo se condiviso da altri**
- **Produce ben-essere x la relazione che stabilisce tra chi lo da e chi lo riceve**
- **È antirivale: più ne consumo più ne ho**

*I beni relazionali sono fondamentali per soddisfare il bisogno di felicità che ognuno di noi si porta dentro  
(Stefano Zamagni)*

CSVABRUZZO



**e ancora:**

**Il fund raising esiste solo dove c'è uno scambio  
di reciprocità  
e cioè solo quando c'è uno scambio economico  
non equivalente**

CSVABRUZZO





**e ancora:**

**È l'insieme di tutte le sollecitazioni che  
un'associazione mette in atto per raccogliere  
soldi, beni materiali e tempo dei volontari**

CSVABRUZZO



# e chi è il fund raiser?

**Il fund raiser è il rappresentante di una causa che qualcuno può decidere di finanziare o no!**

## Il Fundraiser

- interiorizza il valore e i valori dell'OdV
- è il rappresentante dell'organizzazione non profit e l'estensione del suo valore

CSVABRUZZO



**qualche domanda**



**Che differenza c'è tra  
Filantropia e fund raising?**

**La sponsorizzazione sociale  
è fund raising?**

**Se vi dono il caffè mi aspetto.....**

**CSVABRUZZO**



**Mission**

**Documento Buona causa**

**Ricerca donatore**

**Chiedere**

**Ringraziare**

**CSVABRUZZO**



# Il documento buona causa

È la raccolta, in un documento scritto, di tutte le ragioni per cui un donatore è motivato ad “acquistare” la nostra organizzazione

è la base per tutte le comunicazioni

e risponde a 8 domande: □

CSVABRUZZO



1. **Qual è la storia dell'organizzazione?** (Chi l'ha fondata? Quali i risultati ottenuti?)
2. **Chi "serve" ?** (raccolta testimonianze, aneddoti...)
3. **A quali bisogni risponde?** (quali sono i problemi più pressanti?)
4. **Che programmi realizza?che servizi? E come?**
5. **Qual è la sua reputazione?**
6. **Gli obiettivi futuri?**
7. **come verranno usati i soldi che verranno donati?**
8. **Come viene coinvolto il donatore?**

**Documento  
buona causa**



**Materiale  
promozionale**



- Brochure
- Proposte finanziamento rivolte a fondazioni bancarie, civile, grandi donatori
- Prospetti di raccolta capitali
- Giornale Odv
- Discorsi e interventi durante convegni...
- Schemi per preparare conversazioni personali con i potenziali donatori

**CSVABRUZZO**



**preparato il nostro documento buona causa siamo pronti per “partire”?**

**Buona causa**



**Obiettivi**

**Strategici**

**Operativi**



**Fabbisogno economico**



**CSVABRUZZO**





**cosa** ↑

tempi casi	1	2	3	.....
I	€1			
II		€2		
III			€3	

→ **quando**

$$€ = €1 + €2 + €3$$

CSVABRUZZO



# il caso

## Caso

È la storia da raccontare. E' il progetto per cui chiediamo la donazione



Face to face  
Lettera  
Telefonata  
Mail  
Telemarketing  
Porta a porta

## Potenziale Donatore

**TARGET**  
Persone fisiche 50-60%  
Fondazioni 20-30%  
Imprese 10%  
Service -Rotary, Lions.  
Round table, Soroptimist

CSVABRUZZO



# Il caso

**Cultura, musica, eccellenza, educazione**

**normalità**

---

**Malattia, disabilità, povertà, emarginazione,  
bambini, paesi in via di sviluppo**

**NEL CASO SI COMUNICA COSA FACCIAMO  
(non chi siamo)**

**CSVABRUZZO**



# La ricerca del donatore



CSVABRUZZO



# Partiamo dalla “regola” delle 3P

**“le Persone donano a Persone  
per aiutare Persone”**

---

CSVABRUZZO



# le Persone donano ....

**Non le istituzioni, sono gli esseri umani che lavorano all'interno delle istituzioni che decidono di donare.**

**Nell'azione di fundraising dobbiamo considerare non l'istituzione che ha deciso di donare ma le persone.**

---

***Ricordate che il f.r. è l'arte della relazione!***

CSVABRUZZO



**...donano a Persone...**

**Non si dona perché di ha un bilancio deficitario ma perché abbiamo una buona causa, perché abbiamo mantenuto le promesse.**

---

**Si dona per la fiducia che si viene a creare tra le persone**

**CSVABRUZZO**



...per aiutare **Persone**"

**sono i bisogni delle persone a muovere altre persone a donare.**



**CSVABRUZZO**





# Un'altra regola

## il GIUSTO x 6

CSVABRUZZO



# Un'azione di fundraising di successo è quella...

## 1) Condotta dalla persona GIUSTA!

- 2) La GIUSTA cifra** Un errore grave è quello di non indicare la somma al donatore. E' preferibile sbagliare, meglio in eccesso che in difetto, ma è sempre meglio indicare una cifra.
- a) se si chiede troppo ci si può correggere;  
se si chiede poco, si è sciupata una possibilità
  - b) chi è deciso a donare un tot. è psicologicamente pronto a donare almeno 5 volte di più!
  - c) anche se si ritiene ragionevole una donazione tra l'1,5% e il 3,5% del proprio reddito si arriva a donare fino al 10%

## 3) Per il GIUSTO progetto

Bisogna creare una connessione emotiva o razionale con il donatore

CSVABRUZZO



## 4) Per il GIUSTO programma

## 5) Nel momento GIUSTO

**Inviti a una visita guidata nella nostra sede**  
**Colazioni e pranzi informali**  
**Inviti a casa propria**  
**Invito alla cena annuale dell'associazione**  
**(Natale, cena sociale...)**

## 6) Nel modo GIUSTO

**Occorre prepararsi con cura. I messaggi devono essere coerenti e univoci.**

**Al termine dell'incontro, comunque vada, non bisogna privare il potenziale donatore del privilegio di dire "no".**

**Ringraziarlo per iscritto è un obbligo, sia che abbia accettato o rifiutato.**

**In ogni caso entro le 24/48 ore**

**CSVABRUZZO**



**un'azione di fundraising di successo è:**

**Riepilogando**

- 1 condotta dalla persona giusta**
- 2 che chiede al donatore giusto**
- 3 la donazione giusta**
- 4 per il programma giusto**
- 5 al momento giusto**
- 6 nel modo giusto □**

**CSVABRUZZO**



**Le persone donano in relazione ai loro mezzi e in relazione a quanto gli altri donano**

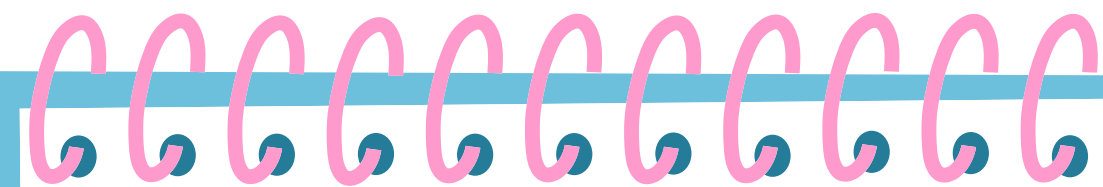
# C.A.I.

**Ogni donatore viene individuato e qualificato in base a:**

- **Collegamenti con la nostra organizzazione**
- **Abilità - la capacità di donare (non si dona perché si è ricchi)**
- **Interesse - ha mostrato interesse alla nostra causa**

**CSVABRUZZO**





**NOME POTENZIALE DONATORE:**

**Capacità di dono annuale ( A )**

**Interesse\* ( I )**

**La mia relazione con lui/lei (C)**

**Sono disposto a scrivergli?  
(funziona!)**

**Sono disposto a visitarlo?**

**Sono disposto a farmi citare**

**Potete invitarlo**

**al prossimo evento**

**Potete scrivergli**

## Costruiamo una tabella



# Interazioni con i nostri donatori

- 1 Personale: faccia a faccia**
- 2a. Lettera personale**
  - con sollecitazione telefonica
  - senza sollecitazione telefonica
- 2b. Telefonata personale**
  - con sollecitazione per lettera
  - senza sollecitazione per lettera
- 3. Lettera Personalizzata**
- 4. Maratona telefonica**
- 5. Lettera impersonale**
- 6. Telefonata impersonale/telemarketing**
- 7. Eventi speciali**
- 8. Porta a a porta**
- 9. Media/pubblicità**

CSVABRUZZO



# La piramide della donazione



CSVABRUZZO





# Tabella Range della donazione

(pianificarla per ciascuna raccolta fondi)

**Fabbisogno 9000 euro**

<b>3000</b>	<b>1</b>	<b>3000</b>
<b>300</b>	<b>10</b>	<b>3000</b>
<b>30</b>	<b>100</b>	<b>3000</b>

CSVABRUZZO



# Quanti potenziali donatori dobbiamo contattare?

importo donazione	nr. donazioni	rapporto potenziale donatore	nr.potenziali donatori da contattare
3000	1	5:1	?
300	10	3:1	?
30	100	2:1	?

# Questa la sequenza dei passi da fare:

1. realizzare tabella dei range
2. redigere elenco dei potenziali donatori in base al c.a.i.
3. classificare i donatori sulla base delle probabilità che elargiscano una donazione di una certa consistenza



**Contattarli a partire dai range superiori evitando accuratamente di sollecitare i donatori dei range più bassi finchè non sia stata completata con successo la raccolta delle donazioni più cospicue**

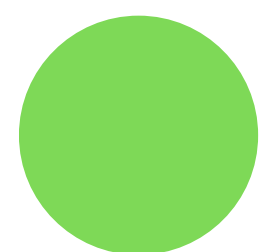
CSVABRUZZO



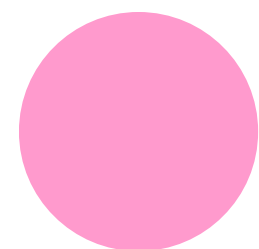
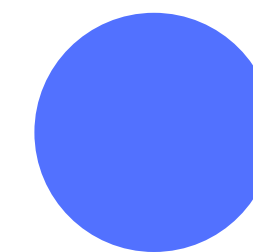
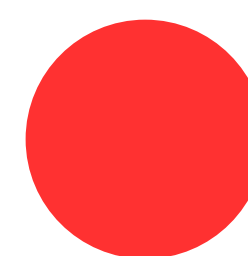
# i colori fanno bene al fundraising

evocano emozioni, spingono le persone ad agire

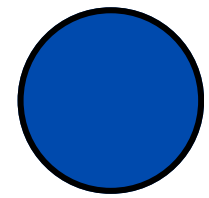
→ impatto diverso sulla donazione.



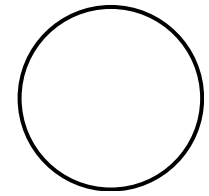
attrae maggiori donatori



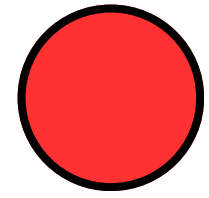
dedicato ad una causa



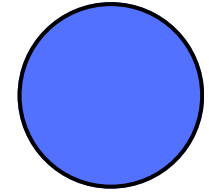
autorità e potere



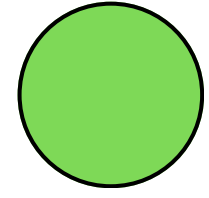
innocenza, purezza, pulizia



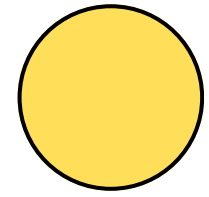
autorità e potere



pace, tranquillità e in alcuni casi solitudine, freddo depressione

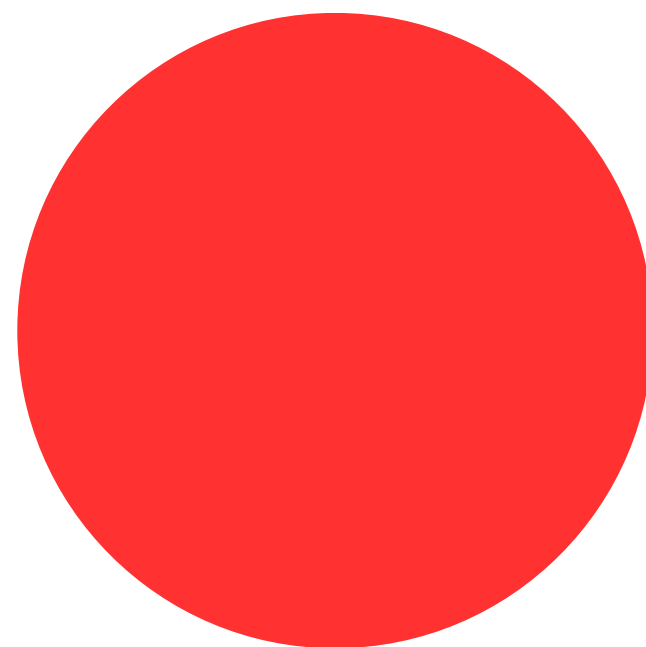


natura



felicità

# In pratica?

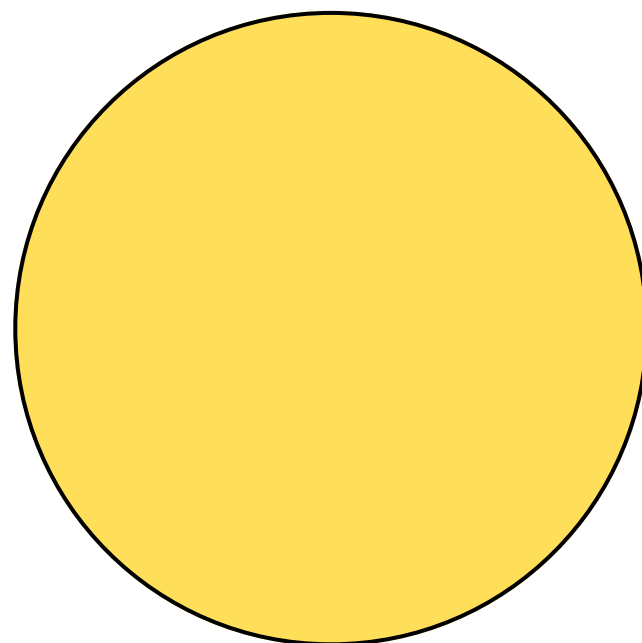


**Ottimo per appelli urgenti.  
Stimola un'accelerazione del battito cardiaco  
invita le persone a compiere un'azione.  
In una pagina piena di colori,  
**la scritta rossa**  
è sempre la prima a catturare l'attenzione.**

CSVABRUZZO



# In pratica?



Indica divertimento, felicità ma

**è un colore difficile da leggere**

Va usato con parsimonia, e come gli altri colori va testato

CSVABRUZZO



# **Impariamo a raccontare le nostre storie**

**La storia che stai per raccontare,  
scrivila su un foglio, al computer; come fosse una lettera.**

**Fanne differenti versioni.**

**Anche una breve.**

**Trova nella lettera quella parte emozionale  
che potrà collegare il donatore alla storia e all'organizzazione**

**CSVABRUZZO**





# Facciamo una prova?

*Si stima che ogni 5 anni in Italia quasi 10.000 bambini siano colpiti da patologie tumorali che li costringono a lunghi periodi di degenze in ospedale.*

*Grazie alla ricerca il tasso di sopravvivenza è passato in 5 anni dal 78% all'82%, raggiungendo valori prossimi al 100% per alcune forme specifiche di tumore.*

CSVABRUZZO



# "tradotta" verrebbe così

**Immaginate una corsia di un ospedale, le pareti bianche, l'arredamento asettico e quel pungente e pervasivo odore di disinfettante che ti rimane addosso.**

**Per molti di noi è solo il ricordo di una brutta esperienza ma per quasi 2.000 mila bambini ogni anno affetti da patologie tumorali rappresenta la quotidianità.**

**Però, grazie alla ricerca, più di 4 bambini su 5 potranno tornare a giocare all'aria aperta ....**

*da [www.fundarising.it](http://www.fundarising.it)*

**CSVABRUZZO**

