

Ti è mai capitato di chiederti: *“Ma me ne preoccupo solo io?”*. In tante organizzazioni non profit che fanno fundraising si concentra tutto sul chiedere. Chiedere **donazioni in denaro**, chiedere **di attivarsi come volontari**, chiedere di supportare la buona causa **con beni o servizi**... chiediamo molte cose, chiediamo spesso, chiediamo [perché siamo convinti che sia giusto chiederlo](#). Di risposta riceviamo dei *“Si”*, dei *“Ni”* e dei *“No”*. Ma a memoria, **sei sicuro di aver ricevuto in risposta abbastanza “Prego”?** Andiamo dritti al sodo: un *“Prego!”* segue sempre e solo alla parola magica su tutte: **“Grazie!”**! A intuito lo capiamo tutti: **ringraziare è importante tanto quanto chiedere**. Ma perché poi ti trovi ad essere l'unica persona che se ne preoccupa?

Ringraziare fa parte del Piano

Girando tra **piccole e medie organizzazioni non profit** capita di trovare piani di fundraising ben costruiti, ma quasi sempre manca un tassello. Indovina quale? Manca praticamente sempre **la fase dei ringraziamenti!** Ci sono diversi step (*riassunto: fissa obiettivi economici e strategici -> esplora i mercati della raccolta fondi -> scegli gli strumenti giusti per ogni azione di fundraising -> agisci -> valuta i risultati -> ricomincia*) che vanno seguiti per capire dove si sta andando e per **ottimizzare l'efficacia delle campagne di raccolta fondi**. La storia è molto semplice: prima ancora di cominciare, tu e chi altro segue le azioni di fundraising dovete avere in testa che **a ogni sollecitazione di fundraising andata a segno, corrisponde un ringraziamento!** La prossima volta che pianifichi una campagna, nella lista delle cose da fare metti *“gestire i ringraziamenti”*. Ringraziare fa parte del piano di raccolta fondi!

Ringraziare, ma anche chiedere

Il momento del ringraziamento è un'ottima **occasione di coltivazione**. Un ringraziamento è sempre gradito: molto più facile che venga conservata una lettera che in busta riporta un *“Grazie!”* anziché quella che riporta *“Aiutaci!”*. Impieghiamo al meglio quei **pochi ma preziosi minuti che ci concede il donatore** e mentre ringraziamo, **proponiamo una nuova azione**: [puoi essere soft](#) e invitare a iscriversi a una newsletter online, a partecipare ad un evento, a scoprire [altre modalità di sostegno](#). Oppure puoi essere più *strong* e inserire una nuova richiesta di donazione.

Cosa è meglio fare? La solita risposta è *“Dipende”*. Io sono del parere che nel caso di **campagne speciali di raccolta fondi** la lettera di ringraziamento possa contenere anche una nuova richiesta di donazione. C'è un'urgenza o un'esigenza straordinaria: dobbiamo comunicare che siamo grati dell'aiuto ricevuto, ma è anche lecito informare che prima della fine della campagna potrà servire ancora il sostegno del donatore. Ovviamente l'approccio *strong* [funziona se conosci bene i costituenti del database](#). Se non hai queste informazioni, vai sull'approccio soft e magari limitati a raccontare che ci sono anche altri modi di sostenere la buona causa nei prossimi tempi.

Chi ringraziare e come?

Ringraziare tutti, alla grande. Nel mondo ideale. **Nel mondo reale, ringrazia tutti ma facendo differenze**. Le piccole donazioni sono importanti, le medie donazioni sono importanti, le grandi donazioni sono importanti. Ma se hai 1 grande donazione, 10 medie donazioni e 100 piccole donazioni, **chi ringraziare e come?** Per i 100 puoi usare comunicazioni di massa (una buona lettera standard può funzionare parecchio bene!), per i 10 puoi pensare a una telefonata (vedi sotto!), per il grande donatore una lettera super-personalizzata (scritta a mano...) e poi una telefonata di rinforzo per sapere se è arrivata. E poi pure una per il compleanno, che non centra con la donazione, ma centra con **il cuore dell'azione di fundraising: il donatore!**

Cosa posso fare? Sarà abbastanza?

Cos'è il top del ringraziamento? La fortuna delle piccole e medie organizzazioni non profit è il rapporto diretto! Io considero:

1. [top!] la **telefonata di un volontario oppure di un dipendente dell'organizzazione** che sia ben ri-conosciuto per il proprio impegno
2. una **lettera personalizzata per bene**, anche scritta a pc da cima a fondo. Ma mettiamoci il racconto (=foto!) del progetto, questo sì!
3. dedicare al donatore 2 minuti di persona pieni di concentrazione al primo incontro utile

Noto che chiedere al donatore di incontrarlo di persona per ringraziarlo alza resistenze e imbarazzi. Mandargli una lettera "povera" è percepito per quel che è: essere sbrigativi! Quel che voglio dire è che **non serve fare miracoli o sperticarsi in lodi**, ma essere genuini, autentici ed emozionanti ripaga!

Come sempre, prova. Ma ricorda che **ringraziare 'così così' quando è il momento di farlo è molto meglio di non fare nulla**. Mira al "prego", mira al "prego"!

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 \(Si apre in una nuova finestra\)](#)