



# ConfiniOnline

## a sostegno delle attività dei Centri di Servizio per il Volontariato



ConfiniOnline, organizzazione *leader* a livello nazionale nella realizzazione di servizi formativi e consulenziali destinati agli enti non profit, ha attivato sino a oggi importanti collaborazioni con numerosi Centri di Servizio per il Volontariato italiani.

Le proposte che ConfiniOnline rivolge ai Centri di Servizio per il Volontariato sono il frutto di esperienze che lo staff di ConfiniOnline ha maturato "sul campo" e hanno l'obiettivo di fornire competenze e strumenti conoscitivi, favorendo i CSV nel reperimento di risorse economiche e strumentali integrative che consentano di espletare al meglio la funzione di accompagnamento e promozione degli organismi di volontariato.

ConfiniOnline propone i propri servizi ai CSV nel comune intento di favorire lo sviluppo del volontariato e l'affermazione dei valori che lo sostengono. L'intento è quello di stimolare l'acquisizione di competenze e strumenti conoscitivi che consentano ai CSV di esercitare al meglio il proprio ruolo, contribuendo così alla tutela del bene comune e quindi alla crescita delle rispettive comunità.

Lo staff dei consulenti di ConfiniOnline, oltre a garantire competenza, preparazione e professionalità, gode di grande esperienza, maturata in anni di collaborazioni e relazioni con organizzazioni non profit attive sui diversi territori italiani, da mettere a disposizione dei CSV.

Responsabile organizzativo di ConfiniOnline

---

## Indice

Ambiti di intervento:

|   |                |
|---|----------------|
| <i><b>Bandi e Finanziamenti</b></i> .....     | <i>pag. 4</i>  |
| <i><b>Governance organizzativa</b></i> .....  | <i>pag. 9</i>  |
| <i><b>Comunicazione e Marketing</b></i> ..... | <i>pag. 12</i> |
| <i><b>Risorse umane</b></i> .....             | <i>pag. 17</i> |
| <i><b>Fundraising</b></i> .....               | <i>pag.120</i> |



# ***Bandi e Finanziamenti***

# Accesso ai fondi europei

## *Gli obiettivi strategici della proposta*

Lo sviluppo di progetti nel mondo non profit è ormai una funzione chiave sia a livello strategico che per la sostenibilità finanziaria delle organizzazioni interessate. Enti importanti, come l'Unione Europea, investono milioni di euro in bandi dedicati al Terzo Settore, ponendo sfide importanti alle organizzazioni non profit.

Alcune organizzazioni ed enti locali non vogliono delegare la progettazione né investire capitali troppo rilevanti, ma hanno bisogno di un supporto esterno costante che possa risolvere dubbi, evitare costosi errori ed indirizzare verso i percorsi organizzativi più adatti.

---

## Il nostro approccio

Questa proposta rappresenta un'offerta di consulenza flessibile finalizzata all'affiancamento, per un periodo di n. 6 mesi, di un CSV interessato al percorso di accesso ai finanziamenti europei e nazionali.

---

## Il modello di consulenza

### *Obiettivi del percorso*

- Formare i membri del CSV sulle possibilità di finanziamento europee e nazionali e sulle principali tecniche di progettazione;
- guidare l'organizzazione nella ricerca e analisi dei bandi di finanziamento e nella preparazione della stesura del progetto;
- fornire una lista di bandi di finanziamento accessibili e idonei alle necessità e peculiarità organizzative riscontrate.

---

## Il percorso e i risultati

### *Modalità di svolgimento della consulenza*

Percorso di formazione sulle possibilità di finanziamento europee e nazionali e sulle principali tecniche di progettazione:

- introduzione ai fondi europei;
- dove e come ricercare i bandi di finanziamento;
- introduzione alle tecniche di progettazione.

Percorso di accompagnamento e orientamento per l'accesso ai fondi nazionali e comunitari e per la progettazione europea:

- proposte e supporto nella ricerca di bandi di finanziamento cui applicare;
- proposte e supporto nella ricerca di potenziali partner di progetto;
- consulto tramite skype-call (c.a 30 min. ogni 15 giorni);
- stesura/revisione delle idee progettuali maturate (on demand).

### *Produzione finale*

- n. 1 visita nella sede del CSV interessato (8 ore);
- realizzazione di n. 1 training organizzativo (12 ore);
- invio di n. 6 newsletter mensili contenenti indicazioni su possibilità di finanziamento e partnership;
- organizzazione di n. 12 skype-meeting.

---

## Investimento

L'investimento richiesto è di **3.200 Euro** + IVA + Spese di trasferta + Costo servizi on demand.

L'investimento, inoltre, è comprensivo delle seguenti attività:

- Analisi e definizione del percorso personalizzato
- Stesura della documentazione finale
- Coordinamento generale e segreteria organizzativa.

La consulenza è un servizio che si deve adattare alle esigenze del committente, pertanto le ipotesi formulate devono essere considerate come punto di riferimento.

Sarà cura di ConfiniOnline procedere, sulla base delle indicazioni di cui sopra, ad elaborare proposte specifiche per le esigenze particolari dei committenti.

# Definizione di una strategia progettuale. Accesso ai fondi europei

## *Gli obiettivi strategici della proposta*

Lo sviluppo di una strategia progettuale e la progettazione nel mondo non profit sono ormai di importanza fondamentale sia a livello organizzativo che per la sostenibilità finanziaria delle organizzazioni non profit.

Enti importanti, come l'Unione Europea, investono milioni di euro in bandi dedicati al Terzo Settore che spesso non vengono sfruttati adeguatamente; alcune organizzazioni, infatti, ritengono dispendioso, in termini economici e di tempo, affrontare un percorso per la definizione di una strategia progettuale che porti allo sviluppo e realizzazione di interventi realmente efficaci ed in linea con gli obiettivi e la rispettiva *mission* organizzativa.

---

## Il nostro approccio

Una strategia progettuale vincente richiede il coinvolgimento dell'organizzazione nella sua interezza: i singoli membri devono essere consapevoli e partecipi nella definizione degli obiettivi di medio e lungo termine e formati riguardo al processo che porta all'identificazione e alla realizzazione di un'attività progettuale efficace.

Questa proposta vuole offrire un percorso flessibile che porti allo sviluppo di una strategia progettuale vincente, coinvolgendo ed affiancando il personale del CSV interessato nella ricerca e nell'accesso ai finanziamenti e fornendo le competenze necessarie a proseguire il processo in autonomia.

---

## Il modello di consulenza

### *Obiettivi del percorso*

In seguito ad una prima analisi dello status dell'organizzazione o "assessment", vengono individuate le potenzialità di accesso ai fondi europei, la progettazione pregressa, le progettualità future e la capacità di costruire reti e sviluppare partenariati.

Viene quindi proposto un laboratorio di progettazione mirato, che coinvolge tutto lo staff del CSV al fine di svilupparne il potenziale progettuale e orientarlo verso un approccio efficace e sostenibile alla progettazione. Il laboratorio affronta, tramite presentazioni teoriche ed attività pratiche, le seguenti tematiche:

- i fondi dedicati al Terzo Settore (Unione Europea e non solo);
- il ciclo di vita di un progetto: dalla programmazione alla valutazione;
- le tecniche di progettazione.

Durante il percorso viene inoltre fornito supporto nell'identificazione di donatori, delle linee di

finanziamento adatte, dei potenziali partner e, in base ai bandi attivi o previsti, viene impostata la scrittura progettuale.

L'organizzazione viene costantemente seguita dal consulente incaricato tramite attività di back office (via-skype, vai-mail e newsletter) e sul campo.

## Il percorso e i risultati

Viene impostata una strategia progettuale e di fundraising istituzionale attraverso la fornitura di supporto nella definizione degli obiettivi a medio e lungo termine, nell'identificazione di donatori e nella preparazione di proposte progettuali.

### *Modalità di svolgimento della consulenza*

- n. 1 visita in sede per "assessment": attività individuali e di gruppo (8 ore);
- n. 1 laboratorio di progettazione per il personale dell'organizzazione (16 ore);
- n. 1 visita in sede di valutazione e follow up a fine percorso (8 ore);
- aggiornamento mensile su bandi, donatori e possibili partner (via-mail);
- consulto tramite skype-call (ca. 30 min. ogni 15 giorni).

### *Produzione finale*

- Definizione della strategia progettuale (obiettivi, possibili partner e possibili finanziatori);
- invio di n. 6 newsletter mensili;
- organizzazione di n. 12 skype-meeting;
- stesura/revisione delle proposte progettuali maturate (on demand).

## Investimento

L'investimento richiesto è di **4.800 Euro** + IVA + Spese di trasferta + Costo servizi on demand.

L'investimento, inoltre, è comprensivo delle seguenti attività:

- Analisi e definizione del percorso personalizzato
- Stesura della documentazione finale
- Coordinamento generale e segreteria organizzativa.

La consulenza è un servizio che si deve adattare alle esigenze del committente, pertanto le ipotesi formulate devono essere considerate come punto di riferimento.

Sarà cura di ConfiniOnline procedere, sulla base delle indicazioni di cui sopra, ad elaborare proposte specifiche per le esigenze particolari dei committenti.



# Governance organizzativa



# Quale modello di governance per i servizi al volontariato: processi, strutture e ruoli

## *Gli obiettivi strategici della proposta*

Tre sono le grandi direttrici da seguire per progettare uno sviluppo strategico destinato a rafforzare i seguenti macro-processi organizzativi:

- il controllo dei processi economici e organizzativi per ottenere un soddisfacente livello di efficienza gestionale e di utilizzo delle risorse;
- la gestione mirata dei rapporti con gli stakeholder finalizzata al posizionamento strategico dell'ente all'interno del "mercato" territoriale dei servizi sociali;
- la qualificazione dei servizi attraverso l'impiego di metodologie innovative di intervento e di strumenti di monitoraggio e valutazione in grado di attivare processi virtuosi di miglioramento continuo.

## **Il nostro approccio**

Acquisire la conoscenza necessaria per essere autonomi nel saper riconoscere i propri punti di forza e di debolezza è premessa per la valutazione delle possibilità di sviluppo e di crescita per ogni organizzazione. Nel settore non profit l'analisi di se stessi consente di verificare il grado di raggiungimento della mission, degli obiettivi sociali, della capacità di cogliere i bisogni attuali e prospettici dei propri utenti e della comunità in cui si opera, individuando le iniziative da attuare per mantenersi vitali, attuare buone prassi di gestione, ricercare le opportune fonti di finanziamento.

## **Il modello di consulenza**

### *Obiettivi del percorso*

La gestione strategica dei servizi, intesa come ricerca di equilibrio tra esigenze di efficacia, di efficienza e di equità, offre un modello organizzativo che consente, da una parte, di programmare tutte le attività in una logica di "gestione per obiettivi e risultati qualitativi e quantitativi" mentre, dall'altra, di creare "significati" e "saperi" condivisi. Metodologie e strumenti di gestione sono utili se offrono occasioni per lo sviluppo organizzativo attraverso l'analisi sistematica dei seguenti punti:

- evoluzione del rapporto domanda-offerta alla luce degli obiettivi strategici;
- indicazioni per definire gli obiettivi quantitativi e qualitativi;
- monitoraggio dei livelli di efficienza ed efficacia organizzativa;
- adeguatezza della struttura organizzativa e delle procedure operative;
- situazione delle risorse umane (competenze, formazione, impegno e coinvolgimento);
- eventuali livelli di criticità nei rapporti con utenti e stakeholder;
- immagine e comunicazione organizzativa esterna ed interna.

Tali elementi costituiscono la base per attivare “procedure” operative di valutazione, controllo e miglioramento della qualità che superino il significato di “prescrizioni da rispettare” per configurarsi entro un sistema di gestione strategica del servizio.

## Il percorso e i risultati

Il percorso di consulenza viene pianificato secondo le esigenze e lo stato d’arte delle pratiche e delle competenze organizzative già maturate dal CSV committente.

### *Modalità di svolgimento della consulenza*

- Analisi preliminare;
- analisi specifica e mappatura risorse;
- processi di miglioramento e di revisione organizzativa.

Il percorso si realizza attraverso n. 4 incontri laboratoriali e n. 4 skype-meeting ai quali partecipano le figure professionali individuate dal CSV in accordo con il consulente incaricato. Gli incontri hanno una duplice finalità:

- formativa: trasferire competenze necessarie per la lettura dei processi organizzativi affinché gli operatori possano comprendere lo stato d’arte della propria organizzazione utilizzando i propri strumenti e criteri di analisi;
- diagnostica: individuare, attraverso un percorso condiviso, le maggiori criticità dell’organizzazione e delineare un piano di lavoro per il loro superamento.

### *Produzione finale*

Il servizio di consulenza organizzativa, a seconda degli obiettivi strategici individuati, si conclude con un documento che descrive un piano di riorganizzazione articolato nei seguenti punti:

- descrive i risultati dell’analisi organizzativa mettendo in evidenza i punti di forza e di criticità del sistema di governance;
- presenta tutti i progetti di miglioramento prodotti durante il lavoro di consulenza;
- dettaglia le modalità operative per l’implementazione delle proposte;
- definisce eventuali fabbisogni attuali e futuri in risorse aggiuntive;
- delinea traiettorie di sviluppo della governance aziendale.

## Investimento

L’investimento richiesto è di **3.900 Euro** + IVA + Spese di trasferta.

L’investimento, inoltre, è comprensivo delle seguenti attività:

- Analisi e definizione del percorso personalizzato
- Stesura della documentazione finale
- Coordinamento generale e segreteria organizzativa.

La consulenza è un servizio che si deve adattare alle esigenze del committente, pertanto le ipotesi formulate devono essere considerate come punto di riferimento.

Sarà cura di ConfiniOnline procedere, sulla base delle indicazioni di cui sopra, ad elaborare proposte specifiche per le esigenze particolari dei committenti.

# Comunicazione e Marketing



# Marketing e Comunicazione per lo sviluppo dei servizi al volontariato

## *Gli obiettivi strategici della proposta*

La società mondiale sta affrontando una serie di cambiamenti molto rapidi e di carattere radicale. Si tratta di mutamenti culturali, nei paradigmi conoscitivi, nel modo in cui le persone si relazionano vicendevolmente, con l'ambiente circostante e con i propri artefatti, opere, prodotti e servizi. Questo non significa però che i modelli e gli strumenti fino a qui sviluppati dal marketing non siano più validi e da accantonare.

---

## **Il nostro approccio**

Gli strumenti e le strategie consolidate del marketing, quali la segmentazione del mercato, il posizionamento, la scelta dei segmenti obiettivo, lo sviluppo del brand, il coordinamento delle varie leve di marketing, fanno ancora parte del "bar tools" dei professionisti del settore e devono dunque essere affinate e sperimentate nelle possibili declinazioni e metodologie operative.

---

## **Il modello di consulenza**

### *Obiettivi del percorso*

#### **Formazione "base"**

La cosiddetta "formazione base" viene svolta secondo un'impostazione didattica "frontale" ed ha come obiettivo quello di introdurre il CSV nel mondo del marketing e della comunicazione integrata. Le finalità sono quelle di creare una cultura "di base" sui linguaggi del marketing e di fare il punto sulle ultime tendenze comunicative in voga.

#### **Formazione e analisi organizzativa**

Il processo integrato di formazione e analisi dell'organizzazione viene avviato da n. 2 incontri:

- n.1 incontro con i dirigenti organizzativi;
- n.1 incontro con il gruppo di lavoro individuato all'interno dell'organizzazione.

A conclusione degli incontri previsti viene redatta una relazione sul percorso istituzionale attualmente seguito dal CSV e sugli sviluppi auspicabili in seguito all'adozione di una buona cultura del marketing organizzativo. Questo lavoro permette di comprendere e sviluppare il "know how" organizzativo, su cui poi viene implementato uno specifico e ben attagliato piano di marketing.

## Il percorso e i risultati

### Modalità di svolgimento

- Presentazione della parabola storica tracciata dalla tecnologia del marketing, “dal marketing 1.0 al marketing 2.0” fino alle ultime tendenze, per poi affrontare e definire le specificità richieste dal marketing per le organizzazioni non profit, quasi ultime impegnate oggi ad affacciarsi sui mercati privati per la vendita dei propri servizi sociali a seguito della privatizzazione del welfare sociale;
- definizione teorica dei concetti manageriali di mission, vision e sistema valoriale “manifesto”, per accompagnare l’organizzazione verso la presa di coscienza piena della propria mission e della rispettiva vision istituzionale;
- apprendimento condiviso dell’“ABC del marketing”, ovvero come rendere unico il proprio prodotto o servizio sociale attraverso la messa in atto di strategie, tecniche e strumenti “base” del marketing;
- rassegna di esemplificazioni e di approfondimenti teorici utili per preparare ed attuare un efficace piano di marketing;
- raccolta di indicazioni utili per gettare le fondamenta di una comunicazione efficace che faccia leva sul vantaggioso apporto offerto dalla tecnologia della comunicazione integrata;
- presentazione di strategie comunicative che consentano di realizzare campagne marketing efficaci a fronte di budget contenuti, usufruendo delle enormi potenzialità comunicative offerte dalla rete internet per la comunicazione di prodotti e servizi;
- definizione degli stili relazionali da adottare con i diversissimi organi d’informazione esistenti nell’“era del WEB 2.0”;
- presentazione dei modelli di business esistenti e approfondimento di un modello individuato appositamente per suggerire all’organizzazione interessata le modalità utili per individuare un metodo di marketing vincente.

## Investimento

L’investimento richiesto è di **6.900 Euro** + IVA + Spese di trasferta.

L’investimento, inoltre, è comprensivo delle seguenti attività:

- Analisi e definizione del percorso personalizzato
- n. 8 incontri “in house”
- Stesura della documentazione finale
- Coordinamento generale e segreteria organizzativa.

La consulenza è un servizio che si deve adattare alle esigenze del committente, pertanto le ipotesi formulate devono essere considerate come punto di riferimento.

Sarà cura di ConfiniOnline procedere, sulla base delle indicazioni di cui sopra, ad elaborare proposte specifiche per le esigenze particolari dei committenti.



# Un piano di Marketing per lo sviluppo dei servizi al volontariato

## *Gli obiettivi strategici della proposta*

Il marketing è chiamato oggi a modificare la propria impostazione gerarchica, asimmetrica e unidirezionale per dare sempre più spazio e ascolto alle persone cui si rivolge e con le quali comunica, quindi ai consumatori, alle reti e associazioni di consumatori che si vanno sviluppando in tutto il mondo.

## **Il nostro approccio**

Visione, ispirazione e motivazione sono i valori che innovano e sono posti alla base dell'utilizzo degli strumenti di marketing. In altri termini, il marketing, inteso come sistema valoriale, concettuale e strumentale, è chiamato oggi a rinnovarsi per esercitare una funzione chiave nella riscoperta e promozione di quelle prerogative e specificità umane, e quindi relazionali, che consentono di perseguire il bene comune e la promozione piena di aspettative e desideri della persona umana.

## **Il modello di consulenza**

### *Obiettivi del percorso*

#### **Formazione "base"**

La cosiddetta "formazione base" viene svolta secondo un'impostazione didattica "frontale" ed ha come obiettivo quello di introdurre il CSV nel mondo del marketing e della comunicazione integrata. Le finalità sono quelle di creare una cultura "di base" sui linguaggi del marketing e di fare il punto sulle tendenze comunicative attualmente in voga.

#### **Analisi organizzativa**

Il processo integrato di formazione e analisi dell'organizzazione viene avviato da n. 2 incontri:

- n.1 incontro con i dirigenti organizzativi;
- n.1 incontro con il gruppo di lavoro individuato all'interno dell'organizzazione.

A conclusione degli incontri previsti viene redatta una relazione sul percorso istituzionale attualmente seguito dal CSV e sui possibili sviluppi auspicabili in seguito all'adozione di una buona cultura del marketing organizzativo. Questo lavoro permette di comprendere e sviluppare il "know how" organizzativo, su cui poi viene implementato uno specifico e dettagliato piano di marketing.

#### **Accompagnamento operativo**

A seguito dei momenti di formazione e analisi organizzativa è previsto un supplementare periodo di accompagnamento operativo votato al raggiungimento dei primi e fondamentali obiettivi comunicativi che sono andati a delinearsi durante la prima fase consulenziale.

## Il percorso e i risultati

### Modalità di svolgimento

La “formazione base” sul marketing 1.0, passando per quello 2.0 per arrivare alle ultime pratiche comunicative e tendenze marketing:

- presentazione della parabola storica tracciata dalla tecnologia del marketing, “dal marketing 1.0 al marketing 2.0” fino alle ultime tendenze, per poi affrontare e definire le specificità richieste dal marketing per le organizzazioni non profit, impegnate oggi ad affacciarsi sui mercati privati per la vendita dei propri servizi sociali a seguito della privatizzazione del welfare sociale;
- definizione di un modello di marketing per il futuro, dal marketing “verticale” a quello “orizzontale”;
- presentazione del modello marketing delle tre “i” e del processo di transizione verso un marketing trainato dai valori.

L’analisi organizzativa per il marketing: mission, vision e sistema valoriale “manifesto”:

- definizione teorica dei concetti manageriali di mission, vision e sistema valoriale “manifesto”, per accompagnare l’organizzazione verso la presa di coscienza piena della propria mission e della rispettiva vision istituzionale;
- presentazione della teoria marketing del “brand management”;
- stesura di un “manifesto dei valori”;
- individuazione di brand, logo e introduzione al “processo di branding”;
- definizione della strategia delle “4 V”.

Preparazione e implementazione di un piano di marketing:

- individuazione e traduzione comunicativa del modello di business organizzativo;
- redazione del piano di marketing;
- implementazione del piano di comunicazione integrato.

## Investimento

L’investimento richiesto è di **9.600 Euro** + IVA + Spese di trasferta.

L’investimento, inoltre, è comprensivo delle seguenti attività:

- Analisi e definizione del percorso personalizzato
- n. 12 incontri “in house”
- Stesura della documentazione finale
- Coordinamento generale e segreteria organizzativa.

La consulenza è un servizio che si deve adattare alle esigenze del committente, pertanto le ipotesi formulate devono essere considerate come punto di riferimento.

Sarà cura di ConfiniOnline procedere, sulla base delle indicazioni di cui sopra, ad elaborare proposte specifiche per le esigenze particolari dei committenti.





# Risorse Umane

# Team coaching e valorizzazione delle risorse umane

## *Gli obiettivi strategici della proposta*

L'approccio del team coaching alla gestione delle risorse umane si fonda sugli stessi principi del coaching e costituisce una forma di allenamento volta a capacitare e potenziare l'incisività organizzativa di una squadra operativa.

Allenare una squadra significa renderla "capace" di ottenere determinati risultati secondo le indicazioni dell'allenatore, le regole del gioco, gli schemi previsti per assicurarsi risultati entro termini stabiliti.

---

## **Il nostro approccio**

Il percorso di consulenza comprende n. 4/5 giornate, suddivise tra sessioni di coaching individuale (con approccio di "coaching breve"), team coaching e formazione trasformativa, organizzate in maniera organica ed integrata in accordo con il CSV interessato.

La proposta consulenziale conferisce, come minimo comun denominatore di ogni sviluppo metodologico, priorità e centralità alle persone e agli obiettivi organizzativi dichiarati, al fine di ispirare e produrre trasformazioni istituzionali permanenti.

---

## **Il modello di consulenza**

### *Obiettivi del percorso*

Risulta fondamentale nell'approccio del team coaching al tema della gestione delle risorse umane la definizione di un obiettivo di miglioramento condiviso, che può essere rilevato e identificato in diverse aree e ambiti della vita organizzativa osservando le seguenti evoluzioni istituzionali:

- crescita della coesione e dell'efficacia relazionale misurabile all'interno del team di lavoro;
- incremento delle capacità decisionali osservabili nelle posizioni dirigenziali e di quelle produttive ravvisabili nei ruoli operativi;
- conferimento di efficacia alla gestione delle riunioni organizzative e dei meeting del team di lavoro.

---

## Il percorso e i risultati

### *Modalità di svolgimento della consulenza*

La proposta di accompagnamento organizzativo sul tema della gestione delle risorse umane si svolge secondo le seguenti modalità operative:

- incontri individuali e/o di gruppo in sede organizzativa calibrati sullo specifico programma di politica delle risorse umane definito nel corso di un primo incontro conoscitivo e orientativo;
- in base alle specifiche esigenze istituzionali riscontrate, è possibile eseguire indagini per la valutazione del clima aziendale, test "a 360°" o "assessment" per la valutazione della performance organizzativa (on demand).

### *Produzione finale*

La presente proposta mira a raggiungere e centrare i seguenti obiettivi di sviluppo organizzativo:

- migliorare i risultati individuali e rafforzare l'efficacia operativa dell'organizzazione;
- facilitare processi di comunicazione organizzativa al fine di migliorare il clima aziendale;
- favorire la formazione di una squadra di lavoro coesa e affidabile;
- ispirare l'evoluzione dei ruoli manageriali, integrando l'abilità professionale nella gestione dei processi con quella umana e performante le organizzazioni nel stimolare la crescita personale dei collaboratori e lo sviluppo sostenibile di ambienti e contesti istituzionali.

---

## Investimento

L'investimento richiesto è di **3.800 Euro** + IVA + Spese di trasferta + Costo servizi on demand.

L'investimento, inoltre, è comprensivo delle seguenti attività:

- Analisi e definizione del percorso personalizzato
- n. 4 incontri "in house"
- Stesura della documentazione finale
- Coordinamento generale e segreteria organizzativa.

La consulenza è un servizio che si deve adattare alle esigenze del committente, pertanto le ipotesi formulate devono essere considerate come punto di riferimento.

Sarà cura di ConfiniOnline procedere, sulla base delle indicazioni di cui sopra, ad elaborare proposte specifiche per le esigenze particolari dei committenti.



# Fundraising

# Fundraising per i servizi al volontariato

## *Gli obiettivi strategici della proposta*

Scopo di questa proposta è quello di accompagnare i CSV destinatari nell'analisi e nell'implementazione di azioni di raccolta fondi finalizzate a sostenerne l'attività "tipica".

---

## **Il nostro approccio**

L'attività di consulenza si esplica attraverso una prima fase che prevede l'analisi dei contesti nei quali il CSV interlocutore opera e delle fonti di approvvigionamento delle risorse esistenti. Gli obiettivi del percorso possono essere così sintetizzati:

- formare delle risorse umane in grado di portare avanti l'attività di raccolta fondi;
- costituire una "funzione" di fundraising stabile all'interno del CSV;
- fornire un metodo di lavoro per organizzare e implementare l'attività di raccolta fondi;
- diffondere la cultura della dono in modo che il fundraiser non resti isolato in questa attività ma, al contrario, tutta l'organizzazione lo supporti nella sua azione.

---

## **Il modello di consulenza**

### *Obiettivi del percorso*

La proposta prevede un percorso formativo, che ha come interlocutori le persone destinate a occuparsi di raccolta fondi e tutti coloro che partecipano alla vita organizzativa del CSV interessato, sulle tematiche riguardanti i seguenti punti:

- principi e valori alla base del fundraising;
- quali spazi per la raccolta fondi per il volontariato;
- perché i donatori dovrebbero sostenere un CSV;
- raccolta fondi per attività proprie e raccolta fondi per la progettazione sociale;
- organizzare una "funzione" o ufficio di fundraising;
- "sponsoring": opportunità per i CSV, potenzialità e differenze rispetto alle donazioni;
- costruire partnership tra imprese profit e non profit.

## Il percorso e i risultati

### *Modalità di svolgimento*

La proposta di accompagnamento organizzativo suggerisce il perseguimento di due percorsi alternativi, che si differenziano in ordine ai contesti interni ed esterni nei quali il CSV destinatario si trova a operare, al grado di preparazione e di esperienza delle persone che vi lavorano, alle necessità e bisogni che quest'ultime esprimono.

#### **Proposta "base"**

Una prima formula di servizio consulenziale prevede l'organizzazione di n. 9 incontri suddivisi e finalizzati in base ai risultati attesi:

- n. 2 incontri per analisi e "check up" del CSV dal punto di vista delle attività di fundraising e della relativa comunicazione in essere;
- n. 3 incontri di formazione per il gruppo di fundraising e per il referente incaricato del coordinamento del gruppo;
- n. 4 incontri di supporto personalizzato per una singola campagna individuata dal gruppo.

#### **Proposta "completa"**

Una seconda formula di servizio consulenziale denominata "completa" accompagna il CSV destinatario dalla fase di formazione dei referenti e del gruppo di fundraising fino a quella di redazione di un piano generale di fundraising, dedicando parte della consulenza alla sperimentazione personalizzata del metodo da svilupparsi nell'arco di n. 8/10 mesi (con incontri ogni n. 10/15 giorni per un totale di n. 15 incontri):

- formazione per il gruppo del fundraising e per il suo referente;
- accompagnamento del gruppo e del referente nella fase di start up dell'attività di fundraising;
- redazione di un piano strategico di fundraising parametrato sui bisogni e sulle potenzialità concrete del CSV interessato.

#### **Produzione finale "base"**

La proposta "base" di accompagnamento organizzativo prevede l'ideazione e la gestione di una campagna di fundraising articolandosi nelle seguenti azioni:

- ideazione di una campagna di raccolta fondi;
- redazione di un piano di fundraising dedicato alla campagna promossa;
- accompagnamento nella sperimentazione dell'attività di raccolta fondi durante tutto il periodo di attivazione della campagna promossa.

#### **Produzione finale "completa"**

La proposta "completa" di accompagnamento organizzativo prevede lo start up dell'attività di fundraising articolandosi nelle seguenti azioni:

- ideazione di un progetto di raccolta fondi;
- redazione di un piano di fundraising completo;
- accompagnamento alla sperimentazione di attività di raccolta fondi durante tutto il periodo di presenza del consulente.

---

## Investimento

L'investimento richiesto:

- Proposta "base": **7.200 Euro** + IVA + Spese di trasferta.  
Il prezzo riguarda n. 9 incontri "in house"
- Proposta "completa": **13.500 Euro** + IVA + Spese di trasferta.  
Il prezzo riguarda n. 15 incontri "in house"

L'investimento, inoltre, è comprensivo delle seguenti attività:

- Analisi e definizione del percorso personalizzato
- Stesura della documentazione finale
- Coordinamento generale e segreteria organizzativa.

La consulenza è un servizio che si deve adattare alle esigenze del committente, pertanto le ipotesi formulate devono essere considerate come punto di riferimento.

Sarà cura di ConfiniOnline procedere, sulla base delle indicazioni di cui sopra, ad elaborare proposte specifiche per le esigenze particolari dei committenti.





---

## Contatti:

### ***ConfiniOnline - Le regole del Non Profit***

Via Kufstein, 5  
38121 Trento  
tel. 0461 036690  
fax 0461 1866411  
[www.confinionline.it](http://www.confinionline.it)

### **Alessandro Duranti**

*Responsabile Sviluppo Progetti ConfiniOnline*  
[serviziocommerciale@confinionline.it](mailto:serviziocommerciale@confinionline.it)  
mobile 333 4986141

### **Fabio Bazzanella**

[redazione@confinionline.it](mailto:redazione@confinionline.it)  
mobile 347 9100393

### **Luciano Zanin**

*Direttore Scientifico*  
[luciano.zanin@confinionline.it](mailto:luciano.zanin@confinionline.it)  
mobile 349 6064311