



Master in Fund Raising per il Nonprofit e gli Enti pubblici

LE COMPETENZE DI FUNDRAISING (CF) INSEGNATE AL MASTER



Indice

INTRODUZIONE	3
CF1 - SVILUPPARE IL CASO PER IL FUNDRAISING	4
CF 1.1 : INDIVIDUARE LE NECESSITÀ DI FUNDRAISING DI UN'ORGANIZZAZIONE NONPROFIT;	4
CF 1.2 : CREARE IL CASO	5
CF 1.3 : PRESENTARE IL CASO	5
CF 2 – MANAGEMENT DELL'ORGANIZZAZIONE NONPROFIT (MGT ONP).....	6
CF 2.1 : RICERCARE E ANALIZZARE INFORMAZIONI A SOSTEGNO DELLA STRATEGIA DI FUNDRAISING DI UN'ORGANIZZAZIONE;.....	6
CF 2.2 : PIANIFICARE, ORGANIZZARE E DEFINIRE LE RISORSE NECESSARIE DEL FUNDRAISING	6
CF 2.3 : GESTIRE UNA BUONA RELAZIONE CON I FORNITORI.....	7
CF 3 – MANAGEMENT DEL FUNDRAISING (MGT FUNDRAISING).....	8
CF 3.1 : SVILUPPARE UNA STRATEGIA DI FUNDRAISING;	8
CF 3.2 : ATTIVITÀ DI PROBLEM SOLVING.....	8
CF 3.3 : REALIZZARE OPERATIVAMENTE IL FUNDRAISIN	9
CF 3.4 : VALUTARE L'EFFICACIA DELLA STRATEGIA DI FUNDRAISING.....	9
CF 3.5 : VALUTARE L'EFFICACIA DEL FUNDRAISING	10
CF 4 – MANAGEMENT DELLE PERSONE (RU).....	11
CF 4.1 : SELF-MANAGEMENT.....	11
CF 4.2 : COLLABORARE CON ALTRE PERSONE PER RAGGIUNGERE GLI OBIETTIVI DELL'ORGANIZZAZIONE	11



Introduzione

Questo documento raggruppa tutte le conoscenze e le competenze che sono state individuate come necessarie per un operatore del fundraising dal Comitato Scientifico del Master in Fundraising, Facoltà di Economia di Forlì, Università di Bologna, e considerando anche l'elaborazione di EFA (European Fundraising Association) nonché il contenuto della certificazione internazionale CFRE (Certificate Fundraising Executive).

Le quattro competenze di fundraising individuate sono:

CF 1 – Sviluppare il caso per il fundraising (Caso FR)

- CF 1.1 : individuare le necessità di fundraising di un'organizzazione nonprofit;
- CF 1.2 : creare il caso;
- CF 1.3 : presentare il caso

CF 2 – Management dell'organizzazione nonprofit (Mgt ONP)

- CF 2.1 : ricercare e analizzare informazioni a sostegno della strategia di fundraising di un'organizzazione;
- CF 2.2 : pianificare, organizzare e definire le risorse necessarie del fundraising;
- CF 2.3 : gestire una buona relazione con i fornitori

CF 3 – Management del fundraising (Mgt FR)

- CF 3.1 : sviluppare una strategia di fundraising;
- CF 3.2 : attività di problem solving;
- CF 3.3 : realizzare operativamente il fundraising;
- CF 3.4 : valutare l'efficacia della strategia di fundraising;
- CF 3.5 : valutare l'efficacia del fundraising

CF 4 – Management delle persone (RU)

- CF 4.1 : self-management;
- CF 4.2 : collaborare con altre persone per raggiungere gli obiettivi dell'organizzazione



CF1 - SVILUPPARE IL CASO PER IL FUNDRAISING

Il documento buona causa, o caso interno, è un importante documento stilato durante la fase iniziale di qualsiasi attività di sviluppo del fundraising; esso è il fondamento logico per sostenere una campagna o un progetto di fundraising. Questo documento, accuratamente redatto, dovrebbe esporre le ragioni per cui un'organizzazione merita e necessita di sostegno; si tratta di uno degli strumenti più convincenti di cui un'organizzazione può avvalersi per comunicare i propri obiettivi di fundraising e persuadere potenziali donatori ad impegnarsi.

Il caso interno è un elemento centrale basato sulla mission, sulla visione e sui valori dell'organizzazione; esso permette ai fundraiser di trovare la posizione giusta e la giusta strategia di fundraising per comunicare al pubblico giusto, utilizzando la tecnica giusta.

Esso assembla all'interno di un unico documento gli elementi fondamentali della vostra mission e del vostro progetto.

Affinché sia efficace, il documento deve essere valido e dinamico, deve creare entusiasmo ed enfatizzare ciò che il progetto di fundraising proposto realizzerà; deve essere formulato con dei termini che riflettano gli interessi e le preoccupazioni dei potenziali sostenitori, oltre che quelle del progetto stesso. Il documento pone domande importanti, quali: di cosa abbiamo bisogno? Perché stiamo raccogliendo fondi? Qual è la soluzione migliore e più semplice? Come apportare il cambiamento?

Il caso interno deve rispondere alle domande iniziali di qualsiasi potenziale donatore.

Un'organizzazione può avvalersi di diversi casi esterni; i fundraiser devono lavorare allo sviluppo di un caso adeguato ad ogni pubblico.

CF 1.1 : INDIVIDUARE LE NECESSITÀ DI FUNDRAISING DI UN'ORGANIZZAZIONE NONPROFIT;

Requisiti

Per sviluppare strategie di fundraising efficaci è fondamentale entrare nell'ottica dell'organizzazione e comprendere le ragioni che muovono il fundraising. I fundraiser devono dimostrare di conoscere a pieno il settore nonprofit e quello specifico della propria organizzazione, oltre che il legame i servizi erogati e le proprie esigenze di fundraising.

Criteri di Performance

I fundraiser devono saper:

- a) descrivere la mission dell'organizzazione
- b) dimostrare il potere e il ruolo dei costituenti nell'azione di fundraising
- c) individuare costi ed esigenze organizzative attuali e futuri dei propri servizi
- d) Identificare e descrivere la strategia di branding dell'organizzazione
- e) individuare gli obiettivi strategici e operativi di fundraising

I fundraiser devono dimostrare di conoscere:

- da quali fonti di informazioni deve attingere per identificare le esigenze di fundraising di un'organizzazione
- l'importanza del mantenimento dell'identità dell'organizzazione
- gli strumenti di analisi di mercato e interni



CF 1.2 : CREARE IL CASO

Requisiti

I fundraiser devono creare un caso esterno e una dichiarazione del caso a sostegno di uno specifico evento o campagna: tali documenti di devono basare sulla mission dell'organizzazione e quando possibile su una campagna più ampia (dichiarazione del caso).

Criteri di Performance

I fundraiser devono saper:

- a) identificare i portatori di interesse (costituenti e stakeholder) e le loro esigenze
- a) preparare un caso interno per enfatizzare i fatti e i benefit della proposta
- b) conoscere i benefit/limiti dell'evento/campagna di fundraising proposta

I fundraiser devono dimostrare di conoscere:

- Le relazioni con i donatori, le loro motivazioni, i ruoli, le modalità di approccio per la richiesta di contributi
- I materiali e i tempi
- I metodi riconosciuti di fundraising
- Come creare un caso interno
- Gli argomenti, le politiche, la legislazione e i regolamenti vigenti all'interno del fundraising
- I principi del fundraising etico

CF 1.3 : PRESENTARE IL CASO

Requisiti

Come viene presentata una proposta di fundraising e da chi è più probabile che venga accolta. I fundraiser devono dimostrare di essere in possesso di una serie di competenze scritte, verbali, audio, video o relative ad altri format e giustificarne l'utilizzo.

Criteri di Performance

I fundraiser devono saper:

- a) preparare una campagna di dimensioni rilevanti
- b) selezionare il metodo di comunicazione più adeguato alle esigenze della campagna
- c) dimostrare capacità di comunicazione nella preparazione di un programma di pubblicità
- d) saper definire la politica di comunicazione dell'organizzazione nella preparazione di un programma di pubblicità

I fundraiser devono dimostrare di conoscere:

- le varietà di metodi e media di cui avvalersi per comunicare gli argomenti e le ragioni che muovono la campagna di fundraising
- come relazionarsi verso differenti tipologie di pubblico
- le diverse strategie di comunicazione del caso interno di fundraising
- i costi/benefici connessi al raggiungimento degli individui attraverso i diversi mezzi di comunicazione
- la psicologia della comunicazione



CF 2 – MANAGEMENT DELL'ORGANIZZAZIONE NONPROFIT (MGT ONP)

CF 2.1 : RICERCARE E ANALIZZARE INFORMAZIONI A SOSTEGNO DELLA STRATEGIA DI FUNDRAISING DI UN'ORGANIZZAZIONE;

Requisiti

La ricerca è un punto focale di qualsiasi operazione di fundraising di successo. I fundraiser devono dimostrare che la strategia di fundraising si basa su informazioni accuratamente ricercate e aggiornate. Gli operatori devono fare ricerche sugli stakeholder e sui costituenti dell'organizzazione e studiarli, in modo da identificare le loro motivazioni e, a partire da queste, avviare una serie di attività di fundraising. La ricerca seguirà metodologie differenti.

Criteri di Performance

I fundraiser devono saper:

- a) identificare gli stakeholder e i costituenti di un'organizzazione e le loro esigenze
- b) analizzare le informazioni riguardanti l'ambiente di fundraising attuale e futuro
- c) analizzare la storia delle donazioni dell'organizzazione
- d) analizzare le informazioni che permettono di individuare le fonti potenziali di sostegno economico

I fundraiser devono dimostrare di conoscere:

- le metodologie di analisi e ricerca
- la gestione dei dati
- l'analisi dei concorrenti
- le esigenze motivazionali di diversi costituenti
- l'ambiente esterno di fundraising
- una serie di tecniche di fundraising
- i criteri per la selezione di programmi e campagne appropriati di fundraising
- come creare database e tenere traccia dei donatori

CF 2.2 : PIANIFICARE, ORGANIZZARE E DEFINIRE LE RISORSE NECESSARIE DEL FUNDRAISING

Requisiti

Affinché abbia successo, un'operazione di fundraising deve avere un piano chiaro e strutturato. I fundraiser devono dimostrare come l'evento o la campagna saranno trasformati in un'operazione concreta.

Criteri di Performance

I fundraiser devono saper:

- a) individuare gli obiettivi di fundraising di un evento o campagna
- b) stabilire un livello di rapporto costo/efficacia accettabile da parte dell'organizzazione
- c) creare un piano cronologico di stanziamento dei fondi relativo ad uno specifico evento o campagna



- d) fare un preventivo delle entrate e uscite basato sul piano di fundraising proposto
- e) organizzare lo stanziamento dei fondi al fine di garantire che la spesa non comprometterà i movimenti finanziari dell'organizzazione
- f) individuare gli elementi particolari del piano di fundraising che saranno procurati da un fornitore
- g) ottenere l'approvazione del piano di fundraising

I fundraiser devono dimostrare di conoscere:

- le tecniche di pianificazione strategica e operativa (planning)
- i sistemi di controllo del budget e di previsione
- la definizione degli obiettivi operativi e strategici

CF 2.3 : GESTIRE UNA BUONA RELAZIONE CON I FORNITORI

Requisiti

I fundraiser devono dimostrare come e perché i fornitori sono ben usati per fare fundraising. Il fornitore deve essere considerato come un partner che fornisce un servizio a supporto del piano di fundraising; Questo requisito non richiede la dimostrazione di competenze relative alla stipulazione di contratti formali con i fornitori, tuttavia si richiede perlomeno che il candidato sia in grado di realizzare una specifica che porti alla formulazione di un accordo con un fornitore.

Criteri di Performance

I fundraiser devono saper:

- a) individuare i ruoli e le responsabilità dei fornitori all'interno di un'operazione di fundraising di dimensioni rilevanti
- b) preparare una traccia di accordo per un'operazione di dimensioni rilevanti
- c) tenere traccia del lavoro del fornitore in modo accurato e completo
- d) cooperare con i fornitori e coordinarne il lavoro
- e) valutare il servizio fornito rispetto agli obiettivi originali

I fundraiser devono dimostrare di conoscere:

- le modalità di selezione, briefing e lavoro con i fornitori
- le specifiche di scrittura
- le tecniche di valutazione
- i fundraiser che hanno il ruolo di fornitori devono dimostrare in che modo rispondono al piano di fundraising



CF 3 – MANAGEMENT DEL FUNDRAISING (MGT fundraising)

CF 3.1 : SVILUPPARE UNA STRATEGIA DI FUNDRAISING;

Requisiti

Dar vita al fundraising in modo che risponda alle esigenze dell'intera organizzazione vuol dire sviluppare delle strategie di fundraising allineate agli obiettivi organizzativi. La strategia di fundraising non deve focalizzarsi soltanto sui piani di fundraising di lavori individuali, bensì deve avere una visione olistica del contributo del fundraising al raggiungimento degli obiettivi generali dell'organizzazione.

Criteri di Performance

I fundraiser devono saper:

- a) disegnare una strategia di fundraising all'interno di una specifica area di responsabilità
- b) individuare i criteri necessari per la realizzazione della strategia di fundraising
- c) individuare gli ostacoli al fundraising
- d) stabilire un'etica del fundraising
- e) dimostrare come la strategia di fundraising è informata dagli obiettivi aziendali
- f) preparare un piano d'azione che descriva secondo quali modalità la strategia di fundraising sarà realizzata
- g) analizzare tutti i rischi che si potrebbero incontrare durante la realizzazione della strategia di fundraising

I fundraiser devono dimostrare di conoscere:

- una serie di tecniche di fundraising
- i criteri per la selezione di programmi e campagne appropriati di fundraising
- gli argomenti, le politiche, la legislazione e i regolamenti vigenti all'interno del fundraising
- le materie e i principi del fundraising etico
- i fattori da prendere in considerazione durante la formulazione di piani strategici/operativi
- gli obiettivi e i target di potenziali fornitori, risorse e strutture
- l'utilizzo ottimale di risorse umane e di altro tipo

CF 3.2 : ATTIVITÀ DI PROBLEM SOLVING

Requisiti

I fundraiser devono dimostrare le proprie competenze utilizzando metodi e tecniche riconosciute per la risoluzione dei problemi associati alla strategia di fundraising.

Criteri di Performance

I fundraiser devono saper:

- a) individuare e articolare i problemi associati alla strategia di fundraising
- b) analizzare le problematiche principali per identificarne la causa
- c) applicare tecniche riconosciute per la risoluzione di problemi chiaramente identificati
- d) creare opzioni basate su giudizi sistematici e razionali attraverso un approccio creativo
- e) valutare le opzioni e dare suggerimenti per la risoluzione del problema



I fundraiser devono dimostrare di conoscere:

- le tecniche creative del problem solving.

CF 3.3 : REALIZZARE OPERATIVAMENTE IL FUNDRAISING

Requisiti

I fundraiser devono dimostrare di aver portato a termine il piano di fundraising, che la metodologia di fundraising è stata applicata in modo coerente e di aver adempiuto agli obblighi legali.

Criteri di Performance

I fundraiser devono saper:

- a) applicare le metodologie di fundraising appropriate alla situazione
- b) integrare i requisiti giuridici appropriati all'attività di fundraising all'interno dell'operazione di fundraising
- c) monitorare e gestire i target

I fundraiser devono dimostrare di conoscere:

- le metodologie di fundraising riconosciute
- gli argomenti, le politiche, la legislazione e i regolamenti vigenti all'interno del fundraising
- le questioni etiche relative all'attività di fundraising
- i codici etici e altro materiale pertinente

CF 3.4 : VALUTARE L'EFFICACIA DELLA STRATEGIA DI FUNDRAISING

Requisiti

I fundraiser devono valutare e consolidare le performance di fundraising passate ed attuali e dimostrare che il fundraising ha risposto alle esigenze attuali dell'organizzazione. La valutazione e il consolidamento non devono essere eseguiti soltanto all'interno del contesto del processo stesso di fundraising, ma anche in una prospettiva organizzativa di più ampio respiro.

Criteri di Performance

I fundraiser devono saper:

- a) descrivere come le esigenze motivazionali dei donatori (individuo, azienda o altro) sono state conciliate attraverso la strategia di fundraising
- b) stimare il contributo non finanziario del fundraising al raggiungimento degli obiettivi organizzativi
- c) individuare i risultati della strategia di fundraising
- d) apportare cambiamenti alla strategia di fundraising
- e) prevedere il contributo futuro del fundraising

I fundraiser devono dimostrare di conoscere:

- le tecniche di valutazione
- la natura del cambiamento



CF 3.5 : VALUTARE L'EFFICACIA DEL FUNDRAISING

Requisiti

I fundraiser devono essere in grado di dimostrare che le attività di fundraising rispondono agli obiettivi individuati all'interno della strategia di fundraising e che il rapporto costi benefici della campagna è accettabile.

Criteri di Performance

I fundraiser devono saper:

- a) individuare il livello di rapporto costo/efficacia dell'evento o campagna di fundraising
- b) valutare l'efficacia di un evento o campagna di fundraising
- c) dare suggerimenti per il futuro

I fundraiser devono dimostrare di conoscere:

- le tecniche di valutazione.



CF 4 – MANAGEMENT DELLE PERSONE (RU)

CF 4.1 : SELF-MANAGEMENT

Requisiti

I fundraiser devono sapere cosa li rende membri effettivi del team di fundraising.

Criteri di Performance

I fundraiser devono saper:

- a) collaborare con i colleghi per raggiungere obiettivi comuni
- b) comunicare con gli altri in modo efficace
- c) dimostrare ottime capacità di creare scale di priorità
- d) individuare opportunità per instaurare relazioni vantaggiose con volontari e non solo
- e) dimostrare consapevolezza dei limiti del loro ruolo

I fundraiser devono dimostrare di conoscere:

- il lavoro di squadra
- le capacità comunicative
- come lavorare con i volontari
- le capacità di creare scale di priorità
- le pari opportunità
- il proprio ruolo all'interno dell'organizzazione

CF 4.2 : COLLABORARE CON ALTRE PERSONE PER RAGGIUNGERE GLI OBIETTIVI DELL'ORGANIZZAZIONE

Requisiti

I fundraiser devono dimostrare la capacità di collaborare in modo efficace con il personale, i volontari, gli azionisti e i donatori al fine di raggiungere gli obiettivi di fundraising.

Criteri di Performance

I fundraiser devono saper:

- a) coinvolgere altre persone nell'operazione di fundraising
- b) delegare le giuste mansioni agli altri
- c) adattare il proprio stile di lavoro in modo da permettere agli altri di lavorare in modo efficiente
- d) coinvolgere altre persone all'interno del processo decisionale
- e) rivedere il lavoro degli altri

I fundraiser devono dimostrare di conoscere:

- i principi dei ruoli e del lavoro di squadra
- gli stili di leadership
- la delega e le responsabilizzazione
- la teoria motivazionale in relazione a individui, gruppi, personale e volontari
- i principi del feedback costruttivo
- le capacità di negoziazione.