

Implementazione di un’azione di fundraising presso i donatori

**Strumenti e consigli**

# INTRODUZIONE

Il materiale formativo include:

* Un elenco di strumenti per il fundraising digitale che fornisca una buona panoramica agli operatori delle piccole ONG consentendo loro di valutare caso per caso pro e contro di ciascuno strumento.
* Una serie di testi di esempio per una buona comunicazione con il target di destinazione del fundraising (es. e-mail di ringraziamento, post sui social media, etc.)
* Un modello di pianificazione di un fundraising completo degli aspetti essenziali

# strumenti per il fundraising digitale

1. **Civi CRM**

CRM (acronimo che sta per *constituent relationship management*) è un software open source che consente e agevola la gestione di eventi, fornisce un database per le donazioni/pagamenti, nonché una piattaforma di gestione dei volontari e altro ancora, progettato per enti di beneficenza e no profit.

**Cosa può fare:**

\*Gestione dei contatti: i contatti possono essere archiviati e catalogati in base a criteri come ruolo/priorità etc.

\*Gestione delle iscrizioni: consente agli utenti di iscriversi, effettuare un pagamento online e ricevere un promemoria per il rinnovo

\*Integrazione della contabilità: il software tiene conto delle donazioni ricevute e consente poi di esportarne eventuali dati

\*Gestione eventi: fornisce un modulo di iscrizione ai singoli eventi e tiene traccia delle registrazioni

\*E-mail marketing: fornisce la possibilità di creare modelli personalizzati di e-mail e ne monitora le statistiche

\*Campagne promozionali: consente alle no-profit di creare petizioni online e promuoverle

\*Fundraising P2P: consente agli iscritti di creare campagne di fundraising peer-to-peer

\*Report — CiviReport: fornisce 40 modelli di report per valutare l’impatto delle attività

**Pro:**

\*CiviCRM presenta numerose funzioni e può essere personalizzato per soddisfare le esigenze della tua organizzazione no profit

\*Ti consente di salvare i contatti con un numero illimitato di campi personalizzati, nonché di tenere traccia dei sostenitori e prendere nota di eventuali comunicazioni

\* Ti consente di associare facilmente le donazioni effettuate al contatto, così da poterlo ringraziare da subito

\*Ti consente di inviare promemoria ai tuoi sostenitori per gli eventi

\*Incoraggia i sostenitori a donare mettendo a disposizione una pagina per il monitoraggio trasparente della campagna

**Contro:**

\*È necessario avere una buona conoscenza tecnica o da programmatore per installare e utilizzare il software CRM

\*Alcune organizzazioni si avvalgono di esperti per gestire e personalizzare il sistema, che può essere più costoso rispetto all'utilizzo di altri CRM a pagamento o gratuiti

\*È difficile padroneggiare tutte le funzionalità a causa della sua ampiezza e complessità

\*Secondo alcuni utenti, il carattere e alcune formattazioni non sono intuitive

\*Devi fare affidamento su reti e forum (o sul tuo consulente esperto) per eventuali problematiche

**Costi**:

\* CiviCRM è un sistema open source e gratuito; tuttavia, è necessario l'hosting per sfruttare a pieno le sue funzionalità. Le organizzazioni con capacità tecniche interne limitate dovranno probabilmente pagare per l'hosting e un esperto per configurare e mantenere il sistema.

1. **Donor Perfect**

Si tratta di un sistema di fundraising e CRM che fornisce gli strumenti per comunicare, monitorare e gestire le campagne in modo da poter raccogliere più fondi per la tua missione.

**Cosa può fare:**

* Gestione dei donatori: ti consente di salvare i contatti dei donatori in modelli predefiniti o personalizzabili al fine di risparmiare risorse di tempo e spazio
* Gestione delle iscrizioni: tiene traccia degli iscritti, delle scadenze e ti consente di inviare promemoria per il rinnovo
* Gestione dei volontari: ti consente di tenere traccia degli incarichi affidati ai volontari, delle competenze, della disponibilità, delle certificazioni e altro
* Invio e-mail personalizzate: ti consente di monitorare e gestire comunicazioni personalizzate via e-mail
* Gestione dei contatti: ti consente di gestire e programmare attività, riunioni, chiamate o appuntamenti
* Gestione degli eventi: consente di tenere traccia dei dettagli e delle spese relative ad eventi di fundraising
* Elaborazione delle donazioni: tiene traccia delle donazioni effettuate e consente di profilare con i donatori

**Pro:**

* È integrabile con Microsoft Word ed Excel, il che facilita la formattazione dei report
* La funzione SmartGive agevola il sistema di pagamento: in pochi clic è possibile donare in modo rapido e sicuro tramite una pagina precompilata con i dati del donatore
* Ti consente di produrre facilmente ricevute e documenti fiscali per i donatori
* Consente agli utenti un fundraising peer-to-peer
* Facile da integrare con Quickbooks o altre soluzioni di terze parti.

**Contro:**

* L'ampiezza delle funzionalità rende il sistema difficile da padroneggiare
* Alcune funzionalità essenziali non sono comprese nel pacchetto base; i componenti aggiuntivi possono diventare costosi
* I contatti possono essere duplicati, il che può essere fonte di confusione

**Costi delle versioni:**

* Lite: $89 al mese
* Express: $159 al mese
* Essentials: $269 al mese
* Premier: $459 al mese
* Enterprise: $799 al mese

1. **GiveGab**

GiveGab è una piattaforma agile appositamente studiata per le no-profit e la gestione degli aspetti relazionali con i donatori.

**Cosa può fare:**

* Ti consente di raggruppare volontari e donatori in un'unica piattaforma
* Gestione dei volontari: ti consente di tenere traccia delle ore di volontariato e monitora il reclutamento dei volontari
* CRM donatori: il database ti consente di gestire i dati dei sostenitori.

**Pro:**

* Ti consente di creare campagne di crowdfunding coinvolgendo i tuoi migliori volontari, donatori o altri sostenitori i quali possono a loro volta creare altre “mini-campagne”
* Consente di gestire campagne di fundraising online
* Promuove occasioni speciali quali “Giving Days”
* Consente di gestire facilmente la comunicazione via social media
* Consente di gestire aspetti degli eventi di fundraising (registrazioni, pagamenti, etc.)
* Consente di gestire e monitorare le attività dei volontari

**Contro:**

* Secondo alcuni utenti il software dispone di troppe funzionalità da riuscire a padroneggiarle tutte
* La no-profit paga di più per l’utilizzo della piattaforma se la campagna ha un buon successo.

**Costi:**

* Versione base — Gratuito + 7% di commissioni sulla piattaforma + commissioni carta di credito (2.9%)
* Fundraising—$49 al mese (sottoscrizione annua obbligatoria) + 4% di commissioni sulla piattaforma + commissioni carta di credito (2.9%)
* Fundraising & Gestione dei donatori (CRM) — $199 al mese (sottoscrizione annua obbligatoria) + 2% di commissioni sulla piattaforma + commissioni carta di credito
* Ha anche offerte personalizzate a seconda delle opzioni che si scelgono
* #GivingTuesday — 0% commissioni sulla piattaforma — GiveGab rinuncia alle commissioni in caso di #GivingTuesday

1. **Hubspot CRM**

Si tratta di uno strumento di gestione delle relazioni con i clienti che ti consente di organizzare e monitorare i tuoi donatori attuali e potenziali. È progettato per le aziende a scopo di lucro, è vantaggioso per la potenza, la flessibilità, la gratuità.

**Cosa può fare:**

* Ti consente di salvare in memoria fino a 1.000.000 di contatti senza data di scadenza
* Ti consente di gestire la tua pipeline (software di integrazione dei dati) e l'intero database dei contatti
* Può monitorare automaticamente le interazioni con i donatori, che siano in un'e-mail, sui social media o durante una chiamata
* Consente di effettuare telefonate dall'interno del CRM.

**Pro:**

* Ti fornisce un foglio di calcolo molto buono per il monitoraggio
* Presenta un sistema di navigazione agevole
* Consente all’intero team di condividere e modificare informazioni e documenti
* Consente un facile monitoraggio dei donatori
* È sincronizzabile con Gmail o Outlook
* Consente di preparare una scheda su un singolo donatore
* Consente di registrare e organizzare le comunicazioni
* Presenta strumenti di pianificazione e calendarizzazione

**Contro:**

* Non consente di creare o esportare report personalizzati
* Alcune funzionalità avanzate richiedono l'integrazione con altri servizi che possono essere o meno gratuiti
* Può richiedere diverso tempo per la configurazione di tutte le funzionalità
* Numero eccessivo di funzionalità

**Costi:**

* Hubspot CRM è “gratuito per sempre.” Finché non hai bisogno di funzionalità aggiuntive, non ci sono costi per utilizzare il servizio
* Prevede integrazioni con Hubspot Sales e Hubspot Marketing—il che ne potenzia le funzionalità—richiedendo una quota di sottoscrizione

5) **Insightly**

Insightly è uno strumento di gestione delle relazioni con i clienti (CRM) che ti consente di organizzare e monitorare i tuoi donatori attuali e potenziali, pianificare e implementare progetti in programma.

**Cosa può fare:**

* Ti consente di tenere traccia delle relazioni con gli utenti/clienti tramite l’utilizzo di un motore grafico di ricerca
* Consente di inviare messaggi direttamente dal CRM
* Consente di creare attività ricorrenti e pianificare gli appuntamenti

**Pro:**

* Acquisizione automatizzata di potenziali donatori
* Include strumenti di automazione del flusso di lavoro per la gestione dei progetti
* Visualizzazione della pipeline per monitorare la cronologia delle interazioni con un particolare donatore
* Consente di inviare e-mail automaticamente e tenerne traccia
* Si sincronizza facilmente con MailChimp
* Report personalizzati per ogni tipo di versione software
* Si collega agli strumenti e alle app che già utilizzi
* Contiene un servizio di gestione dei file per l'archiviazione dei documenti
* Sincronizzazione del calendario
* Crittografia disponibile per salvaguardare i dati sensibili
* Il sistema ti consente di impostare autorizzazioni basate su ruoli e profili all'interno del tuo team
* Si integra facilmente con Google e Microsoft
* Si integra facilmente con i sistemi di contabilità come Quickbooks

**Contro:**

* La versione base gratuita consente di salvare solo fino 2.500 contatti e dispone di soli 2 campi del database personalizzabili e 10 email multiple al giorno
* Alcuni utenti segnalano che per trovare i contatti, occorre cercarli esattamente per come sono stati inseriti nel sistema

**Costi:**

* Gratuito — Fino a 2 utenti
* Basic — $12 per utente/al mese (sottoscrizione annua); $15 per utente/al mese (sottoscrizione mensile)
* Plus — $29 per utente/al mese (sottoscrizione annua); $35 per utente/al mese (sottoscrizione mensile)
* Professional — $49 per utente/al mese (sottoscrizione annua); $59 per utente/al mese (sottoscrizione mensile)
* Enterprise — $99 per utente/al mese (sottoscrizione annua); $129 per utente/al mese (sottoscrizione mensile)
* **Sconto per NoProfit:** Le organizzazioni no-profit possono ottenere uno sconto del 50% su tutti i piani a pagamento (dopo la verifica del supporto Insightly)

# QUALCHE ESEMPIO PER UNA BUONA COMUNICAZIONE CON I DONATORI

È bene che una no-profit tenga in considerazione una serie di possibili modalità comunicative per migliorare il rapporto con i potenziali donatori e quelli già acquisiti.

LETTERE DI RINGRAZIAMENTO

Una lettera apposita resta una delle modalità più classiche nonché più efficaci per esprimere la propria gratitudine. Un messaggio di ringraziamento esprime apprezzamento e contribuisce a rendere più solida la relazione con il destinatario. Tanto migliore ed efficace sarà la lettera di ringraziamento, tanto ciò contribuirà anche a migliorare la competitività dell’organizzazione nel mercato del fundraising.

Cosa è bene tenere presente nella stesura di una lettera di ringraziamento?

1) **Tempestività**: gli esperti in materia di fundraising consigliano di inviare una lettera di ringraziamento, indipendentemente dal fatto che i destinatari siano donatori per la prima volta o da molto tempo, entro 48-72 ore dalla ricezione della donazione. I tempi possono variare, ma il donatore dovrebbe comunque ricordarsi di aver fatto quella donazione quando riceve il ringraziamento. Un grazie che arriva tre mesi dopo servirà a poco.

2) **Accuratezza**: il nome e l'indirizzo del donatore sono corretti? Hai usato il titolo onorifico giusto, come Sig., Sig.ra, Dott. Dott.ssa, etc.? L'ortografia e la grammatica sono corrette? La formattazione scelta facilita la lettura? Se lo ritieni appropriato, dai del tu al donatore salutandolo per nome per una maggiore personalizzazione.

3) **Deve consentire al donatore di percepire da subito l'effetto della donazione**: potresti includere una storia di chi o quale situazione trarrà vantaggio dalla donazione, o riportare una testimonianza. In questo modo il donatore potrà valutare l’impatto del proprio contributo.

4) **Percezione dell’efficienza dei programmi e dei servizi**: includi un paragrafo sulla tua missione e alcune statistiche sui tuoi risultati. Sii chiaro e conciso. La lettera deve parlare alla parte emozionale del donatore più che alla sua razionalità. Includi solo dati numerici sufficienti per dimostrare che mantieni ciò che prometti.

5) **Usa il "tu" più spesso di "noi" o "io**": il focus deve concentrarsi sul donatore, non sull’organizzazione. Usa frasi come “grazie a te”, etc. Fai percepire il suo contributo come determinante per la riuscita della buona causa.

6) **Includere l'importo donato e informazioni fiscali**: l'intero importo donato è deducibile dalle tasse o solo una parte? Accertati di riferire questa informazione nel corpo mail o alla fine. Fai sempre riferimento all’importo preciso: "Grazie per la tua donazione di € 200". La menzione del contributo donato serve come conferma dell'importo e come promemoria per il donatore.

7) **Firma di un responsabile**: la persona che appone la firma potrebbe essere un membro del consiglio di amministrazione, il direttore esecutivo, un volontario o un beneficiario della donazione. In genere a firmare è un responsabile dell’organizzazione, tuttavia talune lettere di ringraziamento riportano la firma di chi ha beneficiato di quel contributo (es.: uno studente che riceve una borsa di studio, etc.)

8) **Postscriptum**: le persone tendono a far molto caso al p.s. Ripeti qui un'informazione importante e rinnova la tua gratitudine. Se appropriato, chiedi alla persona che firma la lettera di aggiungere un postscriptum di proprio pugno come ulteriore ringraziamento o come riferimento a qualcosa di personale.

9) **Evitare genericità o standardizzazioni**: Sarebbe consigliabile che una lettera di ringraziamento non sia né generica, né preimpostata. Se possibile, sarebbe meglio personalizzare ogni singola lettera o di ringraziamento.

Di seguito un modello di lettera di ringraziamento:

|  |
| --- |
| Nome no-profit  Indirizzo sede legale • Numero di telefono • Indirizzo e-mail  Data …../…../……….  Nome del donatore  Indirizzo del donatore  Caro/a/Gentile… xxxxx (Nome del donatore),  Grazie a te, xxxxxxx (cosa è stato fatto con la donazione, chi ha beneficiato della donazione, cosa è cambiato con quella donazione)  Grazie per la tua generosa donazione di € xxx (importo) a xxxx (nome organizzazione). Grazie per la tua disponibilità ad aiutare xxxxx. (beneficiario finale o area di impiego della donazione)  Grazie a te, abbiamo fornito xxxxx (Quante persone e come vengono aiutate in totale)  La tua donazione aiuterà ad acquistare xxxxx (se hai acquistato qualcosa con la donazione, specifica cosa hai acquistato e in quale quantità)  Includere qui alcune informazioni e aggiornamenti sulla campagna e sui suoi obiettivi.  Ci piacerebbe consegnarti un xxxx (omaggio)  xxxxx, il nostro direttore dello sviluppo, è sempre disponibile per organizzare una visita per te o per rispondere a qualsiasi domanda tu possa avere. Non esitare a chiamarlo o a chiamarlo al xxx (numero di contatto), o a inviare un'e-mail a xxxx (indirizzo e-mail)  Ci piacerebbe tenerti aggiornato con le nostre e-mail e newsletter. Puoi iscriverti tramite il nostro sito, xxxx (sito web dell’organizzazione)  Ancora una volta, grazie per tutto quello che fai per xxx (Soggetto donazione).  Cordiali saluti,  xxxxxxxxx  Direttore esecutivo  P.S. xxxx (commenti e ringraziamenti ulteriori) |

**E-MAIL DI RINGRAZIAMENTO**

Con l’aumento delle donazioni online, aumenta di conseguenza la tendenza a ringraziare via e-mail. Bisogna pertanto tenere presente una e-mail di ringraziamento richiede per certi versi una cura se vogliamo maggiore della classica lettera cartacea, dal momento che dovrebbe spiccare su un traffico abbastanza numeroso di altre e-mail e spam.

Inoltre, i ringraziamenti non dovrebbero essere corrisposti esclusivamente rispetto a una donazione, ma anche per la partecipazione a un evento, a un sondaggio o all’attività di volontariato.

**Il donatore è il protagonista indiscusso:** Usa la parola “TU” più volte che puoi, non tanto o solo nel senso colloquiale del termine, ma nel senso di porre al centro dell’attenzione non la tua organizzazione o il tuo lavoro, ma proprio la persona alla quale ti rivolgi.

**Comunica al donatore cosa è cambiato grazie alla sua donazione e sii specifico:** La specificità si estende anche alla condivisione del numero di persone che hanno attivamente partecipato al fundraising e del numero di persone che hanno donato. Questo crea una sensazione di appartenenza a un gruppo di persone molto speciale e sottolinea il fattore di amplificazione del contributo di ciascuno.

**Mostra una foto che scaldi il cuore:** non essendo richieste particolari competenze tecniche per aggiungere un’immagine a un’e-mail di ringraziamento, non ci sono scuse per non farlo. Assicurati che l'immagine ritragga una persona (o un animale se questo è il tuo obiettivo), che sia ben inquadrata e di grandi dimensioni. Potresti anche includere un video, immediato ed efficace, purché si concentri su qualcuno che beneficia della generosità del donatore. Rendi il video accessibile dall'interno del messaggio di ringraziamento, senza che si aprano altre finestre esterne. Chiaramente un’immagine o un video rappresentano messaggi più emozionali che non un’infografica, specie se si tratta di ringraziare.

**Includi un link a ulteriori informazioni:** concentrati sul mantenere il ringraziamento il più diretto e sincero possibile, ma fornisci al donatore un modo per tornare alla tua home page o a qualche altra pagina di destinazione per altre call to action.

Di seguito un modello esemplificativo per un’e-mail di ringraziamento:

|  |
| --- |
| Oggetto della mail: "Grazie per la tua recente donazione!"  Caro/a [Nome],  Grazie per la tua donazione di €\_\_\_. xxxxx (Come hai speso la donazione?) Grazie!  Questo tuo semplice gesto ha aiutato xxxxx (Chi hai aiutato con la donazione?)  Un messaggio dal beneficiario  Grazie ancora per la tua risposta rapida e generosa che ha ci ha consentito di xxxx (attività svolte)  Grazie per la tua donazione di €\_\_\_\_ a xxxx (nome dell'organizzazione o della piccola ong). Sono le donazioni come la tua che ci consentono di xxxxx (attività in corso)  Con il tuo aiuto, raggiungeremo ancora più xxxxxxx in tutto il mondo quest'anno.  Di seguito è riportato un riepilogo tecnico della tua donazione. Puoi anche accedere a una ricevuta online cliccando su questo link: xxxxxx  Importo: € xxxx  Metodo di pagamento: Carta di credito Mastercard, \*\*\*\*\*\*\*\*\*\*\*  Data: ..…/…./……  Luogo/Organizzazione: xxxx  Grazie per questo tuo piccolo grande gesto  Cordiali saluti,  xxxxxxxx, Presidente |

# MODELLO DI PIANIFICAZIONE DEL FUNDRAISING

Vedi Unità 1 per consultare un modello di pianificazione del fundraising

# ESEMPIO testo di conformità al GDPR + COOKIE + PRIVACY (modificabile)

Quali sono i principi base che regolano la tutela della riservatezza dei dati personali?

Ci sono sei principi al quali le no profit e gli enti di beneficenza sono tenuti a conformarsi in materia di trattamento dei dati personali. Questi principi sono enunciati nel DPA del 2018 (Data Processing Agreement, Accordo per il trattamento dei dati personali) e riassunti di seguito:

1. I dati personali vanno trattati in modo corretto, lecito e trasparente. Questo significa due cose:

**»** In capo all’organizzazione sussiste un obbligo di riferire come e a quale scopo saranno trattati i dati forniti.

**»** esplicitare il criterio legale che fonda il trattamento dei dati (un legittimo interesse e/o il consenso dell’interessato).

2. I dati personali devono essere acquisiti per una finalità chiara e precisa. Lo scopo del trattamento dei dati non può essere successivamente modificato rispetto a quanto già comunicato.

3. I dati personali raccolti devono essere adeguati, pertinenti e non eccessivi. L’ong è tenuta a non raccogliere o richiedere dati superflui rispetto a quelli strettamente necessari allo scopo da perseguire.

4. I dati personali raccolti devono essere accurati e aggiornati.

5. I dati personali devono essere conservati non più a lungo del necessario. Le ong e gli enti di beneficenza sono tenuti alla rimozione dei dati una volta esaurito lo scopo del trattamento e della conservazione.

6. I dati personali devono essere tenuti al sicuro. Le ong sono tenute ad attuare le misure di sicurezza più adeguate alla tutela dei dati.

Di seguito qualche modello riguardo le policy della privacy e dei cookie dei siti web.

|  |
| --- |
| **MODELLO D’INFORMATIVA SULLA PRIVACY**  **Informativa sulla Privacy**  Ultimo aggiornamento: (aggiungere data)  La mia organizzazione (o altro…) (oppure usa il "noi" o "nostro") gestisce http://www.mysite.com (inserire indirizzo sito web)  Questa pagina ha il fine di informarti riguardo la nostra policy per la raccolta e il trattamento delle informazioni personali.  Utilizziamo le tue informazioni personali al fine di migliorare il sito. Navigando su questo sito, esprimerai il tuo consenso alla raccolta e all’utilizzo dei dati forniti in conformità a questa informativa.  **Raccolta e utilizzo dei dati personali**  Durante l'utilizzo del nostro sito, potremmo chiederti di fornirci alcune informazioni di identificazione personale che possono essere utilizzati per contattarti o identificarti. Le informazioni di identificazione personale possono includere anche il tuo nome.  **Registrazione dei dati**  Come molti operatori di siti, raccogliamo informazioni che il tuo browser invia ogni volta che visiti il nostro sito.  ("Dati di registro").  Questi dati di registro possono includere informazioni quali l'indirizzo del protocollo Internet ("IP") del computer, il tipo di browser, la versione del browser, le pagine del nostro sito che visiti, l'ora e la data della tua visita, il tempo trascorso su quelle pagine e altre statistiche.  Inoltre, potremmo utilizzare servizi di terze parti come Google Analytics che raccolgono, monitorano e analizzano i dati forniti durante la tua navigazione.  Questa sezione - Dati di registro - è per le aziende che utilizzano servizi di analisi o monitoraggio nei siti Web o applicazioni, come Google Analytics.  **Comunicazioni**  Potremmo utilizzare le tue informazioni personali per contattarti con newsletter a fini di marketing o promozionali dei nostri servizi.  La sezione Comunicazioni è per le aziende che possono contattare gli utenti via e-mail.    **Cookie**  I cookie sono file contenenti piccole quantità di dati, che possono includere un identificatore univoco anonimo.  I cookie vengono inviati al tuo browser da un sito web e memorizzati sul disco rigido del tuo computer.  Come molti siti, utilizziamo i "cookie" per raccogliere informazioni. Puoi indicare al tuo browser in modo da rifiutare tutti i cookie o per indicare quando viene inviato un cookie. Tuttavia, se non accetti i cookie, potresti non essere in grado di utilizzare alcune parti del nostro Sito.  **Sicurezza**  La sicurezza delle tue informazioni personali è importante per noi, ma ricorda che nessuna navigazione sul web, o metodo di archiviazione elettronica, è sicura al 100%. Utilizziamo mezzi commercialmente noti per proteggere le tue informazioni, tuttavia non possiamo garantire una sicurezza fuori da ogni rischio.  **Modifiche alla presente Informativa sulla privacy**  La presente Informativa sulla privacy è in vigore a partire da (aggiungere data) e rimarrà in vigore fino a successive modifiche, che entreranno in vigore immediatamente dopo essere state pubblicate su questo pagina.  Ci riserviamo il diritto di aggiornare o modificare la nostra Informativa sulla privacy in qualsiasi momento e di renderla sempre disponibile alla consultazione.  L'uso continuato del Servizio dopo la pubblicazione di eventuali modifiche all'informativa sulla privacy in questa pagina costituisce implicito riconoscimento delle modifiche apportate e consenso alle nuove disposizioni.  Se apportiamo modifiche sostanziali alla presente Informativa sulla privacy, ti informeremo tramite e-mail sull’indirizzo che ci hai fornito o inserendo un avviso ben visibile sul nostro sito web.  **Contattaci**  Per qualsiasi ulteriore informazione e chiarimento riguardo questa informativa, ti preghiamo di contattarci. |

|  |
| --- |
| **MODELLO D’INFORMATIVA SULLA GESTIONE DEI COOKIE**  Ultimo aggiornamento [giorno, mese, anno]  INTRODUZIONE  Ti informiamo che [Nome dell'organizzazione] ("noi" o "ci" o "nostro") può utilizzare cookie, web beacon, pixel di tracciamento e altre tecnologie di tracciamento quando si visita il nostro sito Web [Nome del sito Web.com], incluso qualsiasi altro modulo multimediale, canale multimediale, sito web mobile o applicazione mobile ad esso correlata o collegata (collettivamente, il "Sito") al fine di migliorare la tua esperienza di navigazione sul nostro sito.  Ci riserviamo il diritto di apportare modifiche alla presente Informativa sulla Gestione dei Cookie in qualsiasi momento e per qualsiasi motivo. Ti avviseremo di eventuali modifiche aggiornando la data relativa all’"Ultimo aggiornamento" della presente Informativa. Eventuali cambiamenti o modifiche diventeranno efficaci immediatamente dopo la pubblicazione dell’Informativa sulla Gestione dei Cookie così come aggiornata sul Sito. L'utente rinuncia al diritto di ricevere specifica comunicazione di ciascuna di tali modifiche o modifiche.  Ti invitiamo a rivedere periodicamente questa Informativa per restare informato sugli aggiornamenti. L’utilizzo continuato del sito dopo la data di pubblicazione degli aggiornamenti equivarrà a implicito consenso informato alla navigazione.  GESTIONE DEI COOKIE  Un "cookie" è una stringa di informazioni che ti assegna un identificatore univoco che memorizziamo sul tuo computer. Il tuo browser fornisce quindi quell'identificatore univoco da utilizzare ogni volta che invii una query al sito (ossia ogni qualvolta navighi interrogando il nostro database al fine di soddisfare il tuo criterio di ricerca). Utilizziamo i cookie sul Sito, tra le altre cose, per tenere traccia dei servizi che hai utilizzato, registrare le informazioni di registrazione, registrare le tue preferenze utente, tenerti connesso al Sito, facilitare le procedure di acquisto e tenere traccia delle pagine che visiti. I cookie ci aiutano a capire come viene utilizzato il sito e migliorano la tua esperienza utente.  TIPOLOGIE DI COOKIE  Potrebbero essere utilizzate le seguenti tipologie di cookie quando navighi sul nostro sito:  Cookie pubblicitari  I cookie pubblicitari vengono inseriti nel tuo computer da inserzionisti e server pubblicitari al fine di visualizzare annunci pubblicitari che presentano maggiori probabilità di interessarti. Questi cookie consentono agli inserzionisti e agli “ad-server” di raccogliere informazioni sulle tue visite al Sito e ad altri siti Web, alternare gli annunci inviati a un computer specifico e tenere traccia della frequenza con cui un annuncio è stato visualizzato e da chi. Questi cookie sono collegati a un computer e non raccolgono alcuna informazione personale su di te.  Cookie analitici  I cookie analitici monitorano come gli utenti hanno raggiunto il Sito e come interagiscono e navigano sul Sito. Questi cookie ci consentono di sapere quali funzionalità del Sito funzionano meglio e quali funzionalità del Sito possono essere migliorate.  I nostri cookie  I nostri cookie sono "cookie proprietari" e possono essere permanenti o temporanei. Si tratta di cookie necessari, senza i quali il Sito non funzionerebbe correttamente o non sarebbe in grado di fornire determinate caratteristiche e funzionalità. Alcuni di questi possono essere disabilitati manualmente dal tuo browser, ma ciò potrebbe influenzare la funzionalità del Sito.  Cookie di personalizzazione  I cookie di personalizzazione vengono utilizzati per riconoscere i visitatori abituali del sito. Utilizziamo questi cookie per registrare la tua cronologia di navigazione, le pagine che hai visitato e le tue impostazioni e preferenze ogni volta che visiti il Sito.  Cookie di sicurezza  I cookie di sicurezza aiutano a individuare e prevenire i rischi per la sicurezza. Utilizziamo questi cookie per autenticare gli utenti e proteggere i dati da parti non autorizzate.  Cookie di gestione del sito  I cookie di gestione del sito vengono utilizzati per mantenere la tua identità o sessione sul sito in modo da non essere disconnesso in modo inatteso e tutte le informazioni che inserisci vengono conservate nel passaggio da una pagina all'altra. Questi cookie non possono essere disattivati singolarmente, ma puoi disabilitare tutti i cookie dal tuo browser.  Cookie di terze parti  I cookie di terze parti possono essere posizionati sul tuo computer durante la navigazione da società che gestiscono determinati servizi che offriamo. Questi cookie consentono alle terze parti di raccogliere e tenere traccia di determinate informazioni su di te. Questi cookie possono essere disabilitati manualmente dal tuo browser.  [Altro]  CONTROLLO DEI COOKIE  La maggior parte dei browser accetta i cookie per impostazione predefinita. Tuttavia, puoi rimuovere o rifiutare i cookie modificando le impostazioni del tuo browser. Si prega di essere consapevoli del fatto che tale azione potrebbe influenzare la disponibilità e la funzionalità del Sito.  Per ulteriori informazioni su come controllare i cookie, verifica le impostazioni del browser o del dispositivo per controllare o rifiutare i cookie o visita il sito web del tuo browser.  ALTRE TECNOLOGIE DI TRACCIAMENTO  Oltre ai cookie, possiamo utilizzare web beacon, pixel tag e altre tecnologie di tracciamento sul sito per personalizzare il sito e migliorare la tua esperienza. Un "web beacon" o "pixel tag" è un piccolo oggetto o un'immagine incorporata in una pagina web o in un messaggio di posta elettronica. Sono utilizzati per tenere traccia del numero di utenti che hanno visitato determinate pagine e visualizzato e-mail, nonché per acquisire altri dati statistici. Raccolgono solo un insieme limitato di dati, come un numero di cookie, l'ora e la data della pagina o la visualizzazione dell'e-mail e una descrizione della pagina o dell'e-mail in cui risiedono. I web beacon e i pixel tag non possono essere rifiutati. Tuttavia, puoi limitarne l'utilizzo controllando i cookie che interagiscono con essi.  INFORMATIVA SULLA RISERVATEZZA  Per ulteriori informazioni su come utilizziamo le informazioni raccolte dai cookie e da altre tecnologie di tracciamento, fare riferimento alla nostra Informativa sulla privacy [CLICCA QUI]/pubblicata sul sito. La presente Informativa è da considerarsi parte integrante dell’Informativa sulla privacy. Navigando sul sito, esprimi il tuo consenso a entrambe le Informative.  CONTATTACI  Se hai domande o commenti su questa Informativa di Gestione dei Cookie , ti preghiamo di contattarci all'indirizzo:  [Nome dell’organizzazione]  [Indirizzo]  [Città, Stato, CAP]  [Numero di telefono]  [Numero di fax]  [E-mail] |

# netiquette dei social media in materia di fundraising

Milioni di persone ogni giorno navigando sulle piattaforme di social media, aderiscono a protocolli standard di buon comportamento per relazionarsi con altri utenti.

Sebbene l'interazione con i social media sia vista come una forma di comunicazione molto meno personale, nondimeno è importante rispettare e valorizzare gli altri utenti online. È bene seguire le regole comunemente accettate relative alla cosiddetta “Netiquette”. Ciò vincola anche le modalità comunicative e relazionali delle ONG con i loro potenziali donatori nell’ambito di una campagna di fundraising.



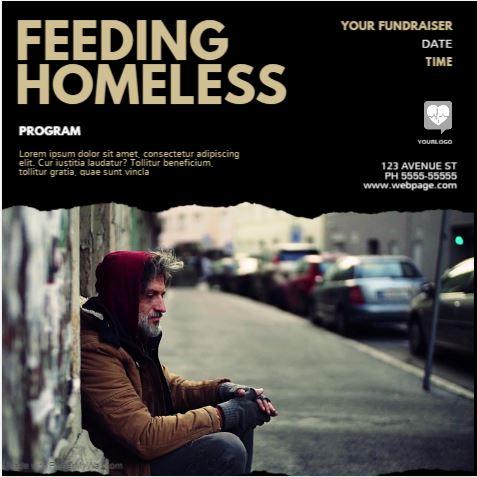
Fonte: [https://digitalschoolofmarketing.co.za/blog/what-is-social-media-etiquette/](about:blank)

Di seguito alcuni modelli di post sui social media per orientarti nell’ambito di una campagna di fundraising!

MODELLO 1)



MODELLO 2)



MODELLO 3 )



Fonte: [https://www.postermywall.com/index.php](about:blank)

È possibile iscriversi gratuitamente su questo sito web e scaricare i modelli a disposizione, nonché modificarli online.