

10 PREMESSE AL FUNDRAISING

(in aiuto al consulente; al servizio dell'ente)

1. Prima del fundraising c'è la comunicazione e la costruzione di relazioni: se l'organizzazione non comunica o comunica male la propria mission, in primis, bisognerà lavorare a questo. La prima verifica passa quindi da una valutazione del tipo di comunicazione adottata e dall'analisi/profilazione della rete relazionale esistente e/o realizzabile.
2. L'organizzazione che vuole utilizzare il fundraising deve investire in comunicazione. Sono necessari modifiche e/o aggiornamenti del sito web, dei social network e del materiale cartaceo: tutti strumenti fondamentali per informare i cittadini riguardo ai diversi modi di donare a favore dell'organizzazione. Quanto prodotto deve essere studiato e realizzato in modo integrato.
3. Per organizzare un piano di raccolta fondi e vederne i risultati serve tempo e impegno da parte di tutti: consulenti e organizzazione.
4. Un programma di fundraising prevede azioni che vanno dai 12 e i 36 mesi ed è molto difficile avere risultati immediati se si parte da zero.
5. Il consiglio direttivo deve impegnarsi nelle attività di fundraising supportando, per quanto possibile, le iniziative organizzate per raccogliere fondi.
6. I volontari vanno motivati e resi partecipi delle attività di raccolta fondi. Molto spesso, senza volontari è impossibile organizzare attività di raccolta fondi.
7. Delegare: nessuno può fare tutto da solo. L'organizzazione deve saper suddividere i compiti tra i propri membri.
8. Network: l'organizzazione deve accrescere e consolidare la propria rete di contatti. Per questo è utile e consigliabile fornirsi di un database di tipo relazionale per la gestione dei contatti e dei donatori.
9. Investire su se stessi: l'organizzazione che vuole fare fundraising, deve anche avere il coraggio e la voglia di cambiare modalità di gestione e funzionamento. Formazione e profonda analisi interna sono capisaldi nelle strategie di fundraising.
10. Per raccogliere fondi, ci vogliono fondi.