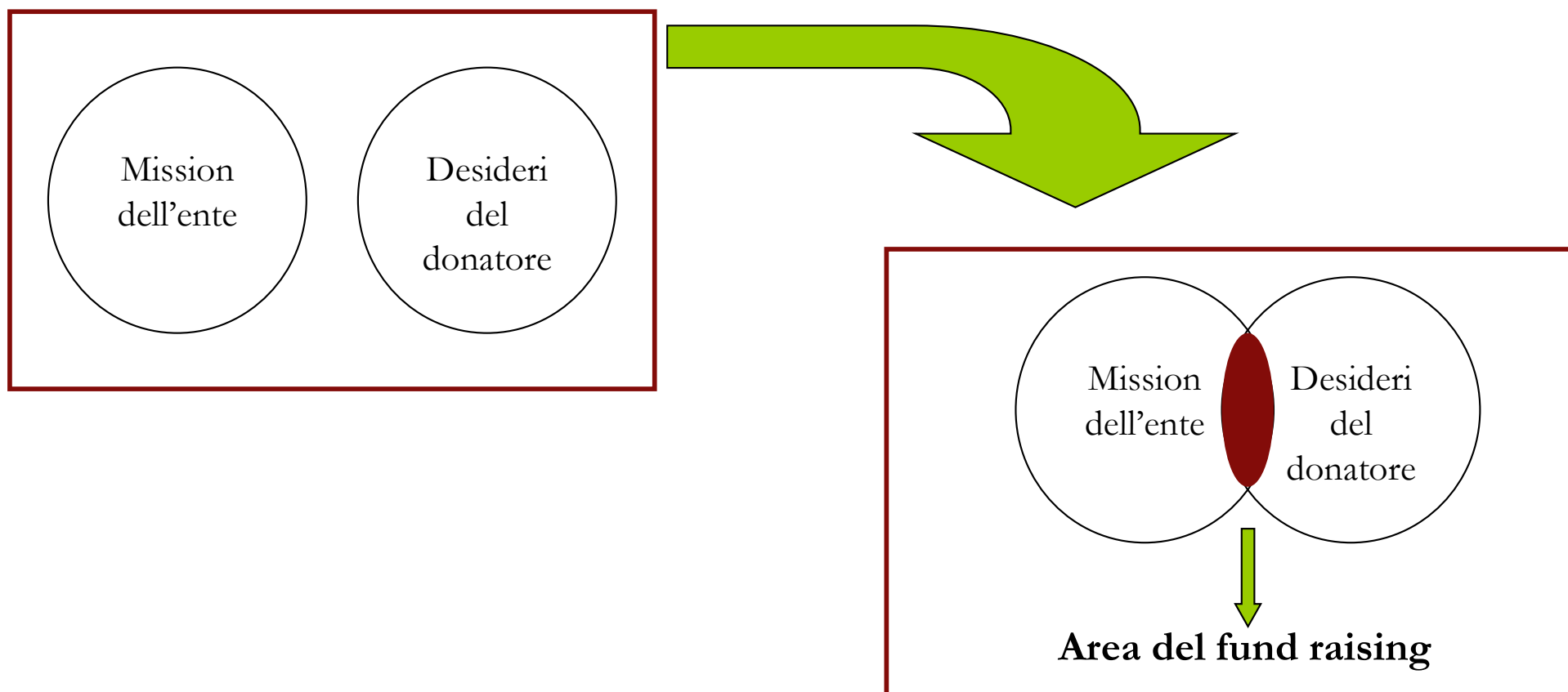


Le 12 idee guida del fundraising

Luciano Zanin – Laura Lugli – Susanna Stefanoni

tratte a: V. Melandri, A. Masacci (2000) Fund raising per le organizzazioni non profit, Il Sole 24 Ore, Milano.

1. reciproco interesse



è importante capire quale sia l'interesse del soggetto che desidera o decide di entrare in rapporto con l'associazione

2. persone non settori demografici



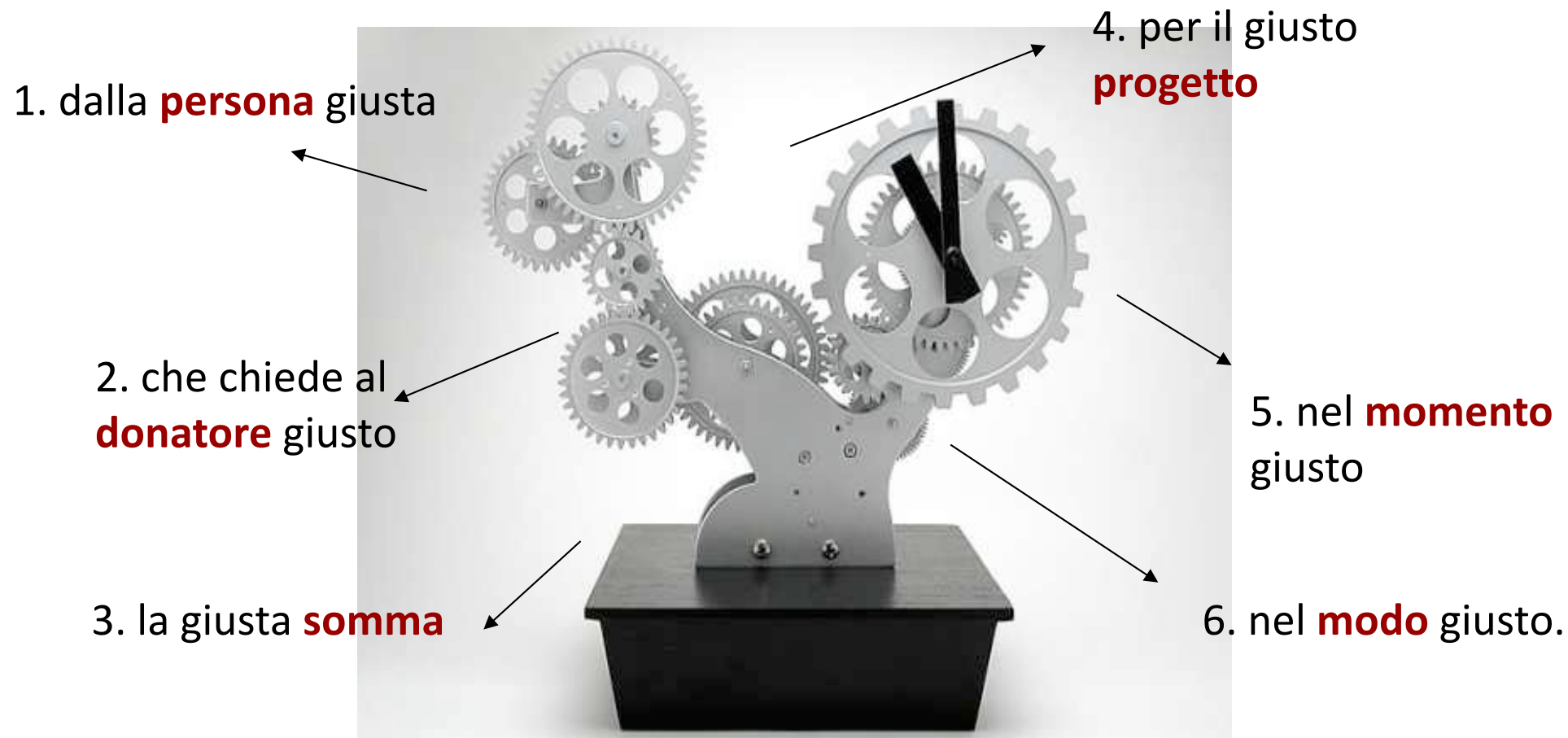
I mercati sono fatti di essere umani non di settori demografici. Le **persone** donano a **persone** ... per aiutare **persone**!

3. da push a pull



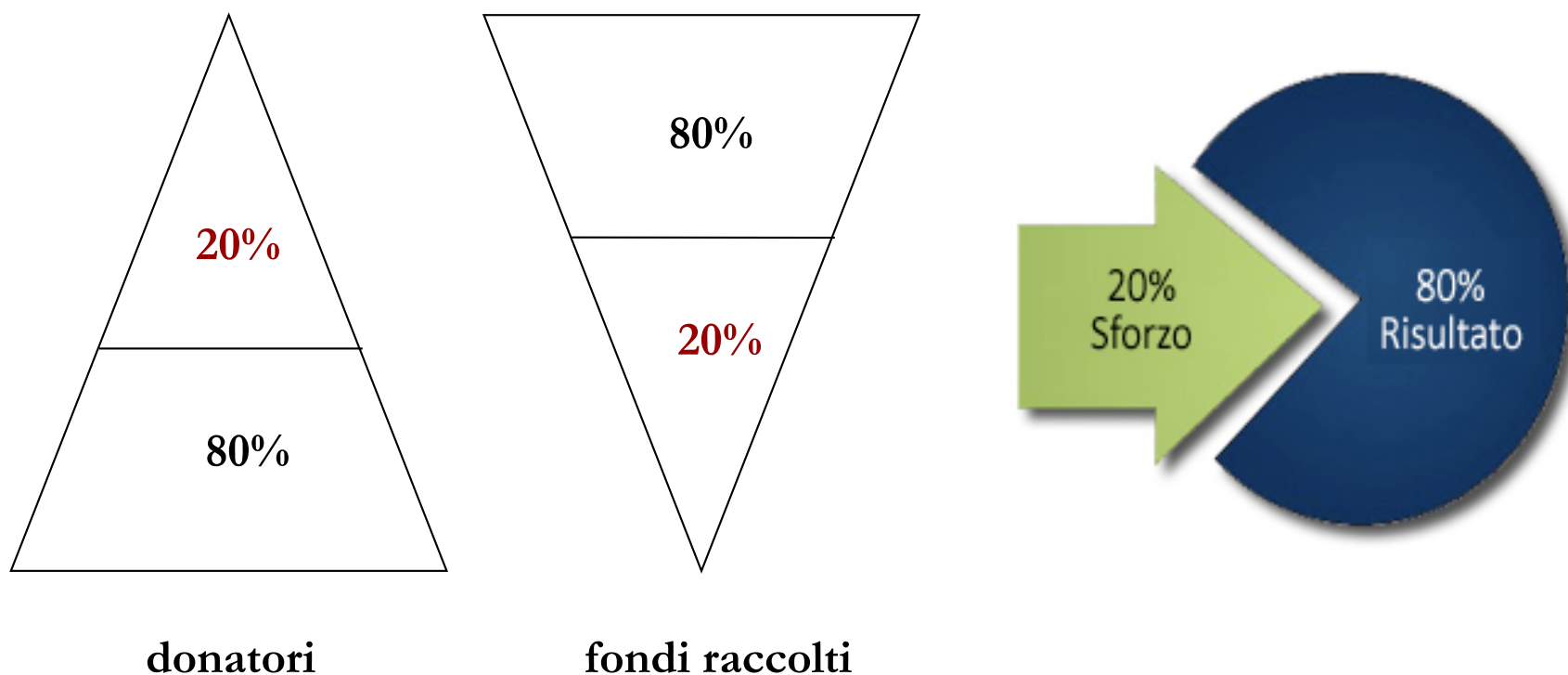
Non spingere il “prodotto” (buona causa), ma “farsi tirare” da esso.
«Quando non sai più cosa dire, mettiti da parte e lascia parlare la causa»
Henry Rosso

4. il giusto per 6



Un'azione di fund raising di successo è quella condotta...

5a. Legge di Pareto

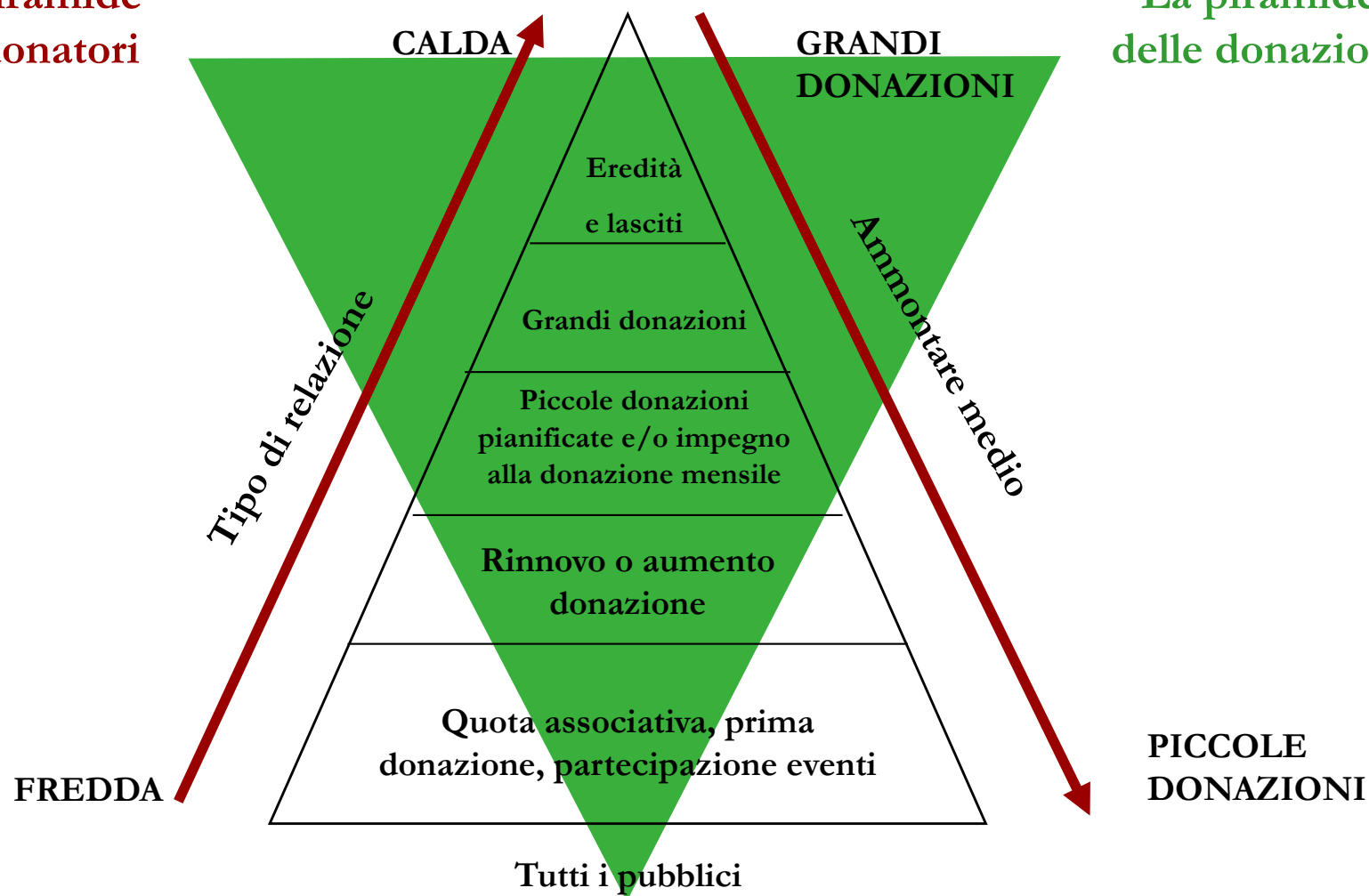


Nella maggior parte dei fenomeni economici, il 20% dei soggetti producono l'80% dell'attività.

5b. Piramide dei donatori

La piramide dei donatori

La piramide delle donazioni



6. dire sempre la verità



Non serve enfatizzare la mission; ammettere i punti deboli e correggerli, giova.

7. rendere facile donare



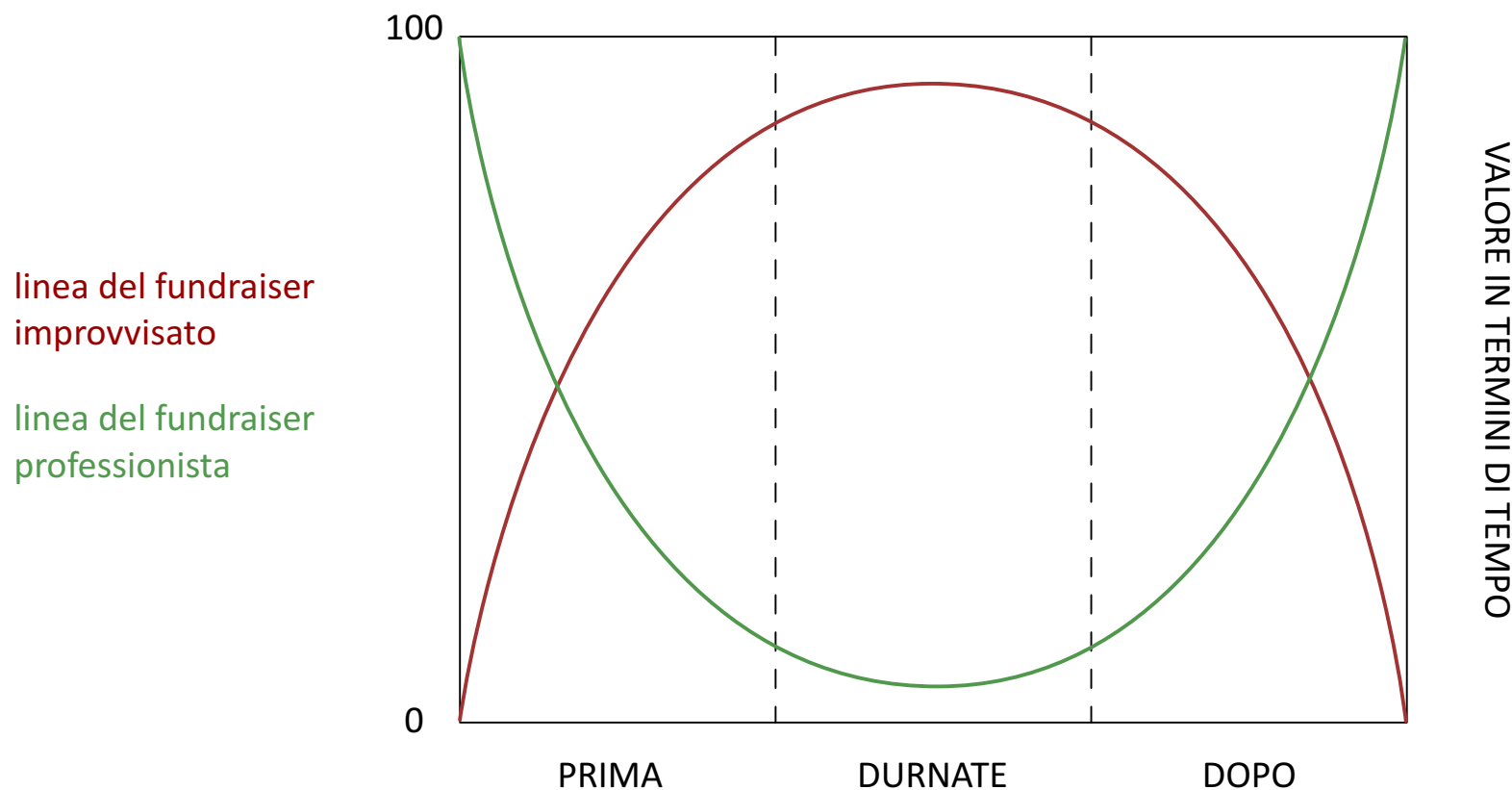
Attenzione a non mettere in condizione il donatore di non poter effettuare una donazione, o che essa sia difficile da realizzare (burocrazia, difficoltà di reperire i dati o gli strumenti)

8. non cercare alibi



Non cercare alibi per non fare. Fare F.R. non è facile, ma se ci si prova e lo si fa bene, i risultati arrivano.

9. non si può improvvisare



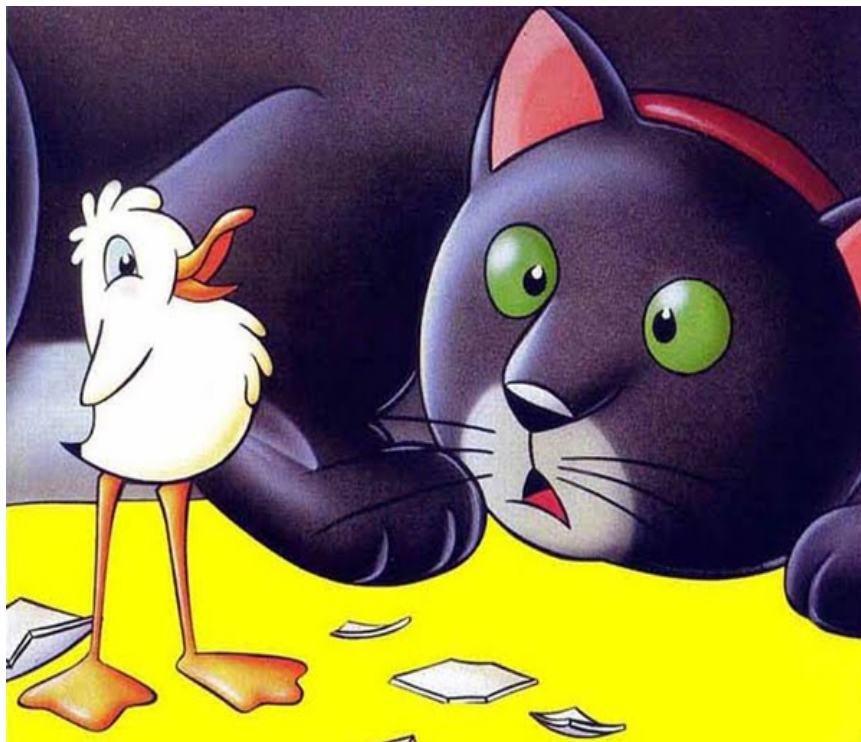
Progettare, pianificare, ricercare, analisi interna, sviluppo della buona causa, analisi del mercato, realizzazione e cura di un data base, verifica dei risultati, rapporti con i donatori ecc., tutte fasi di un processo che non può essere improvvisato.

10. non sempre essere piccoli è uno svantaggio



Non spaventarsi di fronte ai colossi, ma cercare i propri punti di forza: differenziarsi, specializzarsi, curare i dettagli, cultura “aziendale”, passione. La maggior parte delle cose che fanno le grandi ONP, le potete fare anche voi, occorrono entusiasmo e coraggio.

11. testare, testare, testare



È solo attraverso la continua prova che si possono acquisire quelle informazioni che danno continuità all'attività di FR. Testare ed imparare dai propri errori. Chi sbaglia per primo su una attività innovativa, ha un vantaggio competitivo, perché acquisisce conoscenza prima degli altri.

Visitate
Associazione italiana Fundraiser
www.assif.it
www.fundraiserperpassione.it

scrivete
zanin@fundraiserperpassione.it

ma mi trovate anche via:



Riferimenti

Luciano Zanin

zanin@fundraiserperpassione.it

Laura Lugli

lugli@fundraiserperpassione.it

Susanna Stefanoni

stefanoni@fundraiserperpassione.it

www.fundraiserperpassione.it