

Impostare una raccolta fondi di Natale efficace passa anche per una adeguata comunicazione sociale.

Ma cos'è esattamente la comunicazione sociale? Continua a leggere e lo scoprirai.

Il mese scorso, mentre fuori l'afa era rovente, il buon Riccardo ha cominciato a parlare della campagna di Natale elencando in [questo articolo](#) tutti i lavori da fare con tanto di cronoprogramma ed i suoi consigli preziosi.

D'altronde il nostro programma [Raccolta Fondi No Stress](#) nasce per aiutarti a **migliorare la qualità** della tua raccolta fondi ed a **verificare in anticipo** se il tuo ente è in regola con tutto quel che riguarda l'organizzazione e l'amministrazione della raccolta fondi.

Ecco perché è fondamentale ora parlare della campagna di Natale ed ecco perché sarà l'argomento del prossimo webinar di *Raccolta Fondi No Stress*. Iscriviti subito da qui, ci sono solo 100 posti disponibili!

Oggi continuiamo a parlarne dandoti spunti utili dal punto di vista della comunicazione sociale.

Perché non basta organizzare banchetti, iniziative online o dal vivo, creare doni, campagne mailing se non sappiamo comunicare efficacemente:

- chi siamo, cosa facciamo e perché;
- cosa chiediamo e perché è importante il sostegno che stiamo chiedendo.

Cos'è la comunicazione sociale

La definizione maggiormente accreditata tra gli addetti ai lavori è *"l'insieme di attività di comunicazione messe in atto da un'organizzazione pubblica, privata o sociale, volte a promuovere finalità non lucrative aventi per oggetto tematiche di interesse sociale"* (["La comunicazione sociale"](#) di Sobrero-Pugelli).

La comunicazione sociale è quindi lo strumento per **coinvolgere la persona e spingerla all'azione**.

Sentendosi coinvolta, la persona si sentirà partecipe di un interesse collettivo e delle possibili soluzioni che tu le prospetterai.

Per raggiungere questo scopo la comunicazione sociale fa leva su una varietà di emozioni e sentimenti molto ampia:

- può evocare serenità e gioia, fiducia ed ottimismo;
- oppure, per rimarcare la pericolosità di un'abitudine, la drammaticità e l'urgenza di un problema, può suscitare pietà e tristezza, commozione, spavento, disgusto, accusa, deridere e provocare.

La comunicazione quindi deve essere in grado di persuadere e provocare una reazione ed è qui che si intreccia strettamente con il fundraising, la ricerca di nuovi volontari, la costruzione della reputazione dell'ente e molti altri campi cruciali.

Parleremo anche di questo durante il prossimo webinar di [Raccolta Fondi No Stress](#), grazie all'esperienza di Riccardo in questo ambito. Approfittane ed iscriviti!

Ma cosa comunicare?

La cura dei **contenuti** da comunicare è fondamentale.

Subito dopo viene il **linguaggio** e le persone alle quali vuoi arrivare.

La scelta dei contenuti dipende da molti fattori, ecco i principali:

- dalla strategia dell'ente (quali obiettivi vuole raggiungere con "quella" specifica comunicazione?);
- dall'utilità e dagli interessi delle persone alle quali vuole rivolgersi (soci, utenti, beneficiari, donatori, volontari, ecc.);
- dalle competenze e risorse (umane ed economiche) che l'ente ha a disposizione per raggiungere l'obiettivo prefissato.

L'ingrediente indispensabile nella comunicazione sociale è la **passione**.

È la chiave per riuscire ad ingaggiare soci, volontari, donatori con l'obiettivo di:

- rafforzare i legami;
- aumentare il capitale relazione (vero tesoro di ogni ente non profit).

Bisogna quindi essere capaci di trasmettere la passione e l'impegno con cui l'organizzazione realizza la propria missione.

E bisogna farlo scegliendo il linguaggio giusto sia rispetto al contesto in cui la comunicazione avviene (sito, social media, email, banchetti, ecc.), sia al momento storico particolarmente difficile che stiamo vivendo.

Per dirla in poche parole: non basta fare bene il proprio lavoro; è necessario essere capaci di comunicarlo condividendo idee, percorsi, progetti.

Il segreto della buona comunicazione

In realtà non c'è un segreto, ma un insieme di atteggiamenti da coltivare e di buone pratiche da perseverare.

Tra i fondamentali segnalo:

- conoscere bene l'ente, la sua mission, la sua struttura organizzativa e funzionale;
- conoscere la comunità di riferimento dell'organizzazione e avere le idee chiare sul profilo delle persone che si vogliono raggiungere;
- avere consapevolezza di far parte di una comunità (passare dal "comunicare a" al "comunicare con");
- adottare uno stile comunicativo idoneo all'ente e alla sua mission;

- coinvolgere tutti gli stakeholders nella comunicazione (diretti e indiretti, individui e organizzazioni);
- offrire soluzioni ai problemi (dare una visione positiva e di concretezza);
- formare le persone interne responsabili della comunicazione o affidare il compito a professionisti esterni con esperienza nel Terzo Settore;
- sperimentare la propria creatività (lavorare sulle idee per vedere strade non battute e scoprire dove possono portarci);
- perseveranza e flessibilità.

Alla fin fine è la relazione l'aspetto caratterizzante delle organizzazioni non profit e della loro comunicazione.

Perché, ripeto, non basta fare bene il proprio lavoro: è necessario essere capaci di comunicarlo condividendo idee, percorsi, progetti.

Cogli l'occasione di parlarne non me e Riccardo durante il prossimo webinar gratuito di *Raccolta Fondi No Stress*. Potrai rivolgerci domande e confrontarti con noi per migliorare la tua campagna di Natale.

Di questi tempi mi pare un aiuto prezioso da non perdere, [iscriviti qui](#).

- [Germana Pietrani Sgalla](#) -

Questo post è di **Germana Pietrani Sgalla di tornaconto&c.** - www.tornacontoec.it



*Lavoro dentro e a fianco del mondo non profit da oltre 19 anni: dalla costituzione all'organizzazione, dalla progettazione all'amministrazione e alla formazione dei gruppi dirigenti. **Il mio obiettivo è aiutare le organizzazioni a lavorare meglio, a crescere in modo sostenibile e vantaggioso.***

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