

Raccolta fondi. In tempi di crisi il contatto diretto è ancora più importante

# Salvagente «face to face» per le risorse a rischio

«Fondamentale evitare abbandoni puntando sulla fidelizzazione»

A CURA DI  
**Michela Finizio**

Il terzo settore torna nelle piazze e rilancia il "face to face". La crisi economica spinge i fundraiser a ritrovare il contatto diretto, l'interazione, con i propri donatori. Diventa ancor più importante evitare gli abbandoni e puntare alla fidelizzazione.

Acquisire nuovi sostenitori, infatti, costa di più e le campagne di acquisizione non offrono garanzie. «Le iniziative in questo senso sono troppo rischiose - afferma Francesco Quistelli, fundraiser di Coopi -. È bene dilazionare o posticipare le campagne di acquisizione su larga scala, per potersi concentrare invece sui sostenitori regolari, già presenti nel database dell'organizzazione».

Ecco che il face to face (in

piazza, per telefono oppure sul web, attraverso il direct mailing o il social networking) torna alla ribalta come una delle soluzioni centrali in tempo di crisi per incontrare i propri donatori, intercettando con il minimo sforzo la platea più ampia. «Il banchetto, la cena o l'evento di beneficenza non sono mai scomparsi - spiega Paolo Ferrara, responsabile della comunicazione di Terre des Hommes Italia - e oggi si rivelano particolarmente efficaci. Richiedono sicuramente un grande impegno di risorse fisiche, in termini di tempo, ma vengono affidati per lo più alla disponibilità dei volontari».

Al contatto diretto, poi, va affiancata una serie di iniziative che permettano di incrementare il grado di coinvolgimento del donatore e, quindi, la sua fidelizzazione. «È importante che, in questo momento, il sostenitore riceva del materiale che non si aspettava di ricevere - continua il fundraiser di Tdh Italia -. Si tratta di "coccolarlo" e riuscire a coinvolgerlo di più nelle attività dirette dell'organizzazione. Proprio in un momento di crisi, bisogna cogliere

l'occasione per rimotivare il donatore, mostrandogli una "giusta" ragione per continuare a sostenere l'organizzazione». Come si può raggiungere questo scopo? «Attraverso una maggiore informazione sui progetti, attivando una linea telefonica, incentivando il coinvolgimento sul territorio e soprattutto le forme di interazione diretta. Noi, ad esempio, con il notiziario abbiamo mandato a tutti gli iscritti il bilancio dell'organizzazione e, per Natale, invieremo ai nostri donatori un dvd con alcuni video che raccontano quello che stiamo facendo».

Attestati di fedeltà, contenuti extra allegati alla newsletter (reportage sui progetti, video "emozionali", testimonianze eccetera), sono tutti strumenti utili per rafforzare il rapporto con i propri sostenitori.

Un'altra osservazione: non è tempo per sperimentare nuove tecniche di fundraising. Se, per fare un esempio, l'80% dei donatori di un'organizzazione resta legato al bollettino postale è troppo rischioso, in questo momento, puntare su altri canali, come internet o i pagamenti tramite carta di credito. «Quando

si conosce bene uno strumento è bene continuare a usarlo, lavorando sulle tecniche con cui ci si sente più sicuri, senza cambiare strada - afferma Daniele Fusi del Cesvi -. In questa fase è necessario ottimizzare».

L'importante, comunque, è conoscere al meglio i propri donatori regolari, le loro abitudini e le modalità preferite. Bisogna andare loro incontro, esaminando il tipo di rapporto che ciascuno vuole intrattenere con l'organizzazione.

«Vale la pena - conclude Fusi - di condurre periodicamente sondaggi per analizzare il proprio target e personalizzare i messaggi in base alle diverse tipologie di destinatari. È utile, infine, rendere più frequenti i controlli di gestione, magari da semestrali a trimestrali, in modo tale da tarare periodicamente le politiche in base alle entrate, prevedendo anche le exit strategy in caso di emergenza».

 [volontariato@ilssole24ore.com](mailto:volontariato@ilssole24ore.com)

L'indirizzo per le vostre segnalazioni. Gli appuntamenti per l'agenda devono pervenire entro il martedì precedente la data di pubblicazione

## Siti e blog utili

[www.recessionwatch.blogspot.com](http://www.recessionwatch.blogspot.com)

Il blog dell'International fundraising congress sulla crisi

[www.fundraising.co.uk](http://www.fundraising.co.uk)

Il dibattito dei fundraiser inglesi sull'impatto della crisi

[blog.missionresearch.com](http://blog.missionresearch.com)

L'intervento di Ruthellen S.

Rubin di Developnp

[www.nonprofitmarketingblog.com](http://www.nonprofitmarketingblog.com)

L'intervento di Katya Andresen di Network for Good

[quistelliblog.wordpress.com](http://quistelliblog.wordpress.com)

Francesco Quistelli di Coopi ha lanciato per primo il dibattito sui blog italiani

