

**Stai rendendo facile la vita ai tuoi sostenitori?** Quando ci si mette in testa di fare raccolta fondi per un proprio progetto o per quello di una organizzazione non profit, è facile finire col concentrarsi troppo su di sé. Se ti concentri il giusto su di te, probabilmente individuerai un buon progetto da presentare a dei potenziali donatori, [con delle diverse proposte di sostegno](#) inserito in una campagna di raccolta fondi organica. Ma se ti concentri troppo su di te, probabilmente individuerai un buon progetto di raccolta fondi con delle diverse proposte di sostegno, magari pure inserito in una campagna organica. Ma così ti sarai perso per strada [il sale del fundraising e del crowdfunding: i potenziali donatori](#). Trascurerai tanti accorgimenti che possono rendere più probabile che qualcuno faccia la tanto *desiata* donazione!

Non so a te, ma [quando mi viene chiesto un parere approfondito](#), spesso mi capita di trovare **campagne di fundraising e di crowdfunding così auto-centrate** che sembro create ad uso e consumo di chi le ha progettate (wow, sarebbe un circolo vizioso/virtuoso: dono a me stesso per il mio progetto!). **L'atto di donare nella vita del potenziale sostenitore diventa un percorso ad ostacoli, una sfida alla perseveranza, una fatica dopo l'altra.**

Ma che cosa voglio discutere con te in pratica?

## **La via più breve è la migliore**

Questo riguarda soprattutto la **raccolta fondi online**: una volta [preparando una lezione](#) sul fundraising per la cultura mi sono divertito ad esaminare i siti di grossi poli museali italiani, provando a fare una donazione online. Allora, devi sapere che molte di queste istituzioni anche di grande e meritata notorietà, si divertono un sacco a guardarti mentre ti perdi in un labirinto. In molti dei loro siti il bottone "dona ora" è posizionato bene. Lo clicchi, finisci in un'altra pagina di transizione. Cerchi dove riprendere l'azione che stavi svolgendo, trovi il "dona ora" posizionato da un'altra parte. Clicchi, si apre una pagina da cui scaricare dei moduli da stampare a casa e da inviare via posta con allegata la ricevuta del versamento o del bonifico. Paura. Questa è realtà, mica scherzi! Più che dona ora **siamo a "dona fra un'ora"**. Aprire un account PayPal non costa nulla. Creare dei link che in un passaggio portino i tuoi seguaci dritti dove li vuoi (e dove *loro vogliono* arrivare!) non costa nulla.

Nella **raccolta fondi offline** invece l'inglorioso classico è il bollettino con tre ricevute non stampato. Cioè, tu stai chiedendo a un potenziale sostenitore di perdere diversi PREZIOSI minuti del suo tempo per ricopiare per 3 VOLTE a mano tutti i dati, magari solo dopo averli cercati in Internet perché nella lettera che accompagna il bollettino hai scelto di non indicarli (non per distrazione, ma proprio perché non ti pareva importante). Ancora più paura. E fatti stampare i premarcati, no?

**Rendi facile la vita dei tuoi potenziali sostenitori: la via più breve è sempre la migliore!**

## **Ma quanto devo donare?**

La settimana scorsa siamo partiti dalla domanda "*Ma quanto devo chiedere?*" (e prima [è sempre bene chiedersi se hai il permesso di farlo!](#)). Allora per completare il discorso, se tu ti stai facendo questa domanda è abbastanza probabile che dall'altra parte qualcuno si stia chiedendo cosa cacchio debba mai donare per sostenerti in modo utile, efficace, conveniente! "Aiutaci come puoi" è un messaggio che rende difficile la vita al tuo potenziale sostenitore. **Cosa si starà chiedendo quella persona che è lì lì disponibile per sostenere quel tuo importante progetto?** Le stai dando la [possibilità di individuare parti del progetto che possono essere più motivanti e significative](#), per cui donerebbe più volentieri? Le stai rendendo chiaro che può fare la differenza sia con una grande che con una piccola donazione? Stai agevolando il suo passaggio da prospect a donatore? Insomma, **le stai rendendo facile la vita?** Se ti viene il dubbio, memorizza e ripeti 10 volte questo mantra: essereesplicitièbene essereesplicitièbene essereesplicitièbene essereesplicitièbene

essere esplicite bene. Ora agisci in fretta!

## Il mito della sufficienza

*"I nostri sostenitori donano solo così"*. Questa è un'altra affermazione che sento spesso e sono disposto ad accettarla solo se mi dimostri che questo è un dato di fatto e non una supposizione! I nostri sostenitori donano solo così vuole dire che **stai scegliendo solo un canale di versamento (ed automaticamente escludendo tutti gli altri)**: bollettino postale, bonifico, carta di credito o di debito, PayPal (e pure consegna a mano, tiè). Puoi raccogliere fondi attraverso tutti questi canali, il che comporta aprire conti correnti, stampare bollettini premarcati, aprire account e chiedere le commissioni agevolate per le organizzazioni non profit e tutta una serie di **oneri organizzativi e economici**. Ma se mi dai 5 possibilità invece che una sola e sei ordinato nel propormele, stai sicuro che **in un modo o nell'altro ti sosterrò**. *"Tutti i nostri fanno solo donazioni col bollettino"* è un **mito della sufficienza in due sensi**: che basta quanto già stai facendo e che i tuoi sostenitori si accontentano di questo. Invece se scavi un pollice sotto la superficie scoprirai che **i tuoi sostenitori sono molto esigenti, hanno a cuore la comodità** e che hanno rinunciato più volte a sostenerti perché gli hai reso la vita dannatamente difficile. Io non ho mai tempo di andare alle Poste, anzi, preferisco evitare accuratamente di andarci perché ci perdo troppo tempo. Quindi, se mi vuoi con te devi offrirmi altri modi di sostenerti. O così o niente. Il tuo progetto è importante, ma in certi periodi e momenti la mia comodità lo è molto ma molto di più. **Rendimi la vita facile, ti prego!**

## Siamo una squadra fortissimi

Siamo una squadra, siamo una squadra così forte che ci ricordiamo tutto, che la carta di prosciutto ci basterà per sempre. Invece quando cominci a fare raccolta fondi devi organizzarti meglio, in tutti i sensi. E visto che per fare buona raccolta fondi serve una squadra che lavori bene, il consiglio spassionato che ti do è: **prenditi la responsabilità e l'orgoglio di rendere la vita più facile a chi lavora assieme a te!** Io spingo in particolare per **informatizzare tutto il possibile**: basta passarsi via mail 100 volte lo stesso file di testo, che poi non si capisce più a che versione siamo: per questo usiamo **Dropbox**. Basta incasinarsi la vita con 8 file Excel in formati diversi per raccogliere informazioni e dati su prospect e donatori: [usiamo software come questo](#). Basta costringere tutti a fare chilometri in auto o in treno per parlarsi: esistono **Skype, Google Hangout, la chat di Facebook...** è (quasi) come parlarsi di persona. Basta costringere qualcuno ad andare ogni 2 giorni in posta a chiedere l'estratto conto (sic! sic! sic!): fatti l'**home banking!** Quando avrai reso la vita facile ai tuoi potenziali sostenitori, avrai tanto da gestire. E allora per gestirlo bene, ti consiglio di cuore: **renditi più facile la vita!** Allora si che sarete davvero una squadra fortissimi! □

- 
- **DA FARE SUBITO:** fai mente locale e rispondi alla domanda "Sto rendendo la vita facile a chi mi segue?" con: "per niente", "poco", "abbastanza", "mi pare che ci siamo" o "molto". Quindi, se sei sotto a "molto", pensa a come facilitare i tuoi potenziali donatori.
  - **DA FARE ENTRO LA SETTIMANA:** quali sono i sistemi di versamento che hai attivato? Guarda quali ti mancano e quindi, dopo analisi degli eventuali costi, procedi per aprire tutti quelli che mancano.
  - **DA FARE ENTO IL MESE:** costruisci l'ufficio ideale e a costo zero per il tuo staff di raccolta fondi. Ci sono migliaia di strumenti informatici pronti all'uso, valuta quali rispondono meglio alle vostre esigenze di gestione quotidiana delle informazioni e poi spiega a tutti quanto sarà più facile la vostra vita e il vostro lavoro!

**PS:** premio per chi individua nel post l'unica volta che compare "praticità" o un suo derivato (il titolo

non vale!). ☐

## **Condividi generosamente su**

- [Fai clic per condividere su Facebook \(Si apre in una nuova finestra\)](#)
- [Fai clic qui per condividere su Twitter \(Si apre in una nuova finestra\)](#)
- [Fai clic qui per condividere su LinkedIn \(Si apre in una nuova finestra\)](#)
- [Fai clic per condividere su WhatsApp \(Si apre in una nuova finestra\)](#)
- [Fai clic per condividere su Telegram \(Si apre in una nuova finestra\)](#)