

I 3 pilastri della raccolta fondi

Stefano Malfatti

Presidente Festival del Fundraising



Oggi vedremo insieme

- 1 La piramide (per capire il fundraising)**
- 2 I tre pilastri della raccolta fondi**
- 3 Il motore**



CONDIVIDI SUI SOCIAL: **#festivaldelfundraising**

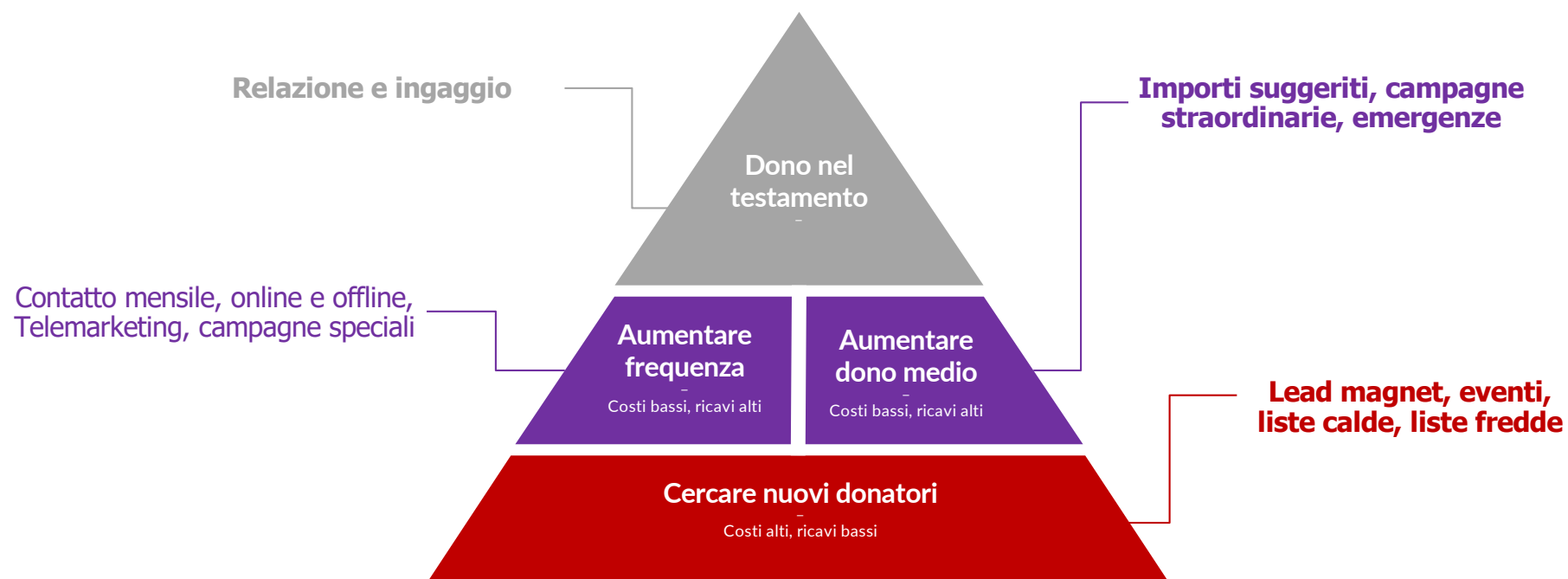
Oggi vedremo insieme

- 1** **La piramide (per capire il fundraising)**
- 2** I tre pilastri della raccolta fondi
- 3** Il motore



CONDIVIDI SUI SOCIAL: **#festivaldelfundraising**

La piramide strategica



CONDIVIDI SUI SOCIAL: **#festivaldelfundraising**

La Piramide del donatore



CONDIVIDI SUI SOCIAL: **#festivaldelfundraising**

Oggi vedremo insieme

- 1 La piramide (per capire il fundraising)
- 2 **I tre pilastri della raccolta fondi**
- 3 Il motore

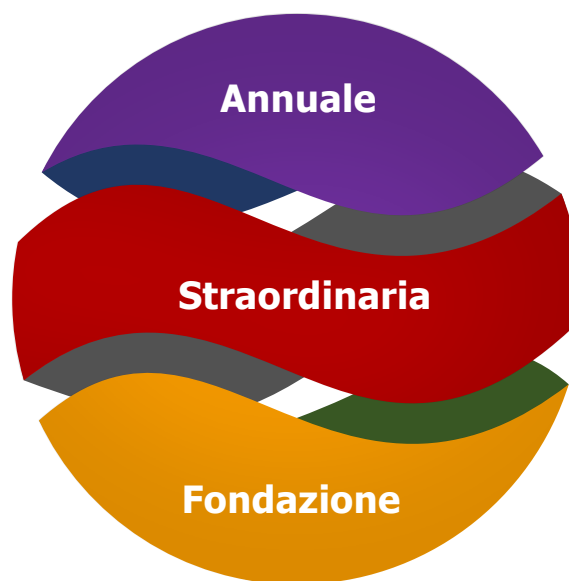


CONDIVIDI SUI SOCIAL: **#festivaldelfundraising**

I tre pilastri del fundraising

Raccolta Straordinaria

Ristrutturazioni, nuove apparecchiature, progetti straordinari, emergenze



Raccolta annuale

Costi correnti (utenze, stipendi, manutenzioni)

Fondazione

Unisce le due esigenze in maniera strutturata e pluriennale



CONDIVIDI SUI SOCIAL: **#festivaldefundraising**

Raccolta annuale



CONDIVIDI SUI SOCIAL: **#festivaldelfundraising**

Raccolta straordinaria



Modalità

**Impegno e
promessa**



Fonte

**Patrimonio
Risparmi**



Esempi

Grandi progetti
Ristrutturazione
Nuovi progetti
Ampliamenti
Nuovi edifici



Copertura

Fabbisogni
straordinari
(patrimonio)



Quando

**Ogni 2 – 7
anni**

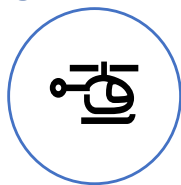


CONDIVIDI SUI SOCIAL: **#festivaldelfundraising**

Esempio

Associazione assistenza disabili

Attrezzature
e mezzi



50K



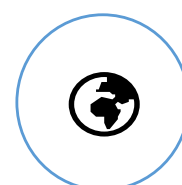
Personale

200K



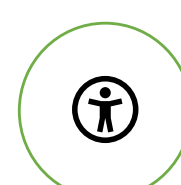
Servizi

50k



Vacanze
estive

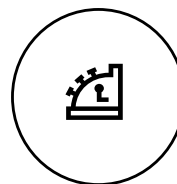
50



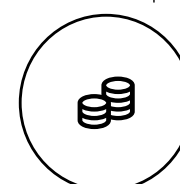
Nuova
palestra

100K

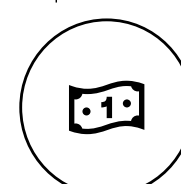
Accreditamento o
vendita prestazioni



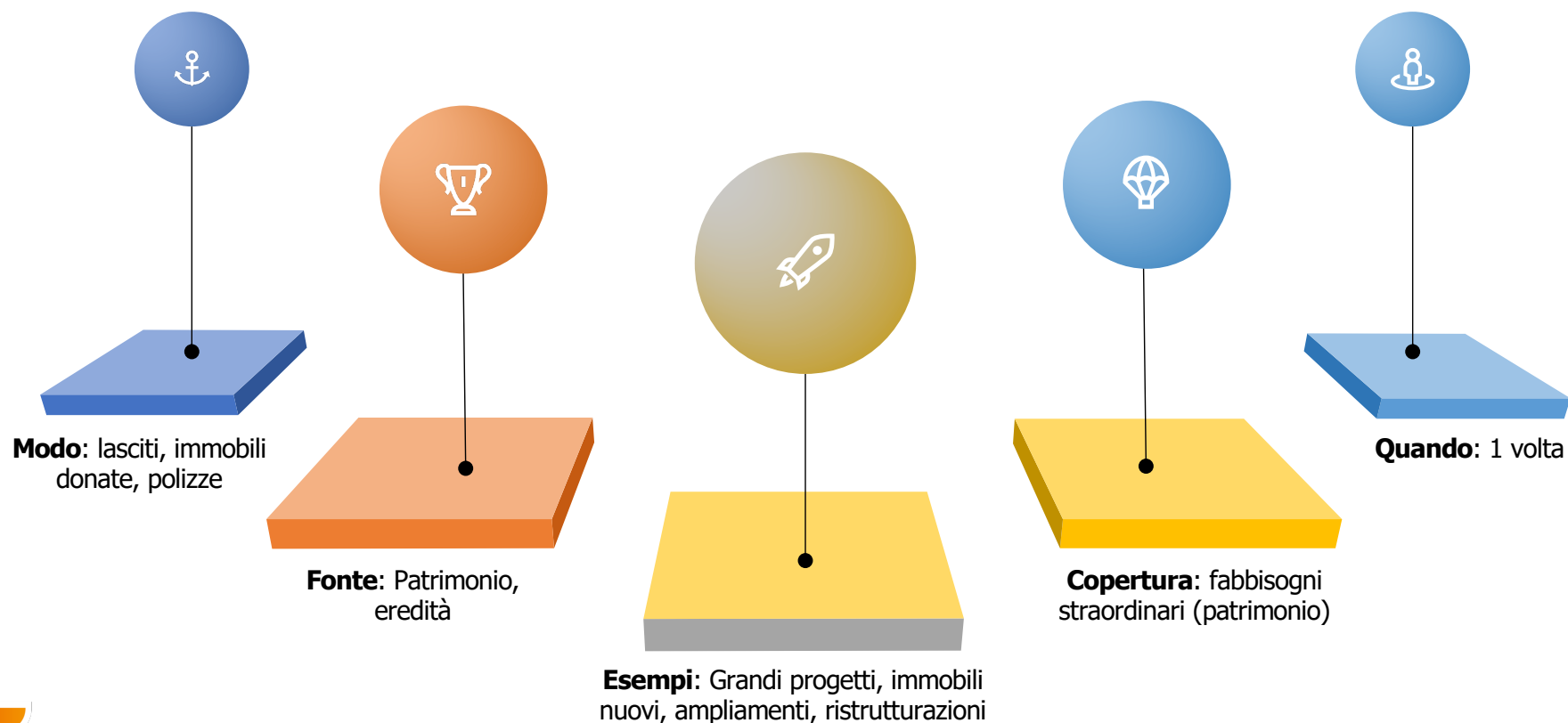
Raccolta
annuale



Raccolta
straordinaria



La Fondazione



CONDIVIDI SUI SOCIAL: **#festivaldefundraising**

Oggi vedremo insieme

- 1 La piramide (per capire il fundraising)
- 2 I tre pilastri della raccolta fondi
- 3 **Il motore**



CONDIVIDI SUI SOCIAL: **#festivaldelfundraising**



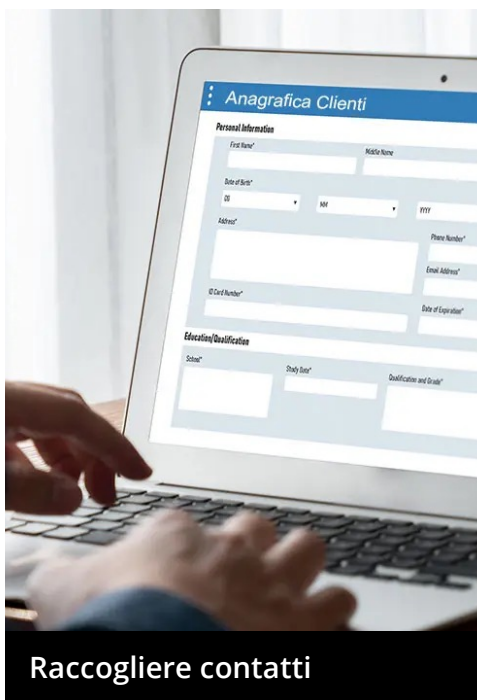
Il DataBase



CONDIVIDI SUI SOCIAL: **#festivaldelfundraising**

Tre principali funzioni

... per cominciare



CONDIVIDI SUI SOCIAL: **#festivaldelfundraising**

3 punti da tenere a mente

- 1 Calibrare fabbisogno e raccolta
- 2 Partire dalle relazioni (e non dai soldi)
- 3 Dotarsi delle risorse



CONDIVIDI SUI SOCIAL: **#festivaldelfundraising**



DOMANDE?



CONDIVIDI SUI SOCIAL: **#festivaldelfundraising**

**Gli strumenti giusti
per la tua nonprofit**

Cosa approfondiamo:

- 1** **Ripartiamo dalla piramide**
- 2** **Il metodo C.I.A**
- 3** **Panoramica degli strumenti**



CONDIVIDI SUI SOCIAL: **#festivaldelfundraising**

La Piramide del donatore



CONDIVIDI SUI SOCIAL: **#festivaldelfundraising**

Lead, lead , lead

Come ottenerle **Online**

Content marketing e SEO

- Blog e articoli
- Guide ed ebook

Social media marketing

- Campagne mirate
- Coinvolgimento community

Email marketing

- Segmentazione
- Automazione

Landing

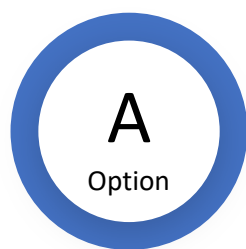
- Moduli
- Adesioni e richieste



CONDIVIDI SUI SOCIAL: **#festivaldelfundraising**

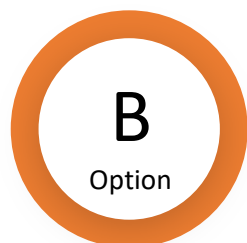
Lead, lead , lead

Come ottenerle **OFFLINE**



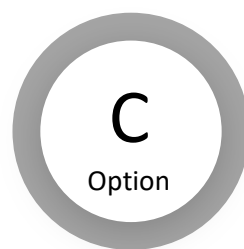
Eventi

- Organizzati da noi
- A cui partecipiamo



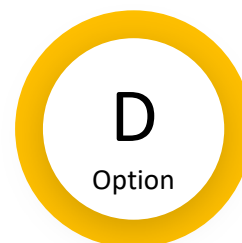
Lettere

- Mailing
- Acquisto liste



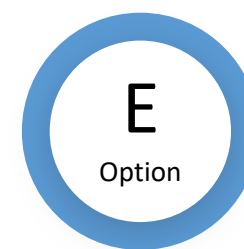
Partnership

- Adesioni a gruppi
- Costituzione di gruppi



Incontro

- Volontari sul territorio
- One to one



Workshop

- Educazione
- Formazione



CONDIVIDI SUI SOCIAL: **#festivaldefundraising**

Cosa approfondiamo:

- 1 **Ripartiamo dalla piramide**
- 2 **Il metodo C.I.A**
- 3 **Panoramica degli strumenti**



CONDIVIDI SUI SOCIAL: **#festivaldelfundraising**

- **Collegamento**
- **Interesse**
- **Abilità**



CONDIVIDI SUI SOCIAL: **#festivaldelfundraising**



Collegamento (da 1 a 5)

Indichiamo con una scala da 1 a 5 la relazione tra il contatto e chi lo ha indicato:

- 1. migliore amico;**
- 2. lo conosco bene;**
- 3. l'ho incontrato una o due volte;**
- 4. mai incontrato;**
- 5. ho una relazione ostile.**

PS: Interessano anche le persone mai incontrate, purchè non ostili



CONDIVIDI SUI SOCIAL: **#festivaldelfundraising**



Interesse (da I a V)

Si stima il valore dell'interesse che quel contatto ha per la nostra ONP secondo una scala da I a V:

- I. elevato interesse;**
- II. moderato interesse (ha partecipato a qualche iniziativa);**
- III. basso interesse, ma ci conosce;**
- IV. non ci conosce, ma ha interesse**
- V. non ha interesse né per noi né per i nostri fini.**



CONDIVIDI SUI SOCIAL: **#festivaldelfundraising**

Abilità (da A a F)

La capacità di dono, non quanto possiede

- A. oltre 5.000 euro per anno;**
- B. da 2.000 a 5.000 euro per anno;**
- C. da 1.000 a 2.000 euro per anno;**
- D. da 500 a 1.000 euro per anno;**
- E. da 100 a 200 euro per anno;**
- F. meno di 100 euro per anno.**



CONDIVIDI SUI SOCIAL: **#festivaldelfundraising**

Cosa approfondiamo

- 1 **Ripartiamo dalla piramide**
- 2 **Il metodo C.I.A**
- 3 **Panoramica degli strumenti**



CONDIVIDI SUI SOCIAL: **#festivaldelfundraising**

Direct Mailing

Chiedere per lettera con contatto diretto e massivo

- Costruire DB
- Avere flusso costante donazioni
- Pianificare le donazioni
- Budget costi ricavi



Serve per

- Busta
- Lettera
- Regalo
- ccp
- altro



Cosa usare

- Redemption (chi risponde)
- fidelizzazione (chi resta)
- migrazione (chi se ne va)
- Sostituzione (come integro)



Come misurare



CONDIVIDI SUI SOCIAL: **#festivaldelfundraising**

Un esempio di mailing



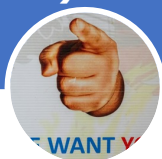
DESCRIZIONE	MAILING	ANNO	TIPO	TARGET	MAILDATE	Q.TÀ	DONAZ %	# DONATORI	MEDIA	TOT RACCOLTO	CU FATT	CT FATT	CU PT	CT PT	CT ART	CU CCP	CT CCP	CT TOTALE	NETTO	NPD	CPD	ROI
Giornata al Serafico	HM01	2022	DON	Fedeli	28/01/22	11.363	7,37%	838	22,04	18.470	0,7000	7.954	0,1636	1.859	584	0,2	168	10.564	7.906	9,43	12,61	0,75
Giornata al Serafico	HM01	2022	DON	Major	28/01/22	2.376	13,51%	321	55,56	17.835	0,7000	1.663	0,1636	389	122	0,2	64	2.238	15.597	48,59	6,97	6,97
Giornata al Serafico	HM01	2022	DON	Potenziali	28/01/22	3.525	4,82%	170	29,97	5.095	0,7000	2.468	0,1636	577	181	0,2	34	3.259	1.836	10,80	19,17	0,56
Giornata al Serafico	HM01	2022	DON	Small 0-15	28/01/22	41.142	2,80%	1.152	21,91	25.244	0,7000	28.799	0,1636	6.731	2113	0,2	230	37.874	(12.630)	(10,96)	32,88	(0,33)
Notiziario	NZ 2	2022	DON	Donors 0-24	28/02/22	60.000	5,31%	3.187	24,29	77.414	0,3500	21.000	0,1636	9.816	1600	0,2	637	33.053	44.361	13,92	10,37	1,34
Pasqua	HM03	2022	DON	Fedeli	20/03/22	11.376	11,48%	1.306	18,00	23.502	0,7310	8.316	0,1636	1.861	361	0,2	261	10.800	12.702	9,73	8,27	1,18
Pasqua	HM03	2022	DON	Major	20/03/22	3.098	17,62%	546	67,55	36.885	0,7310	2.265	0,1636	507	98	0,2	109	2.979	33.906	62,10	5,46	11,38
Pasqua	HM03	2022	DON	Potenziali	20/03/22	3.920	8,37%	328	28,47	9.339	0,7310	2.866	0,1636	641	125	0,2	66	3.697	5.642	17,20	11,27	1,53
Pasqua	HM03	2022	DON	Small 0-15	20/03/22	52.640	5,38%	2.834	20,44	57.921	0,7310	38.480	0,1636	8.612	1672	0,2	567	49.331	8.590	3,03	17,41	0,17
Pasqua	LM03	2022	DOR	Lapsed 16-24	20/03/22	3.416	3,43%	117	23,36	2.733	0,7310	2.497	0,1636	559	109	0,2	23	3.188	(455)	(3,89)	27,25	(0,14)
Pasqua	PM03	2022	ACQ	Prospect	20/03/22	20.000	1,19%	238	27,09	6.448	0,7310	14.620	0,1636	3.272	635	0,2	48	18.575	(12.127)	(50,95)	78,05	(0,65)
Recall Pasqua	HM03bis	2022	DON	Fedeli	24/04/22	11.370	6,09%	693	18,91	13.106	0,3970	4.514	0,1636	1.860	480	0,2	139	6.993	6.113	8,82	10,09	0,87
Recall Pasqua	HM03bis	2022	DON	Major	24/03/22	3.096	13,11%	406	73,26	29.744	0,3970	1.229	0,1636	507	131	0,2	81	1.948	27.796	68,46	4,80	14,27
Recall Pasqua	HM03bis	2022	DON	Potenziali	24/03/22	3.916	4,32%	169	24,87	4.203	0,3970	1.555	0,1636	641	165	0,2	34	2.394	1.808	10,70	14,17	0,76
Recall Pasqua	HM03bis	2022	DON	Small 0-15	24/03/22	52.579	2,46%	1.291	22,39	28.905	0,3970	20.874	0,1636	8.602	2221	0,2	258	31.955	(3.050)	(2,36)	24,75	(0,10)
Mailing accoglienza Ucraina	HM05	2022	DON	Fedeli	24/05/22	13.499	5,23%	706	18,84	13.299	0,4685	6.324	0,1136	1.533	643	0,2	141	8.641	4.657	6,60	12,24	0,54
Mailing accoglienza Ucraina	HM05	2022	DON	Major	24/05/22	2.944	13,86%	408	64,73	26.410	0,4685	1.379	0,1136	334	140	0,2	82	1.935	24.474	59,99	4,74	12,65
Mailing accoglienza Ucraina	HM05	2022	DON	Potenziali	24/05/22	4.819	3,01%	145	27,37	3.968	0,4685	2.258	0,1136	547	229	0,2	29	3.063	905	6,24	21,13	0,30
Mailing accoglienza Ucraina	HM05	2022	DON	Small 0-15	24/05/22	41.765	2,81%	1.173	20,94	24.566	0,4685	19.566	0,1136	4.745	1988	0,2	235	26.533	(1.967)	(1,68)	22,62	(0,07)
Mailing fedeltà	HM06	2022	DON	Fedeli	05/07/22	13.539	6,53%	884	18,11	16.006	0,8000	10.831	0,1636	2.215	677	0,2	177	13.900	2.106	2,38	15,72	0,15
Mailing fedeltà	HM06	2022	DON	Major	05/07/22	3.018	11,40%	344	60,54	20.826	0,8000	2.414	0,1636	494	151	0,2	69	3.128	17.698	51,45	9,09	5,66
Mailing fedeltà	HM06	2022	DON	Potenziali	05/07/22	4.846	4,00%	194	25,86	5.018	0,8000	3.877	0,1636	793	242	0,2	39	4.951	67	0,34	25,52	0,01
Mailing fedeltà	HM06	2022	DON	Small 0-15	05/07/22	38.599	4,95%	1.912	21,19	40.511	0,8000	30.879	0,1636	6.315	1930	0,2	382	39.506	1.005	0,53	20,66	0,03
Notiziario	NZ7	2022	DON	Donors 0-24	20/07/22	60.000	4,00%	2.400	24,00	57.600	0,3500	21.000	0,1636	9.816	1600	0,2	480	32.896	24.704	10,29	13,71	0,75
HM08 DP Regolari	REG08	2022	DON	Fedeli	22/08/22	60.000	7,00%	4.200	24,00	100.800	0,8000	48.000	0,1636	9.816	493	0,2	840	59.149	41.651	9,92	14,08	0,70
Memoria	HM09	2022	DON	Fedeli	27/08/22	60.000	9,00%	5.400	24,00	129.600	0,8000	48.000	0,1636	9.816	697	0,2	1.080	59.593	70.007	12,96	11,04	1,17
Mailing Natale	HM10	2022	DON	Small	25/10/22	82.000	15,55%	12.750	24,00	306.000	0,8000	65.600	0,1636	13.415	1679	0,2	2.550	83.244	222.756	17,47	6,53	2,68
PM Borsa	PM 10	2022	ACQ	Prospect	03/10/22	195.000	3,04%	5.937	22,00	130.611	0,9666	188.490	0,1636	31.902	0,2	1.187	221.579	(90.968)	(15,32)	37,32	(0,41)	
PM PDM Borsa	PM 10	2022	ACQ	Prospect	03/10/22	50.000	2,50%	1.250	22,00	27.500	0,8057	40.285	0,1636	8.180	0,2	250	48.715	(21.215)	(16,97)	38,97	(0,44)	
PM Borsa + canali	PM 10	2022	ACQ	Prospect	03/10/22	65.000	3,04%	1.979	22,00	43.537	0,9666	62.830	0,1636	10.634	0,2	396	73.860	(30.323)	(15,32)	37,32	(0,41)	
PM Con LP Stella	PM 10	2022	ACQ	Prospect	03/10/22	40.000	3,04%	1.218	22,00	26.792	0,9666	38.665	0,1636	6.544	0,2	244	45.452	(18.660)	(15,32)	37,32	(0,41)	
PM Portachiavi Potenziato	PM 10	2022	ACQ	Prospect	03/10/22	25.000	3,04%	761	22,00	16.745	1,3500	33.751	0,1636	4.090	0,2	152	37.993	(21.248)	(27,92)	49,92	(0,56)	
PM Portachiavi Base	PM 10	2022	ACQ	Prospect	03/10/22	25.000	2,39%	598	22,00	13.157	1,1802	29.505	0,1636	4.090	0,2	120	33.715	(20.558)	(34,38)	56,38	(0,61)	
PM Portachiavi Papa	PM 10	2022	ACQ	Prospect	03/10/22	25.000	2,61%	652	22,00	14.353	1,2772	31.930	0,1636	4.090	0,2	130	36.151	(21.798)	(33,41)	55,41	(0,60)	
PPM base	PM 10	2022	ACQ	Prospect	28/10/22	100.000	1,30%	1.305	30,00	39.144	0,2173	21.727	0,1136	11.360	0,2	261	33.348	5.796	4,44	25,56	0,17	
Mailing novembre	HM11	2022	DON	Fedeli	20/11/22	60.000	8,00%	4.800	24,00	115.200	0,8000	48.000	0,4500	27.000	529	0,2	960	76.489	38.711	8,06	15,94	0,51
Notiziario	NZ 12	2022	DON	Donors 0-24	15/12/22	60.000	3,00%	1.800	24,00	43.200	0,3500	21.000	0,1636	9.816	1600	0,2	360	32.776	10.424	5,79	18,21	0,32
Ringraziamento	TY 12	2022	GRA	Donatori	31/12/22	45.553	4,78%	2.177	26,94	58.639	0,1983	9.031	0,1636	7.452	0,2	435	16.919	41.720	19,16	7,77	2,47	
welcome	welcome	2022	BEN	donatori	31/12/22	13.700	5,00%	685	24,00	16.440	0,5000	6.850	0,1636	2.241	3000	0,2	137	12.228	4.212	6,15	17,85	0,34
TOTALE																						
TOTALE DONATORI						765.430	6,58%	50.357	24,84	1.250.663	0,615	471.110	0,182	139.257	22.452		10.071	642.890	607.773	12,07	12,77	0,95
TOTALE RINGRAZIAMEN						45.553	4,78%	2.177	26,94	58.639	0,198	9.031	0,164	7.452	-		435	16.919	41.720	19,16	7,77	2,47
TOTALE ACQUISIZIONE						545.000	2,56%	13.938	22,84	318.286	0,847	461.803	0,154	84.162	635	2.788	549.388	(231.101)	-	16,58	39,42	- 0,42
TOTALE DORMIENTI						3.416	3,43%	117	23,36	2.733	0,731	2.497	0,164	559	109	23	3.188	(455)	-	3,89	27,25	- 0,14
TOTALE WELCOME						13.700	5,00%	685	24,00	16.440	0,500	6.850	0,164	2.241	3.000		137	12.228	4.212	6,15	17,85	0,34
TOTALE MAILING COMP						-	0,00%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTALE RACCOLTA FON						1.386.799	4,90%	67.959	24,47	1.663.202	0,691	958.141	0,170	235.913	29.195		13.592	1.236.841	426.361	6,27	18,20	0,34

Un esempio di mailplan

Telemarketing

Utilizzo del telefono attivo e passivo

- Cercare nuovi donatori
- Ascoltare i donatori
- Rinforzare nuova donazione
- Coccolarli (per farli restare)



Serve per

- Nuovi progetti
- Chiedere di più
- Risvegliarli (prima di perderli)
- Problem solving



Cosa usare

- Indicatori di contatto (orari, territori)
- Donazioni e costi
- Tempo per contatto
- Tasso di incremento o rinnovo



Come misurare

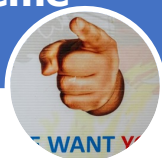


CONDIVIDI SUI SOCIAL: **#festivaldelfundraising**

Eventi

Cene, serate, presentazioni, tornei sportive, piazza, openday

- **Raccontare direttamente**
- **raccogliere per progetto specifico**
- **ringraziare**
- **fare stare tutti insieme**



Serve per

- **Cene**
- **Concerti**
- **Piazza**
- **Aste**
- **Sport**



Cosa usare

- **Partecipanti**
- **Donazioni raccolte**
- **Nuovi contatti**
- **Impatto media**



Come misurare



CONDIVIDI SUI SOCIAL: **#festivaldelfundraising**

Online

Tutte le iniziative che utilizzano web e social e non usano carta

- Aumentare visibilità
- Diffondere la mia causa/progetto
- Ingaggiare l'utente
- Trovare donatori



Serve per

- funnel
- social
- nl
- sito
- dem



Cosa usare

- like & follow
- cpc
- ctr
- like
- donazioni



Come misurare



CONDIVIDI SUI SOCIAL: **#festivaldelfundraising**

II FUNNEL

Un percorso ideale

Raccontiamo e facciamo scoprire la nostra ONP

Social

Landing

Il contatto ha capito ed esplora

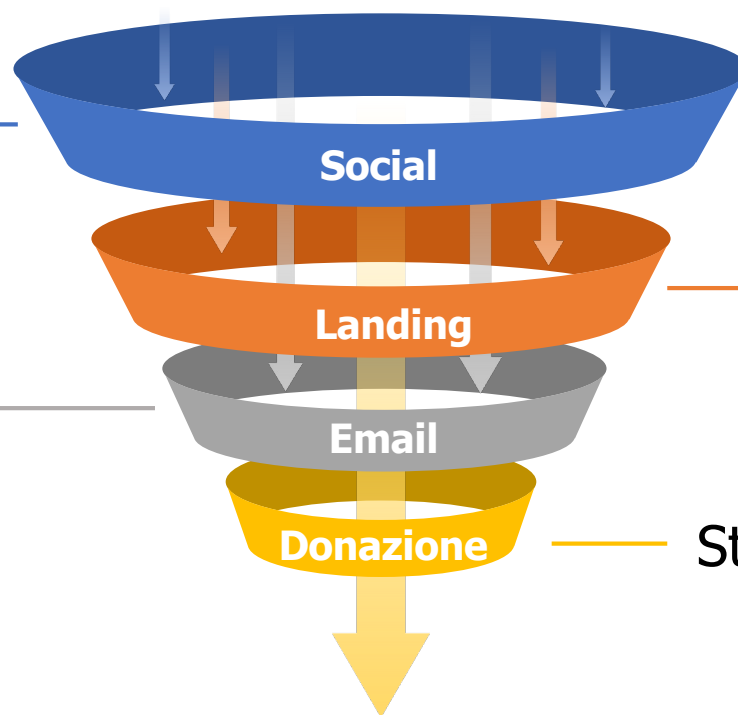
Dialoghiamo

Email

Donazione

Stiamo insieme

Passaparola



3 punti da tenere a mente

- 1 Parti dalle persone (e dalla loro conoscenza)
- 2 Datti obiettivi certi e raggiungibili
- 3 Non improvvisare



CONDIVIDI SUI SOCIAL: **#festivaldelfundraising**



DOMANDE?



CONDIVIDI SUI SOCIAL: **#festivaldelfundraising**

Sentiamoci qui



stefano.malfatti@fundraising.it



stefanomalfatti



stefanomalfatti.it



CONDIVIDI SUI SOCIAL: **#festivaldelfundraising**