

Introduzione al Crowdfunding

Il crowdfunding va oltre il fundraising. Non è solo uno strumento per raccogliere fondi ma anche un'ottima opportunità per:

1. Avere conferma e riscontro positivo sul proprio progetto
2. Ampliare la propria community e accrescerne il senso di appartenenza
3. Fare branding della propria organizzazione
4. Consolidare la propria presenza web

Il crowdfunding è a tutti gli effetti un'ottima opportunità per presidiare la rete al di fuori dei contesti puramente istituzionali. È un modo per farsi conoscere e lavorare sul web, confrontarsi con un mondo che in tempo reale offre feedback e utili informazioni sull'andamento della campagna, sul grado di visibilità e gradimento.

Rete del Dono sarà al fianco degli enti che verranno selezionati per sperimentare il crowdfunding. per impostare il lavoro al meglio, vi suggeriamo di compilare una breve survey sulla situazione digitale del vostro ente <https://retedeldono.questionpro.eu/a/TakeSurvey?tt=oTM0ljLxiz7UQCrr0tX/2A%3D%3D>. Qui di seguito trovate inoltre una breve checklist che ti suggeriamo di seguire per la preparazione della tua campagna di crowdfunding.

CROWDFUNDING CHECK-LIST

1. PROGETTO

Individua un obiettivo progettuale definito e circoscritto (Cosa intendi fare con i fondi raccolti? Chi saranno i **beneficiari** e quale l'**impatto sociale** (quale bisogno soddisfi, quali i benefici per la comunità?)

2. REWARD

Il reward è una “ricompensa” per chi ha deciso di sostenerti donando per il tuo progetto. Ti suggeriamo se possibile di inserirli in quanto arricchiscono e completano il progetto e gratificano il tuo donatore. Pensa a oggetti/esperienze “esclusive”: qualcosa che le persone non saranno in grado di ottenere in altro modo e offrirle come ricompense.

3. TEAM

La decisione di intraprendere una campagna di crowdfunding va condivisa con tutto l'organico dell'Associazione/Ente, dal board ai volontari. Consigliamo di selezionare alcune persone chiave e coinvolgerle fin dalla fase di impostazione strategica della campagna. Ognuna con un ruolo ben definito in base alle diverse competenze.

4. COMMUNITY

Per scoprire se hai una community di sostenitori è fondamentale partire dalla creazione o dall'analisi del database. Insieme al tuo team fai un brainstorming per elaborare una short list di persone, gruppi o altre organizzazioni che potrebbero sostenere il tuo progetto.

5. COMUNICAZIONE

Definisci il tuo storytelling e poi crea un piano editoriale, uno schema organizzativo che ti aiuterà nella pubblicazione dei contenuti declinandoli sui diversi canali. Una campagna di crowdfunding di successo prevede sempre la combinazione sinergica di comunicazione offline e online. Non dimenticare gli eventi in presenza che creano sempre condivisione forte aggregazione.

6. DONOR CARE

Ringraziare sempre i donatori è un passo fondamentale. I donatori hanno bisogno di sapere di essere stati importanti, di essere apprezzati dalle organizzazioni che supportano. Ecco perché messaggi di ringraziamento sinceri, note scritte a mano o telefonate ai donatori, sono potenti metodi di fidelizzazione.