



ENGAGEDin propone corsi di formazione per le organizzazioni che vogliono avviare o sviluppare la propria attività di raccolta fondi attraverso la crescita delle proprie competenze, la discussione di casi pratici e il confronto al fine di dare forza e rendere sostenibili le proprie cause sociali.

Queste alcune delle nostre proposte formative:

E' il momento di iniziare: le fondamenta del fundraising

Per le organizzazioni che non hanno un'attività strutturata di raccolta fondi e intendono fare proprie le nozioni di base, formare il proprio staff o i volontari e disporre dei principali strumenti metodologici.

Una panoramica che tocca i punti principali che delineano il fundraising: la definizione, i principi, i metodi, gli strumenti e i principali argomenti correlati (accountability, governance, ricerca e gestione volontari).

DURATA: 4 ore

Un passo in più: start-up del fundraising

Per le organizzazioni che hanno una conoscenza solo superficiale e non strutturata del fundraising e intendono consolidare le proprie nozioni, costruendo le basi per la creazione di un piano organico di fundraising.

Un corso di formazione sulle basi pratiche del fundraising (principi, strategie, obiettivi, mercati, strumenti) e sui principali argomenti correlati (accountability, governance, ricerca e gestione volontari) in un'ottica di individuazione degli elementi di base per la costruzione di un piano di fundraising.

DURATA: 8 ore

Dalla teoria alla pratica: verso il piano di fundraising

Per le organizzazioni che vogliono avere una visione completa di cos'è il fundraising, quali sono i diversi aspetti che lo compongono, quali sono i fattori che lo influenzano e necessitano di un accompagnamento iniziale per la costruzione effettiva del proprio piano di fundraising.

Un percorso completo, che tocca la pratica del fundraising: dal case statement all'individuazione delle strategie e degli obiettivi che le realizzano, alla individuazione di donatori e potenziali donatori, definizione delle campagne e degli strumenti per la realizzazione: il piano di fundraising vero e proprio, insomma. Fino alla valutazione dell'andamento delle campagne e la ripresa del ciclo del fundraising.

DURATA: 21 ore

Il cerchio dei costituenti: cercare, profilare e gestire i donatori

La relazione con i donatori, attuali o potenziali, è la chiave del fundraising. Una corretta gestione del proprio patrimonio relazionale è alla base di una raccolta fondi efficace, anche al fine delle scelte strategiche, e del controllo di fattori chiave per l'intera struttura di un'organizzazione non profit.

Un corso che parte dai principi per l'individuazione e la profilazione dei donatori, passa all'analisi di che cosa sia un database per il fundraising, per arrivare alla gestione del ciclo del fundraising con il database e all'estrazione e alla gestione dei dati.

DURATA: 4 ore

La giusta fondazione con il progetto giusto: il Grant Scouting

La ricerca di fondi messi a disposizione dagli enti d'erogazione è un'attività spesso fondamentale per ogni organizzazione che fa fundraising, anche se la scelta dell'ente giusto o del come presentare un progetto nel modo migliore non è una scelta facile.

Un inquadramento del mercato delle fondazioni italiane ed estere, dei nuovi trend nella richiesta di erogazioni, un focus sulla ricerca della fondazione appropriata, dello studio di un progetto, della sua presentazione e comunicazione.

DURATA: 4 ore

Like to Like : strumenti di Digital fundraising

Per un'organizzazione non profit comunicare nel modo migliore la propria mission e i propri progetti nel mondo dell'online è diventato un aspetto fondamentale nel quadro di un piano di fundraising efficace. Si può pensare che siano strumenti facili e a medio-basso costo, ma in realtà necessitano di una conoscenza approfondita, oltre che di un'attenta pianificazione nel breve, medio e lungo periodo.

Una proposta che spazia dall'analisi dei mercati di riferimento, alla profilazione dei diversi target, alla definizione del web marketing mix fino a ciò che significa strutturare l'elaborazione di una strategia di comunicazione integrata.

DURATA: 4 ore

Raccontarsi con il cuore: copywriting e storytelling per il fundraising

Uno dei principi chiave del fundraising: le persone donano a persone per altre persone. Il calore della relazione, il coinvolgimento basato sulle storie e le vite delle persone dell'organizzazione ha un potere straordinario.

Un corso che fornisce gli strumenti teorici e applicativi della comunicazione finalizzata all'engagement, aiuta a comprendere le potenzialità di questo strumento e sviluppare un processo che consenta di trasformare i fatti in storie e iniziare così a comunicare attraverso la narrazione la vita dell'organizzazione e delle persone che la vivono.

DURATA: 4 ore

L'azienda non è un bancomat: strumenti di Corporate fundraising

Un corso per capire come interfacciarsi con le aziende chiedendo qualcosa di diverso e di più del denaro. Costruire un ponte tra la propria organizzazione nonprofit e un'azienda è un lavoro intenso, che richiede prima di tutto un'analisi rivolta all'interno, alla propria causa sociale, e poi a ciò che si può offrire (e chiedere) al proprio potenziale partner e agli strumenti più efficaci per presentare nel modo migliore il proprio progetto.

Un corso per essere più efficaci, sapendo cosa può e vuole chiedere l'organizzazione e quali sono i vantaggi che offre una collaborazione strutturata con un'azienda, e capire come e perché un'azienda possa essere interessata ad avviare un percorso di partnership.

DURATA: 4 ore

Generare outcome positivi e duraturi: la Filantropia strategica

Un corso per comprendere e avvicinarsi ai temi della filantropia e comprendere il passaggio dalla cultura della donazione all'investimento sociale. Si rivolge ad imprese, fondazioni, organizzazioni nonprofit e individui, con l'obiettivo di sviluppare una cultura della filantropia moderna e consapevole, in grado di massimizzare i benefici sociali e soddisfare i bisogni emotivi ed ideali che si accompagnano da sempre alle iniziative filantropiche.

DURATA: 4 ore

Della morte non si vuol sentire parlare? I lasciti testamentari come strumento di fundraising

Una persona che decide di ricordarsi di noi e della nostra buona causa nel suo testamento compie un gesto di grande valore, prima di tutto dal punto di vista sentimentale e poi dal punto di vista economico.

Un corso che fornisce gli strumenti per iniziare ad imbastire una campagna lasciti, partendo dall'analisi dei propri donatori (target interno ed esterno) per

arrivare al vero e proprio studio del concept di questo delicato tipo di campagna e della sua comunicazione.

DURATA: 4 ore

Fundraising per la Pubblica Amministrazione: fondi, trasparenza,

Mai come adesso la Pubblica Amministrazione può e deve considerare l'attività di fundraising come una leva strategica: attraverso di essa è possibile non solo colmare la carenza di risorse finanziarie, ma anche adottare un approccio più aderente alle crescenti istanze degli utenti, basato sul miglioramento della reputazione e sulla trasparenza.

Un percorso formativo che partendo dai principi del fundraising li declina in percorsi di attuazione presso l'ente pubblico, proponendo metodi e strumenti operativi.

DURATA: 8 ore

Fundraising per la politica

Fundraising e politica: un binomio che si sta affermando anche in Italia, come da tempo in altri Paesi. I partiti e i movimenti, come tutte le altre organizzazioni nonprofit, sono non solo soggetti titolati a fare fundraising, ma, sempre più, saranno chiamate a farlo per poter disporre delle risorse necessarie alla propria attività e per rispondere alla domanda di trasparenza ed eticità dei cittadini e degli elettori.

Un percorso formativo che parte dai principi del fundraising per affrontare, in modo pratico e operativo, il tema della raccolta fondi da parte di partiti e movimenti politici. Dal contesto nazionale, alle esperienze internazionali, passando per strategie, strumenti, esame di casi pratici.

DURATA: 8 ore