

Una delle prime domande che mi fanno le piccole organizzazioni che incontro sulla strada del fundraising / [fundraising \(ahah!\)](#) è:

[feature\_box style="3"  
only\_advanced="There%20are%20no%20title%20options%20for%20the%20chosen%20style"]

Riccardo, abbiamo ncento /nmila contatti sparsi. E' un casino totale, ma vogliamo usarli! Come iniziamo? Cosa ce ne possiamo fare?

[/feature\_box]

La risposta più corretta e pulita è: iniziamo facendone una lista ragionata, cioè andiamo verso la costruzione di un database per il fundraising.

Però

**anche con una una serie di contatti sparsi c'è comunque un'azione che puoi fare in tempi ridotti e che riserva ghiotte occasioni di raccolta fondi, anche se la tua onp è proprio piccola.**

Ti sto dicendo cioè che seguendo questo approccio non solo il risultato sarà a segno positivo, ma anche che **potrai aspettarti sorprese succose come una grande donazione.**

Al solito: [non stiamo parlando di formule magiche, ma di metodologia applicata](#) e posso dirlo perché non può essere un caso che ogni qual volta la applico l'esito sia positivo.

In questo articolo ti parlo della **fase di acquisizione di un donatore**, il bel momento in cui [Mister X diventa quello che tecnicamente io chiamo un "interessato"](#), cioè fa il suo **primo dono puro e semplice.**

Quindi ti prego di porre attenzione su questo elemento:

- stiamo parlando della **prima richiesta di donazione a un potenziale donatore**

E' l'occasione magica in cui questo "sospetto" dice "Si, ci sono!"

Questa azione **si basa su principi e tecniche molto "rozze", cioè poco tecnologico e molto di strada e concrete.**

Per introdurti a questa azione di fundraising di successo a tempo ridotto, cosa c'è di meglio di una storiella?

## **La stretta correlazione tra la ricerca di un water e il successo nel fundraising**

All'inizio della carriera ero a caccia di cessi ([era un periodo così: 23 anni e nessun orientamento, nessuna guida, preda di idee razionali ma non per il fundraising](#)). Cioè cercavo sanitari in donazione per un progetto edilizio. Dopo una settimana persa al telefono stressando ogni possibile segreteria e sentito ogni sorta di scusa per restituirmi alla desolazione della Pagine Gialle, ho strappato un incontro all'imprenditore leader di zona nell'impiantistica idro-termo-sanitaria.

Lo incontro nel suo studio, molto stile *lavori in corso*, cioè carte ovunque, polveri fini di cantiere in sospensione, spatole volanti e carta igienica nelle orecchie per salvare le orecchie dal casino della produzione. Ci sediamo, attacco il discorso *“bla bla bla, per 100 persone in difficoltà economico-sociale, le cosiddette marginalità estreme o nuove povertà, bla bla bla, 5.000 mq di edilizia d'avanguardia perché vivere nel bello è un diritto anche per chi passa un periodo complicato, bla bla bla”*.

L'imprenditore che si presenta come si presenta ma che è pure molto cortese mi ascolta paziente. Guarda anche #labrochureemmerda fatta involontariamente apposta per i bandi e altrettanto involontariamente non per gli esseri umani, girovaga con la mente quindi:

```
[feature_box style="3"
only_advanced="There%20are%20no%20title%20options%20for%20the%20chosen%20style"]
```

“Ragazzo, ti faccio sapere”

```
[/feature_box]
```

Che in fundraiserese vuol dire:

```
[feature_box style="3"
only_advanced="There%20are%20no%20title%20options%20for%20the%20chosen%20style"]
```

“Sei finito nella casella sbagliata: torna al via, ochetto!”

```
[/feature_box]
```

Febbricitante di consapevole illusione, i giorni a seguire l'ho cercato e ricercato, ansioso di sapere cosa volesse “farmi sapere”. L'imprenditore mi rimandò più e più volte ad altro momento, fino a chiudere le comunicazioni per non rispondermi più di persona ma solo col gentile “Non c'è!” della segreteria (*nota bene: se stai lavorando col telefono verso le imprese, ricordati che il ruolo delle segreterie non è farti parlare con l'imprenditore, ma filtrare le tue chiamate*).

Diversi mesi dopo, archiviato questo insuccesso nella cesta *“mannaggialamiseria”*, ricevo una mail con su scritto:

```
[feature_box style="3"
only_advanced="There%20are%20no%20title%20options%20for%20the%20chosen%20style"
alignment="center"]
```

“Buongiorno Riccardo, ho disponibilità di quei cessi che cercavi. E sai cosa: ho deciso di regalarveli! E' una spesa non da poco, ma sai, l'altro giorno ho parlato con Sandro.

Sandro è mio amico. Stavamo bevendo una birra ricordando i bei vecchi tempi assieme. Constatavamo che voi giovani di oggi siate dei cazzoni perdigiorno. Sandro, che è sempre stato il saggio della compagnia, mi ha raccontato che però suo figlio fa gli scout e che come lui in giro ci sono ancora dei ragazzi in gamba.

Ad esempio questo Riccardo che da qualche mese lavora in questa fondazione che fa accoglienza in un modo strano... e allora gli ho detto *‘Ma dai, lo conosco! E' venuto a farmi perdere tempo con un sacco di chiacchiere’*. Allora gli ho chiesto: *‘Sandro, ma cosa dici, ‘sti qua mi hanno chiesto di donargli dei cessi, capisci? Sono fuori con tutto! A me costano xyzzyx € al pezzo, questa roba non esiste...’*.

Ma Sandro mi ha rassicurato che *'Riccardo è un bravo ragazzo, se sta in mezzo a questa cosa vedrai che ne vale la pena. Oh poi fai quello che vuoi, i cessi sono tuoi, ma sai che del tuo amico Sandro puoi fidarti!'*. [/feature\_box]

Questa è una storia vera che ha prodotto una donazione di cessi e numerosi altri materiali per un totale di prezzo all'ingrosso di 15.000€, per un risparmio procurato a noi di quasi il doppio.

Ti ho appena raccontato la storia della mia prima grande donazione da un'impresa, o meglio da un imprenditore, o forse da tutti e due.

Ma la parte migliore viene ora!

## Il potere di Sandro (che è un amico)

Ovviamente per transitare i sanitari dal magazzino dell'imprenditore al nostro cantiere ci siamo visti e rivisti. E quindi abbiamo parlato del tutto, chiaro! Perciò io sono tornato alla carica per spiegarli il progetto.

Bene: sai cosa mi ha detto faccia a faccia l'imprenditore/donatore?

```
[feature_box style="3"
only_advanced="There%20are%20no%20title%20options%20for%20the%20chosen%20style"
alignment="center"]
```

"Caro Riccardo, **non ho capito cosa fate in quel posto** e manco ho tempo di venire a vedere. Ma visto che me lo ha detto Sandro di fidarmi, so che sto facendo la cosa giusta"

```
[/feature_box]
```

Forte, eh?

Dopo questa donazione, quell'imprenditore non ne ha fatte mai più. Donatore esaurito. Ma perché?

Per caso, a distanza di un paio d'anni ho saputo da Sandro che dopo quella fase per vari motivi, non di conflitto, lui e l'imprenditore non si erano mai più sentiti.

## Le tue spiegazioni non valgono niente, se...

A quell'epoca ormai lontana, credevo che [il salto da Mister X a "interessato"](#) fosse spinto da una buona presentazione tecnica.

Se ti sciorino per filo e per segno quali sono i processi, i costi e i benefici e gli impatti di questo progetto, allora tu diventerai donatore. Ti conquisto con la logica. Parlo al tuo cervello e, ah-ah, sei mio! Io pensavo davvero che il gioco fosse questo.

Bene: questo approccio ha segnato i miei inizi con grandiose figure di merda e scottanti insuccessi. Ho visto occhi sgranati che voi umani non avete mai visto. Quanti sbadigli e sorrisi di cortesia hanno riempito l'aria? Quanta noia ho suscitato negli spiriti?

Ma un donatore per “entrare” con un primo dono, magari anche una grande donazione, in prima battuta non vuole che gli spieghi le cose: un donatore vuole sentire che si può fidare ed emozionarsi. Allo stesso tempo.

E quindi?

## Quali sono i fattori di successo per conquistare una prima donazione, magari “fuori dalla media”?

[feature\_box style="3"  
only\_advanced="There%20are%20no%20title%20options%20for%20the%20ch  
oosen%20style" alignment="center"]\* **PRIMO FATTORE DI SUCCESSO**  
\*/feature\_box]

**La qualità del legame tra un estimatore della tua organizzazione ed il potenziale donatore.**

**Un amico vero, un parente in ottimi rapporti e un collega stimato sono i migliori fundraiser da prima donazione**

---

**Nelle piccole organizzazioni la qualità del legame personale tra chi sollecita la donazione e il potenziale donatore è il principale fattore che determina il successo di un appello alla prima donazione.**

Dal racconto “sanitari e fundraising” lì sopra, forte dell’esperienza posso generalizzare che:

- **i membri effettivi dell’organizzazione non sono sempre determinanti.** Nelle reti relazionali possono esserci figure chiave di “estimatori” che determinano successo ed insuccesso dell’appello
- la forza del legame **può generare una prima donazione di ammontare del tutto sopra la media**
- il donatore fa il suo primo dono perché si emoziona e sente risuonare forte il valore di una relazione
- **il legame da solo può bastare** a spingere alla donazione, andando oltre l’interesse

[feature\_box style="3"  
only\_advanced="There%20are%20no%20title%20options%20for%20the%20ch  
oosen%20style" alignment="center"]\* **SECONDO FATTORE DI SUCCESSO**  
\*/feature\_box]

## La sollecitazione va da me a te, non dall'organizzazione al potenziale donatore

**Al potenziale donatore importa il valore della causa per chi lo sollecita, non la causa in sè stessa**

---

Da qui ho imparato una prima lezione con retrogusto vagamente amaro:

- **il donatore può decidere di diventarlo anche senza aver capito per cosa sta donando, ma solo perché glielo chiede la persona giusta.** Magari non ti piace, ma funziona così e devi tenerne conto per misurare il tuo impegno: una modalità poco raffinata magari ma efficace (*occhio: NON ti sto dicendo che puoi lasciar perdere le spiegazioni, ma solo che quelle arrivano DOPO*).

Le altre sono lezioni tecniche:

- la prospezione relazionale (cioè costruzione di liste sulla base delle relazioni dei membri dell'organizzazione) nelle piccole organizzazioni è **la prima tattica ragionata di costruzione e profilazione del database da praticare**
- a meno che non risulti davvero impraticabile, conviene sempre lanciare la **costituzione di un comitato dedicato alla raccolta fondi** che generare una opportunità immediate (= nomi e cognomi di persone) che identifichiamo secondo il fattore "legame". Quindi **ogni sollecitazione esce a nome di chi intrattiene il rapporto con quella data persona potenziale donatrice.**
- spesso agli incontri faccia a faccia **accompagno i membri dell'organizzazione all'appuntamento per rassicurarli, ma i fundraiser veri sono loro**
- **una lista così generata anche con non più di 200 nomi** può essere un grande database per le prime sollecitazioni di fundraising

Tutto chiaro? Bene, avanti!

**[feature\_box style="3"  
only\_advanced="There%20are%20no%20title%20options%20for%20the%20ch  
oosen%20style" alignment="center"]\* TERZO FATTORE DI SUCCESSO  
\*/feature\_box]**

**Usa subito strumenti di sollecitazione forti**

**Prendi carta e calamaio, stringi mani e bacia le guance**

---

- ogni firmatario scrive la propria lettera pensando intensamente alla **sua parte di contatti**
- ogni firmatario **scrive a mano firma sulla lettera e indirizzi sulla busta**
- **una lettera di carta scritta di getto** in cui il messaggio diventa "*Caro #nome#, PER ME questa causa è così importante perché...*" è la migliore tattica di sollecitazione, a cui far

seguire un incontro di persona o almeno una telefonata

- **loghi, carta intestata, timbri.. lascia perdere tutto.** Se il messaggio deve essere autentico, che sia autentico anche il supporto
- i riferimenti di contatto (mail e tel) devono essere **quelli di chi firma la lettera**
- **per la solita necessità di essere autentici, NON scriverai sulla lettera le indicazioni su importi e modalità di donazione** ma su un supporto a parte (anche qui: non serve per forza che sia una brochure uscita di tipografia, con la stampante di casa e un po' di chiarezza puoi produrre quel che ti serve)
- **unico intervento tecnologico puro e necessario: "capitalizza" la conoscenza di questo rapporto usando un pur basilare sistema di gestione del database** che hai così generato e sui hai così agito. Se sei a zero sul tema, [guarda qui](#).

Tanto "grezzo" quanto efficace. Prova!

## Ma c'è un problema!

Ti ripeto che per partire anche raccogliendo delle grandi donazioni, i fattori di cui sopra sono determinanti per il successo, nel senso che non puoi farne a meno e nel senso che sei hai fatto le cose per bene i ritorni ce li hai. Fine della storia!

Ma

fatto tutto questo il tuo primo pensiero, ancor prima di aver finito le cose deve essere:

*[feature\_box style="3" only\_advanced="There%20are%20no%20title%20options%20for%20the%20chosen%20style" alignment="center"]Come posso sganciare il rapporto tra il "personal fundraiser" della nostra organizzazione e il donatore per stringerlo tra il donatore e l'organizzazione? [/feature\_box]*

Si, perché nella grande opportunità di raccolta fondi immediata che ti ho presentato si cela questo problema: stai girando tra amici, parenti e poco di più. Dato che **ciò che sposta la donazione dal donatore all'organizzazione è il valore della relazione con la persona di collegamento, se per qualsiasi motivo va via questa persona, la tua organizzazione perde anche il donatore.**

[Di questi rischi di sovraperpersonalizzazione del fundraising e soluzioni ne abbiamo parlato in altri lunghi articoli](#), che ti invito a leggere con attenzione. Non è neanche detto che tu possa evitare questo problema, ma puoi comunque fare altro per compensarlo.

Per ora **torniamo al fatto che nella tua piccola organizzazione puoi fare raccolta fondi in tempi rapidi e con successo e pure grandi donazioni, a patto che:**

- **tu guidi i membri "duri e puri" e gli estimatori della tua organizzazione a "giocarsi" sui propri legami** (primo fattore di successo)
- **conduci assieme a loro un'esplorazione puntuale del loro patrimonio relazionale** per costituire un primo database per il fundraising (secondo fattore di successo)
- **ricorri alle vecchie maniere, cioè carta + penna + telefono e/o incontro per sollecitare** i potenziali donatori (terzo fattore di successo)

Il primo fattore è culturale. Il secondo è metodologico. Il terzo è tecnico.

Riuscirai a metterli assieme nel modo giusto per dare una spinta alla vostra raccolta di donazioni?

Sono sicuro di sì. Forza collega fruckstucker...

**avanti tutta!**

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