

CORSO INTENSIVO AL FUNDRAISING INTEGRATO

42 ^{ORE} O 3 ^{WEEK} END

Startup Fundraising è un corso fluido negli argomenti e molto pratico.

Durante le giornate, lo studente sarà accompagnato in un percorso immersivo per fasi che si completerà con lo sviluppo di un piano di raccolta fondi integrato. Questo permetterà ai partecipanti di apprendere le nozioni utili da applicare una volta rientrati nelle proprie organizzazioni.

VENERDI 27 OTTOBRE

9.30/13.30, *Elena Zanella*

INTRODUZIONE AL FUNDRAISING ED ELEMENTI DI ANALISI

Fare fundraising oggi non è più solo una scelta. È necessità. Terzo settore e Pubblica Amministrazione si muovono in un mercato nuovo, che compete e che necessita di risorse nuove per favorire la sostenibilità nel lungo periodo e fare in modo che l'organizzazione raggiunga i propri obiettivi sociali. Per fare questo, occorrono professionalità, competenze adeguate e persone preparate perché il donatore è diverso da quello del passato: è più maturo e necessita di costruire con l'organizzazione un rapporto di reciprocità e di fiducia. Tutto questo è fundraising. In queste giornate impareremo proprio questo, a partire dal giusto approccio.

14.30/17.30, *Elena Zanella e Leonardo Fusini*

INDIVIDUI, TRA TRADIZIONE E INNOVAZIONE: L'USO DEL DATABASE

Individui, processi di acquisizione e upgrading con i mezzi tradizionali. Durante il pomeriggio si analizzeranno i canali e gli strumenti da attivare per il target individui con un focus particolare su: il direct mailing, il crowdfunding, l'attivazione di una campagna di people raising.

Una particolare attenzione verrà posta sui temi della segmentazione, della registrazione e dell'analisi dei dati grazie all'uso del database relazionale. Ospite, Leonardo Fusini, database manager di NP Solutions che ci introdurrà all'uso corretto dei dati.

SABATO 28 OTTOBRE

9.30/13.30, *Mattia Dell'Era*

INDIVIDUI: IL DIGITAL FUNDRAISING

I social network e le altre piattaforme partecipative sono strumenti fondamentali per tutti i tipi di impresa indipendentemente da settore e dimensione organizzativa. Il Social Media Marketing è ormai una disciplina fondamentale nel processo di evoluzione delle organizzazioni. Questa sessione di SMM ha come obiettivo quello di introdurre i principi fondamentali della comunicazione sui social network necessari per la definizione di una strategia efficace in base agli obiettivi prefissati. Saranno presi in esame i principali "Social" nelle loro specificità: Facebook, Twitter, Instagram ecc., ma anche Snapchat e le app di messaggistica WhatsApp e Telegram. Alla fine di questo corso si conosceranno tutte le opportunità di marketing che le singole piattaforme social possono offrire alla propria organizzazione.

14.30/17.30, *Anna Fabbri*

INDIVIDUI: GRANDI DONATORI E COMUNITÀ

Come costruire un rapporto solidale con il grande donatore? Come accompagnarlo lungo il suo percorso di vita con la nostra organizzazione? E come favorire la nascita e crescita di un rapporto con i donatori di prossimità? In questa sessione, la docente ci chiarirà come stendere una strategia che ci aiuti a lavorare meglio ed essere più efficaci, a partire da dentro. Spesso, infatti, avviando la raccolta fondi, si guarda subito lontano, vivendo la frustrazione di non essere conosciuti o abbastanza grandi. È importante invece partire dal proprio territorio, dal nostro capitale di relazioni, imparare a raccogliere fondi a km 0, costruire reti, consolidare rapporti. Dobbiamo imparare a costruire un capitale sociale solido ed organizzato. Proprio per poter andare oltre e diventare sempre più grandi!

VENERDI 10 NOVEMBRE

9.30/13.30, *Anna Fabbri*

AZIENDE: FARE CORPORATE FUNDRAISING, STRATEGIE E STRUMENTI

Il mondo del profit in questi ultimi anni ha subito profonde trasformazioni, complice la crisi, ma anche la globalizzazione della rete e grandi cambiamenti culturali. Anche il suo approccio verso il non profit è cambiato, aprendo nuovi scenari e nuove interessanti opportunità per il corporate fundraising. Ma è importante capire prima chi sono, le imprese italiane, e cosa vogliono, cosa possiamo dar loro; e capire quali cercare, come coinvolgerle, come ideare una campagna efficace. Capire come lavorare con loro e non farsi cogliere impreparati in mezzo a questi ponti che stanno nascendo sempre più forti tra profit e non profit.

14.30/17.30, *Elena Zanella*

FONDAZIONI: CHIEDERE E OTTENERE GRANDI CAPITALI

Come raccogliere dalle fondazioni bancarie e d'impresa? Qual è il giusto approccio? Come stendere una scheda progetto efficace? La richiesta di finanziamenti da fondazioni di erogazione è uno dei canali di raccolta fondi maggiormente utilizzato dalle organizzazioni nonprofit. Il monitoraggio dei bandi, la loro corretta disamina e applicazione sono aspetti che richiedono sempre più una preparazione specifica in un'area che evolve velocemente e che richiede competenze specifiche. Questo modulo completa la parte relativa alle imprese svolta durante la mattina e apre agli elementi di progettazione, valutazione e rendicontazione oggetto del modulo successivo.

SABATO 11 NOVEMBRE



9.30/13.30 - 14.30/17.30, *Christian Elevati*

TEORIA DEL CAMBIAMENTO E VALUTAZIONE DELL'IMPATTO SOCIALE: ELEMENTI DI PROGETTAZIONE PER IL FUNDRAISING

Cerchiamo fondi per dare sostenibilità e gambe alla nostra organizzazione, ma le risorse a disposizione ci sembrano spesso insufficienti, mentre la complessità da affrontare appare sempre più alta. Ci muoviamo in un contesto particolarmente sfidante. Queste difficoltà, unite all'urgenza di trovare finanziamenti, portano generalmente a rincorrere soluzioni apparentemente semplici e immediate, che però mostrano molto presto di avere il fiato corto: drenano notevoli risorse senza portare risultati di raccolta significativi e duraturi.

Le nostre organizzazioni, invece, hanno bisogno di una visione di medio-lungo periodo e di strategie e progetti in grado di realizzarla. Come si è scelto concretamente di agire per migliorare la vita delle persone? Quali persone esattamente? Siamo in grado di dimostrare con rigore e trasparenza quanto questi cambiamenti dipendono da noi e dai donatori che ci sostengono? È proprio qui che ci viene in aiuto la Teoria del Cambiamento e i relativi indicatori e strumenti di valutazione dell'impatto generato.

VENERDI 24 NOVEMBRE



9.30/13.30, *Raffaele Picilli*

PEOPLERAISING: RECLUTARE E GESTIRE I VOLONTARI

Dalla campagna di ricerca volontari fino al primo incontro in associazione, dalla formazione delle risorse fino all'ingresso in associazione. Il ciclo del people raising raccontato attraverso casi pratici ed esercizi di gruppo. Durante il corso sarà anche analizzata la figura del manager solidale.

14.30/17.30, *Raffaele Picilli*

PEOPLERAISING: INTERAGIRE E GESTIRE IL CONSIGLIO DIRETTIVO

Quali sono i compiti dei consiglieri e quali quelli del presidente? Come creare partecipazione? Come gestire una riunione in maniera efficace? Perché è così difficile delegare?

SABATO 25 NOVEMBRE



9.30/13.30, *Elena Zanella*

APPLICHIAMO: IL PIANO DI RACCOLTA FONDI ATTRAVERSO IL FUNDRAISING CANVAS

"Il Business Model describe la logica con la quale un'organizzazione crea, distribuisce e cattura valore." (A.O.)

Date le informazioni ricevute nel corso delle giornate precedenti, lo studente tratterà e visualizzerà su un unico framework tutte le fasi del processo di raccolta fondi integrato, individuando obiettivi, strategie, strumenti, fabbisogno e ritorni. Quest'attività permette di riflettere e tenere sotto controllo tutti gli elementi che concorrono a favorire il successo o meno di un'iniziativa. Elementi trattati: individuazione della buona causa e degli obiettivi di progetto; analisi del bisogno; stesura degli Strategie e strumenti; mappatura degli stakeholder; piano degli investimenti e dei possibili ritorni. Il Fundraising Canvas su cui si lavorerà è una rielaborazione di Elena Zanella sul più classico Business Model Canvas (BMC) ideato da Alexander Osterwalder e riproposto in chiave marketing.

14.30/17.30, *Sergio Conte*

LA FISCALITÀ NEL FUNDRAISING ALLA LUCE DELLA RIFORMA DEL TERZO SETTORE

Per dipanare tutti i dubbi del fundraiser: quote associative, contributi e corrispettivi da soci; corrispettivi da non soci; erogazioni liberali; raccolte pubbliche di fondi; 5 per Mille; manifestazioni di sorte (lotterie, tombole, ecc.); attività Produttive Marginali (per le Organizzazioni di Volontariato); attività commerciali; sponsorizzazioni; fundraising per la PA: Art Bonus e School Bonus.

Il corso intensivo per chi vuole istituire un'area di raccolta fondi all'interno della propria organizzazione nonprofit o del proprio ente pubblico. Sei giornate per conoscere e approfondire gli aspetti principali per lo startup del fundraising integrato grazie agli interventi di professionisti della raccolta fondi con lunghe esperienze d'aula.