

FUND RAISING



Obiettivo del corso

Il corso vuole mettere in grado i partecipanti di realizzare un progetto strategico di massima o la revisione valutativa della propria strategia attuale di fund raising, in modo tale da poter iniziare ad operare subito in un logica di sviluppo della propria capacità di raccogliere fondi. Tale macro obiettivo verrà realizzato introducendo al tema del fund raising e favorendo una comprensione globale di cosa implica per un professionista e per una organizzazione la sua attuazione; trasmettendo le conoscenze di base per individuare e realizzare le principali attività di fund raising con particolare riferimento al settore privato (donazioni e altri contributi individuali; corporate fund raising, contributi di fondazioni, ecc.); fornendo tecniche e strumenti operativi per definire una strategia di fund raising che tenga conto in modo specifico delle caratteristiche di un'organizzazione e del suo ambiente di riferimento. Al centro degli insegnamenti c'è la teoria del successo del fund raising e la sua applicazione al contesto delle organizzazioni di riferimento dei partecipanti. Pertanto il corso si configura come un laboratorio, anche con l'ausilio di materiale didattico che facilita l'applicazione dei principi nella realtà concreta, al termine del quale i partecipanti avranno elaborato un piano strategico di fund raising: per definire traguardi economici da raggiungere in ciascun mercato e le relative modalità di raccolta; per potenziare la propria capacità di fund raising lavorando sull'innovazione e il miglioramento dell'organizzazione.

Programma del corso

INTRODUZIONE AL FUND RAISING

Cosa è il fund raising. Le sfide del fund raising. Il ciclo del fund raising. Statement e posizionamento strategico. Elaborazione del documento di presentazione della buona causa. Le attività di analisi della organizzazione e dell'ambiente di riferimento. Esercitazione: individuazione dei punti di forza per il fund raising. Individuazione dei target di fund raising. Esercitazione: individuazione dei target di fund raising. I mercati del fund raising: persone fisiche, persone giuridiche, fondazioni.

LE PRINCIPALI MODALITÀ DI RACCOLTA DI FONDI: LE DONAZIONI

Introduzione al mercato delle donazioni in Italia: dati e tendenze. Le caratteristiche qualificanti della raccolta fondi da individui. L'approccio del marketing alla definizione degli strumenti di fund raising. La raccolta tramite mailing e altre forme analoghe. La raccolta tramite contatto diretto. L'organizzazione di eventi di fund raising. Altre modalità di raccolta. Ideare e progettare un'iniziativa di raccolta fondi da individui: target, scambio, modalità di contatto, obiettivi economici. Elaborazione di una prima campagna di raccolta fondi.

LE PRINCIPALI MODALITÀ DI RACCOLTA FONDI: CORPORATE FUND

RAISING E FONDAZIONI FILANTROPICHE

Comprendere le motivazioni del corporate fund raising. Le modalità di fund raising verso le aziende: sponsorizzazioni, donazioni, investimenti sociali. Individuare il link tra organizzazione e azienda. Come individuare le aziende da contattare. Elaborare la proposta/progetto da finanziare. Elaborazione di un'idea progettuale di corporate fund raising.

PROGETTARE UNA STRATEGIA DI FUND RAISING

Le caratteristiche di una strategia di fund raising e gli strumenti necessari. In questa parte verrà anche spiegata la teoria del successo del fund raising che è alla base della costruzione di un modello di fund raising specifico per la organizzazione. Il problem setting: la definizione del fabbisogno economico e non economico della organizzazione e delle sue iniziative che rappresenta anche il traguardo principale per il quale si elabora una strategia. Analisi del progetto generale della organizzazione verificando la congruità tra questo e le risorse economiche attese dal fund raising. L'analisi per individuare le differenti opzioni utili a raggiungere gli obiettivi di fund raising. L'analisi riguarderà l'organizzazione (in termini di punti di forza e di debolezza) e l'ambiente di riferimento (in termini

di opportunità e minacce), offrendo strumenti operativi per gestire i sistemi informativi

LA PIANIFICAZIONE OPERATIVA DI UNA STRATEGIA DI FUND RAISING

La scelta delle differenti opzioni di fund raising che si presentano all'organizzazione sia sul piano dei target di potenziali finanziatori e delle diverse modalità di comunicazione e di raccolta nei loro confronti, sia sul piano del miglioramento della comunicazione, delle relazioni, del networking, del management e di tutti quegli aspetti dell'organizzazione che vanno potenziati per raggiungere gli obiettivi di fund raising. Le fasi del processo decisionale e gli strumenti metodologici che possono supportare e facilitare la presa di decisioni (problem solving). La pianificazione operativa necessaria ad implementare la strategia puntando sulla strutturazione di un buon sistema di controllo in corso d'opera e finale che permetta di guidare verso i traguardi la strategia anche apportando in tempo reale opportune correzioni di rotta.

IL MANAGEMENT E LA VALUTAZIONE DEL FUND RAISING

Principi di pianificazione del fund raising. Start up e Governance del fund raising. Valutare i risultati e capitalizzare i successi.

DESTINATARI

Il corso è rivolto non solo al mondo non profit ma anche a quel crescente numero di operatori culturali, dei servizi e delle aziende che devono realizzare progetti sociali e per la collettività dovendo reperire le risorse economiche necessarie a sostenerli.

REQUISITI D'INGRESSO

Maggiore età e assolvimento dell'obbligo scolastico.

DURATA E ARTICOLAZIONE

40 ore suddivise, il venerdì dalle dalle ore 14.30 alle ore 18.30 (dal 15/01/2010 al 19/03/2010).

NUMERO PARTECIPANTI

Minimo 10, massimo 15.

SERVIZI AGGIUNTIVI

A tutti gli allievi partecipanti al percorso formativo verrà offerta la possibilità di avere due colloqui di orientamento: uno iniziale volto a verificare la rispondenza del percorso formativo alle proprie attese personali e professionali, uno finale volto alla riflessione e valorizzazione delle proprie risorse ed attitudini personali.

COSTO

Il costo complessivo del corso è di euro 800,00. E' possibile iscriversi versando la quota di iscrizione di euro 200,00 e saldando il resto della quota attraverso tre rate mensili di euro 200,00 l'una.

INFORMAZIONI

Per informazioni o per prendere un appuntamento contattare la dott.sa Valentina Lingria v.lingria@csltoscana.net

Metodologie didattiche utilizzate

Il corso è strutturato come un itinerario fortemente interattivo attraverso il quale il partecipante è invitato a elaborare e pianificare una o più attività di fund raising per una organizzazione (la propria, se appartiene a una organizzazione, o quella di altri partecipanti al corso). La classe è organizzata come un gruppo di lavoro che svolge in maniera guidata un brainstorming avanzato che permette ai partecipanti di trarre il massimo profitto dalla forte interazione con i docenti e con i propri colleghi. Esso rappresenta quindi anche un'esemplificazione delle modalità professionali di lavoro per il fund raising strategico. Questo metodo permette di utilizzare una didattica sperimentale che favorisce non solo la conoscenza dei principi teorici e delle tecniche ma anche la capacità di applicarle in un contesto reale.

Attestazione rilasciata

Verrà rilasciato un attestato di frequenza a tutti gli allievi che avranno frequentato almeno il 70% delle ore previste. Tale attestato conterrà il dettaglio delle conoscenze, delle competenze e delle abilità acquisite durante il corso di formazione, in modo da rendere al meglio spendibile l'attestazione sul mercato del lavoro.

CHIEDI UN FINANZIAMENTO

Il corso è stato approvato dalla Provincia di Firenze e pertanto potrebbe essere finanziato dalla Provincia stessa richiedendo un voucher formativo individuale. Siamo a disposizione per maggiori informazioni e per aiutarvi nella compilazione delle pratiche per la richiesta del finanziamento.