

## Articolo della *chef du fund* Roxana Olariu. Grazie!

---

Anna e Claudio sono una giovane coppia: insegnante di filosofia lei, disoccupato lui. Si scontrano con la vita di petto, tra difficoltà economiche e scaldabagni rotti. Lui ha una brillante idea: creare *Lavoro Advisor*, un portale web che permetta di far incontrare domanda e offerta nei servizi di cui usufruiamo quotidianamente.

Ebbene, **lancia una campagna di crowdfunding con un obiettivo di raccolta di 20.000€**. Siamo nel 2016 e forse come strumento non è ancora tra i più diffusi. Infatti Claudio si trova da subito in difficoltà, poi la svolta.

Una sera, ubriachi e divertiti, i due protagonisti pubblicano un video in cui dichiarano di girare un filmino erotico amatoriale in caso di raggiungimento della somma desiderata. Risulta facilmente prevedibile che cosa avvenga successivamente: **un'impennata nelle donazioni fa salire vertiginosamente la quota raccolta e con questa il numero di donatori**.

Le conseguenze diventano tangibili: Anna si trova in difficoltà a scuola e Claudio è combattuto su cosa sia giusto e cosa sia sbagliato.

Cambia tutto nell'arco di pochi giorni e improvvisamente *cambia la call to action*.

La giusta causa per lui rimane *Lavoro Advisor*, la giusta causa per lei diventa avere denaro a sufficienza per avere un bambino. Proprio così: in quattro e quattr'otto la campagna diventa uno **strumento per rendere la loro attività un modo per condividere il loro futuro, generare un impatto sociale ed esistenziale**. Un film erotico tramite il quale fare un bambino in diretta.

Tra chi li incoraggia e chi li scoraggia, **tutta la vicenda diventa molto controversa...**

### **Perché guardarlo?**

La pellicola racconta con toni simpatici la difficile situazione affrontata dalla coppia e le sfide in cui si imbattono: dallo zio (Rocco Papaleo) ospitato in casa per pagare l'affitto, alla difficoltà di trovare un lavoro, passando per il desiderio di avere un figlio. Si tratta di una storia comune che trova una soluzione alternativa cercando ogni via percorribile.

E poi ci offre **lezioni di fundraising!**

1

Ogni volta che creiamo una campagna l'obiettivo dev'essere sempre chiaro

2

Il crowdfunding sebbene un utile strumento non è la panacea di tutti i mali

3

Costruire una campagna social che sia efficace con contenuti coinvolgenti e interessanti è sempre un'arma vincente

**SCAVANDO UN PO' DI PIU':  
IL CROWDFUNDING**



**Che cosa possiamo imparare (raccomandabile vedere il film per una maggiore comprensione):**

1. **Il donatore non ha sempre ragione.** L'idea iniziale di Claudio (*Lavoro Advisor*) è interessante ed ha un potenziale che potrebbe impattare sulla vita di molti. Eppure questo non conta, non ha attrattiva. Serve fermarsi a riflettere su cosa interessa davvero ai donatori e per cosa sono disponibili a donare.
2. **Il crowdfunding non è la risposta a tutti i problemi.** Facendo un'accurata analisi del nostro target potremmo comprendere di avere avuto una buona idea, ma che il crowdfunding non è lo strumento giusto per finanziarla.
3. **Avere chiaro l'obiettivo.** Tenere sempre a mente che cosa si vuole raggiungere senza fare variazioni in corso d'opera permette di non confondere e di non minare la credibilità del progetto.
4. **"Viralizzare, socializzare, monetizzare!"**. Avere un'idea non sempre basta: dev'essere interessante e innovativa per poter diventare virale. Mantenerla viva attraverso i social e la socialità ne aiuterà la diffusione. Inevitabilmente i risultati si vedranno anche in termini economici.

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