



**OLTRE L'EMERGENZA:
proposta di campagna di acquisizione e conversione**

ARAGORN E LEGOLAS PER IL TERZO SETTORE



PREMESSA

L'emergenza sanitaria esplosa in Italia a febbraio 2020 ha inevitabilmente comportato cambiamenti importanti anche per il Terzo Settore. **Il flusso di donazioni**, sia da individui sia da aziende, si è radicalmente modificato, segnando un netto **incremento per le realtà impegnate nel settore sanitario** (principalmente ospedali e Protezione Civile) e, al contrario, una **flessione** (più o meno importante) **per tutte le altre**.

Questa sorta di **«cannibalizzazione»** mina o rischia di **minare la stabilità** delle migliaia di organizzazioni non profit italiane che ogni giorno si impegnano, in Italia e all'estero, per rispondere concretamente a emergenze, garantire servizi, sostenere la ricerca, occuparsi delle fasce più deboli (anziani, malati, disabili, bambini, famiglie povere)...insomma, **per costruire un «mondo migliore»** di quello che conosciamo.

Arrendersi alla situazione attuale, aspettando che «passi», può essere una strategia attuabile ma, come ci ha insegnato anche la recente crisi economica, non è quella più efficace.

Ripensare e pianificare la propria raccolta fondi oggi per essere più forti quando l'emergenza sanitaria «sarà passata», è invece la strada auspicabile. **Perché seminare bene oggi significa raccogliere buoni frutti domani.**

Alla luce dei cambiamenti di vita imposti dalla situazione attuale, **Aragorn e Legolas** hanno scelto di adattare i propri servizi e di unirsi, più forti di prima, in una **proposta strategica e operativa** adatta a tutte le tipologie di organizzazione e volta a **intervenire sui donatori**, sia one off sia regolari, **da oggi per essere più forti domani.**





L'IDEA





LA STRATEGIA

In ottica di acquisire nuovi donatori one off o regolari, Aragorn e Legolas hanno ideato una strategia definita in 4 macrocategorie di lavoro e 5 step operativi:



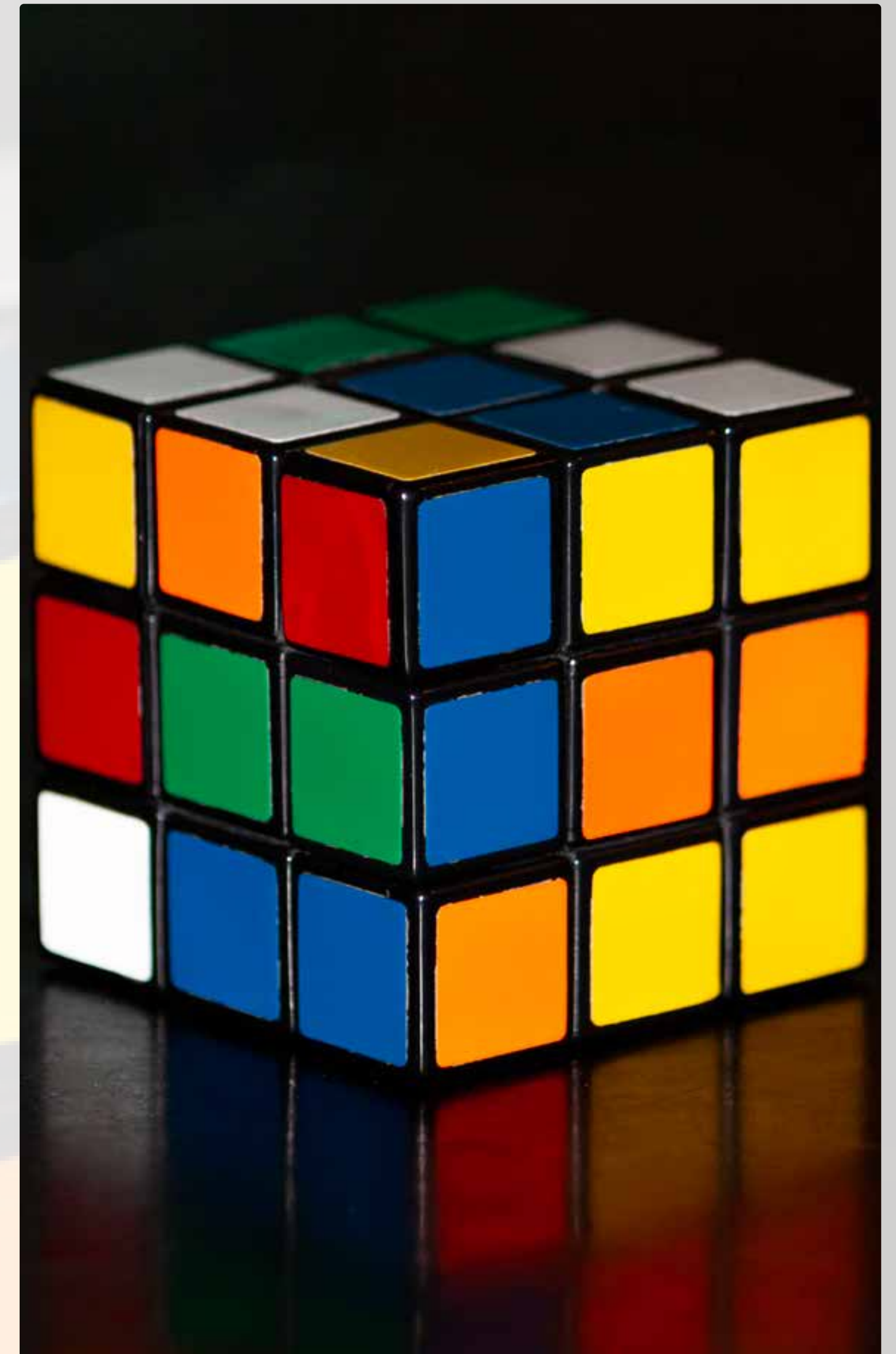
Definisci l'obiettivo di RF della tua organizzazione

Identifica la USP della tua organizzazione, con occhio attento ai tuoi competitors

Testa l'acquisizione attraverso canali immediati e poco costosi: i social network della tua organizzazione

Converti attraverso un canale «caldo»; di contatto diretto: il telefono

Metti a sistema dati e informazioni provenienti dal test e pensa ai passi successivi





STEP 1 E 2: ANALYSIS

Di cosa ha bisogno la tua organizzazione? Qual è l'obiettivo di raccolta fondi? Quali sono i target a cui rivolgersi e attraverso quali proposizioni? Qual è la USP che ti differenzia dai tuoi competitors?

La prima fase di lavoro, quella di analisi, è indispensabile per ottenere buoni risultati, perché **per ottenere risposte giuste bisogna partire da domande giuste.**

Aragorn risponde a questa esigenza attraverso una **formula snella e rapida**, attuabile anche **online**: il **Fast Online Check Up**.

Attraverso questa azione, saranno identificati **obiettivo di raccolta fondi, target e USP**, passi propedeutici al vero e proprio start della campagna di acquisizione.





STEP 3: ACQUISITION

Alla luce della propria esperienza sul campo, Aragorn propone alle organizzazioni una **strategia di acquisizione** completamente **social based**.

Perché usare i social? 5 risposte:

1. perché consentono di ottenere **grandi risultati con piccoli investimenti** (o almeno: investimenti «contenuti»)
2. perché sono **strumenti alla portata di tutti**, senza distinzioni di età, genere, geolocalizzazione (ecc.)
3. perché offrono la possibilità di **targettizzare** in maniera anche estremamente mirata
4. perché su di essi è possibile **testare** qualsiasi elemento della campagna (dati target fino a copy e visual) senza perdere gli investimenti media (al massimo rimodulandoli in base alle performance)
5. perché i **KPI** di comunicazione sono **misurabili** sempre, anche in modalità «live».



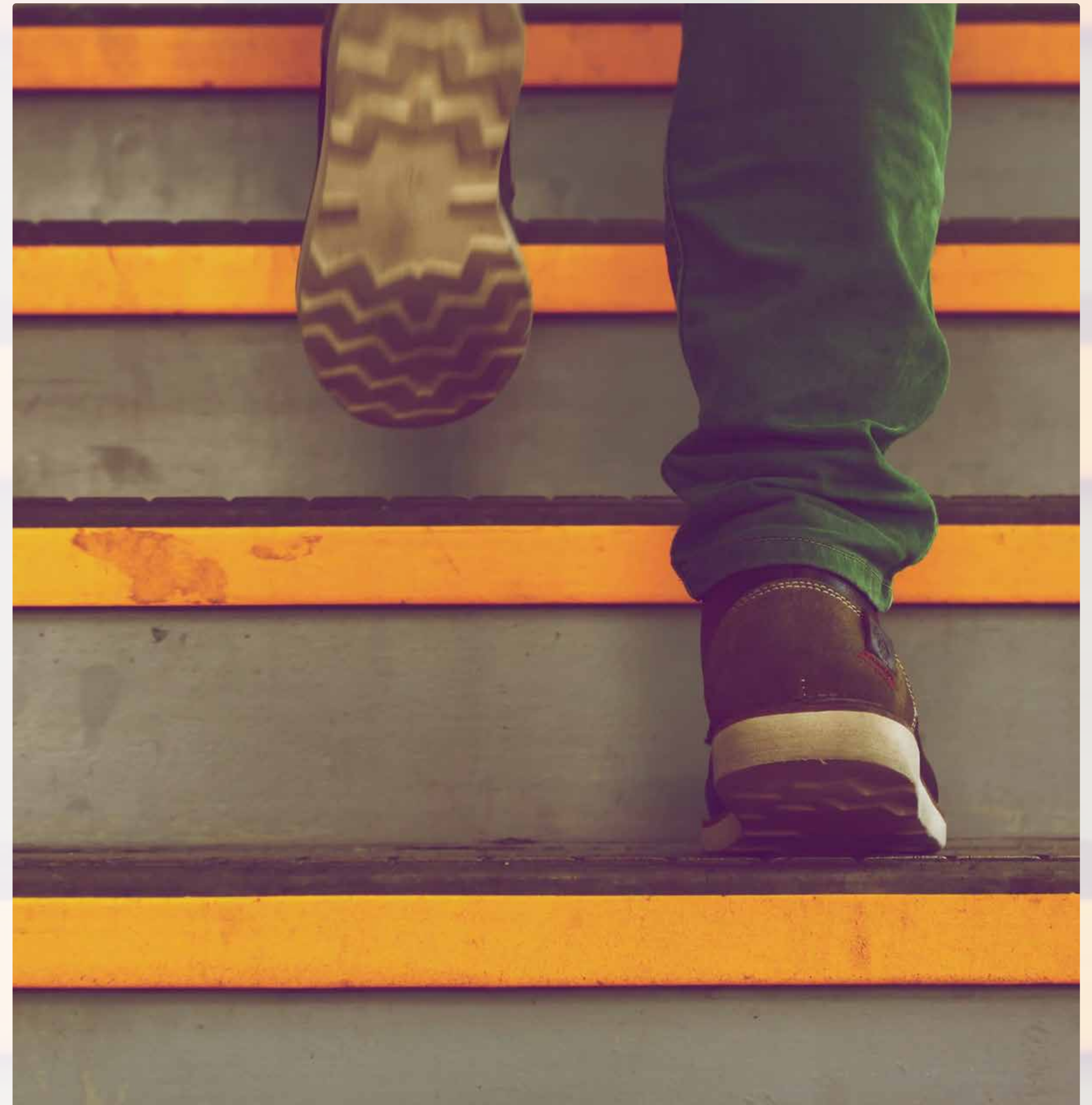


STEP 3: ACQUISITION

COME LAVOREREMO

Al termine della fase di analisi e in costante confronto con l'organizzazione, Aragorn si occuperà di:

- **analizzare le properties** dell'organizzazione per identificare i **canali social** più idonei alla **campagna di lead generation**
- costruire la **strategia** di promozione, definendone **timing, target e budget**
- **confezionare i Piani Editoriali** di annunci da promuovere (**PED ADS**)
- **implementare** la strategia
- **gestire il budget** di investimento
- **monitorare** la campagna *day by day*
- **scaricare le lead acquire**, in completo rispetto della normativa privacy vigente
- **analizzare gli insights e suggerire i next step**





STEP 4: CONVERSION

Legolas è il punto di riferimento per l'attività di Face to Face all'interno del panorama italiano. Il know-how dell'agenzia ha permesso di sviluppare, negli ultimi anni, attività parallele al Face to Face per la **relazione e fidelizzazione dei donatori**, attraverso nuove attività di dialogo diretto.

L'emergenza sanitaria che stiamo attraversando ci sta dando **l'opportunità** di convertire l'attività di **più di 50 dialogatori** in azioni di **telemarketing** legate a svariati scopi, che mantengono però l'obiettivo principale: **creare una relazione di fiducia con il donatore.**





STEP 4: CONVERSION

COME LAVOREREMO

Una volta conclusa l'acquisizione dei contatti tramite social, Legolas si occuperà della fase di **conversione** attraverso il servizio di **telemarketing**, in base all'obiettivo prefissato dall'organizzazione.

Che si tratti di **donazioni regolari** o **donazioni one off** (ma, per chi ne avesse necessità anche di acquisizione di **nuovi volontari**), Legolas costruirà un **percorso ad hoc** teso al raggiungimento del risultato prefissato.

Per ogni tipologia di donatore sarà dunque messa in campo la strategia più efficace, diversificata per:

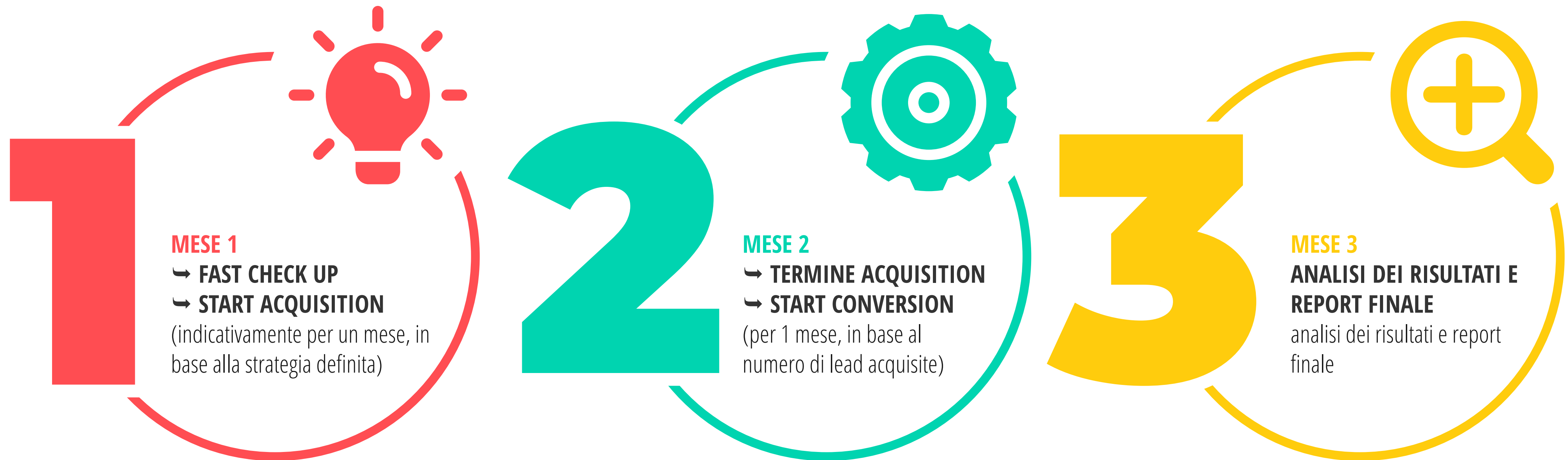
SCRIPT **TIMING DI CHIAMATA** **TIPOLOGIA DI DONATORE**

Al termine della campagna, sarà redatto un **report di attività** per illustrare i risultati raggiunti.





TIMING





BUDGET

FEE FISSI	Fast Check Up Online	free
	Acquisition	€ 1,7k (iva esclusa)
	Conversion	€ 3k (iva esclusa)
% SU RF	Provv. SDD importo annuale	90% (iva esclusa)
	Provv. One Off importo totale	70% (iva esclusa)
SOFTWARE	Telemarketing	€ 0,60/minuto (IVA esclusa)

Restano inoltre esclusi dal preventivo: tutti gli adattamenti grafici, eventuali scatti ad hoc, l'acquisto di immagini e/o video da banche, gli investimenti social advertising e, in generale, tutte le spese non espressamente indicate.



TEAM



Daniele Fusi

COORDINAMENTO E STRATEGIA

danielefusi@aragorn.it



Riccardo Crespi

F2F & TELEMARKETING

riccardocrespi@legolasf2f.it

Ilaria Mazzacane

DIGITAL

ilariamazzacane@aragorn.it

Martina Romeo

F2F & TELEMARKETING

martinaromeo@legolasf2f.it

Aragorn Iniziative s.r.l

via Vittoria Colonna 4920149 Milano

GRAZIE!

MILANO · ROMA
ARAGORN 25°
CONSULENZA E SERVIZI PER IL TERZO SETTORE

legolas
face to face fundraising

INSIEME PER IL TERZO SETTORE.

#ilnonprofitsiriorganizza #afiancodeTerzoSettore