



| Professioni del Futuro

## Digital Fundraiser: l'identikit completo di una delle professioni più indispensabili del momento

Il digitale / tech hanno aperto scenari ampi per la raccolta fondi in ambito no profit. Come svilupparne il potenziale? Quattro chiacchiere con Elena Zanella


 117 


**Alberto Maestri**  
Digital Editor  



Pubblicato il 27 novembre 2017

I **media digitali** hanno aperto grandi prospettive in termini di **raccolta fondi online**. Basta pensare a realtà come **KickStarter**, **IndieGoGo** o **altri business** sono cresciuti in modo esponenziale, facendo proprio del micro-finanziamento online una leva di sviluppo e creazione di valore condiviso. D'altra parte, in un'era di **risorse (economiche, ma non solo) scarse**, ottenere i finanziamenti diventa sempre più una **questione "di vita"**.

Per tale ragione, il **Digital Fundraiser** è diventata una vera e propria professione. Digitale, ma non solo: perché affonda le proprie competenze nel **fundraising tradizionale**, per poi arricchirsi di prospettive e strumenti grazie al cosciente utilizzo delle **nuove tecnologie**.

Una domanda allora sorge **spontanea**: chi è, cosa fa e dove lavora il Digital Fundraiser?

Per chiarirne il profilo ed esplorarne le competenze, ho fatto una chiacchierata di grande interesse con **Elena Zanella**, consulente, speaker, CEO della **Fundraising Academy** e **principale referente del (digital)**

**fundraising in Italia** – nonché Autrice di *“Digital Fundraiser. La guida essenziale per chi fa raccolta fondi online”*.



Buona lettura!

## **Il profilo del Digital Fundraiser**

**Ciao Elena, e benvenuta su Ninja Marketing. Una domanda “calda”, per iniziare: chi e cosa fa il Digital Fundraiser?**

Buongiorno a te Alberto, ai lettori e a tutta la Redazione 😊

Il fundraiser è la persona a cui corre il compito di occuparsi del reperimento delle risorse utili all’organizzazione per poter svolgere le proprie attività sociali e concorrere a favorire la sostenibilità dell’organizzazione stessa. Il digital fundraiser ha il medesimo compito ma si occupa di tutto ciò che è legato al web.

Detto più semplicemente, il digital fundraiser è quella persona che all’interno di un’organizzazione nonprofit o di un ente pubblico ha il compito di studiare, pianificare, avviare e mantenere attiva la relazione con le proprie community al fine di mantenere sempre alta l’attenzione verso la buona causa.

Posizionamento, monitoraggio, analisi, ingaggio, conversione e comunicazione sono gli aspetti attorno ai quali ruota l’attività ordinaria, molto straordinaria direi, del digital fundraiser.

## **Il toolkit del Digital Fundraiser**

## **Tu sei partita dal mondo del fundraising, senza la parola “digitale”. In che modo i Social Media e le nuove tecnologie hanno impattato nelle dinamiche di fundraising?**

Le nuove tecnologie e i media sociali in particolare hanno e avranno un ruolo sempre più da protagonisti nelle scelte legate fundraising. Il costo contatto ridotto e l'analisi immediata dei risultati rendono il mezzo strategico per il nonprofit che può permettersi di sperimentare strade diverse senza investimenti eccessivi, individuando, allo stesso tempo, i canali più confidenti attraverso i quali l'organizzazione può meglio raccontare la propria attività, attraverso cui meglio interagire con la propria community, mantenerla attiva e convertirla al dono. Anche la “relativa”, ma sappiamo bene non essere così, facilità d'uso dei mezzi ne hanno favorito la larga adozione.

La semplicità, tuttavia, spesso si accompagna a banalità d'uso e qui sta appunto il grande limite e la contraddizione: il pensiero comune che basti pubblicare, non importa come, non importa quando, non importa cosa, et le voilà tutto magicamente succede, è ancora diffuso e difficile a morire. Nella comunicazione digitale, come nella comunicazione in genere, occorrono professionalità che faticano ancora ad affermarsi, appunto perché ritenute – erroneamente, come sappiamo – praticabili da chiunque, e da chiunque abbia un pc e una connessione, come in questo caso.



**Si cita spesso il mobile come paradigma che rivoluziona il modo di fare comunicazione e interazione tra soggetti e persone. In che modo è possibile raccogliere fondi da mobile? Sarà possibile immaginare un fundraising mobile only, o il desktop a tuo avviso rimarrà un mondo imprescindibile?**

Il grado di penetrazione del mobile ci porta a dire che sarà questo è il mezzo preferito ora e che molto probabilmente sarà il mezzo preferito anche in futuro. Ciò significa che dobbiamo guardare al mobile nelle

scelte strategiche, adeguando le modalità di accesso al dono al consumo da questo tipo di device.

Tuttavia, occorre essere obiettivi: l'esperienza insegna che ogni strumento che ha avuto una grande diffusione non verrà mai mandato in pensione definitivamente, o almeno non in tempi brevi. Pensiamo alla carta: io sono una patologica del web ma l'odore della carta ha un fascino insostituibile per me; o pensiamo all'uso del fax: quanti sono gli enti e le persone che ne fanno ancora lago uso? Il bollettino di conto corrente postale è ancora il mezzo preferito ma questo perché a donare sono le persone con età più matura e quindi meno incline all'uso dei mezzi elettronici. E via di questo passo.

Occorre lasciare al donatore la scelta di come donare e quindi ci corre l'obbligo di dotarci di tutti le modalità possibili, dalle più moderne a quelle che riteniamo ormai superate e che superate non sono affatto. Certo la paura di lasciare i propri dati personali è ancora una barriera importante e credo verrà solo superata da una maggior cultura circa i sistemi di sicurezza attivi ora e attivabili in futuro. La garanzia non la dà nessuno ma questo è vero in ogni contesto, dentro e fuori dal web.



## Il Digital Fundraiser, all'opera

**Ma di digital fundraiser, hanno bisogno solo le organizzazioni no profit?**

Il digital fundraiser è una figura nuova e potente: alle qualità e competenze del social media manager, combina le soft skills che devono contraddistinguere una persona che si occupa di sociale. La massimizzazione dei risultati rispetto al raggiungimento di un beneficio sociale condiviso ha, a mio modo di vedere, nettamente più valore e fascino di quanto possa avere un prodotto in vendita, per quanto bello sia.

Quindi, sì.

Il digital fundraiser potrebbe usare qualità che impatterebbero non poco sul profit, a patto che lo voglia, naturalmente. Conosco digital fundraiser a cui il vestito del digital strategist in una company stava molto stretto e hanno voluto rientrare nel nonprofit accettando dei compromessi non sempre di vantaggio. La qualità delle cose che promuovi e il senso di appartenenza a una buona causa hanno per alcuni il sopravvento rispetto al quanto ti porti a casa in termini economici.

### Il più bel caso di digital fundraising che hai gestito.

Il mio compito è più di orientamento e strategia, poi il lavoro quello vero, quello operativo, viene fatto internamente. Con Uildm, ad esempio, l'individuazione dell'impianto per la creazione di un nuovo portale che confacesse alle esigenze di un'organizzazione in espansione, con un rinnovato posizionamento identitario e una modalità di interazione con l'utenza moderna e costante, è stato lo stimolo per la realizzazione di un portale molto attivo e orientato al fundraising su cui l'associazione declinerà, nel prossimo futuro, i siti di sezione con modalità che varieranno a seconda delle esigenze e delle complessità di ciascuno.

Tutto, però, molto orientato al fundraising e dunque alla costruzione dell'ingaggio, del mantenimento della relazione e l'offerta di modalità di dono differenti.

L'attenzione all'utente in primis, e naturalmente a una comunicazione costante, crossmediale, integrata <http://uildm.org/>. Per un progetto così bello ed efficace ci vogliono visione, volontà di fare le cose, investimenti: con Uildm ho trovato terreno fertile e i risultati si vedono, giorno dopo giorno. Squadra fantastica!

---

#### SCRITTO DA



#### Alberto Maestri

Digital Editor

Diplomato in Marketing e Strategia all'Università di Modena e Reggio Emilia e in Digital Marketing all'Institute of Direct and Digital Marketing (IDM) di Londra. ...

[continua](#)



---

#### CONDIVIDI QUESTO ARTICOLO

<http://www.ninjamarketing.it/2017/11/27/digital-fundr>

Segui [Alberto Maestri](#) su [Twitter](#) .  
Amiamo ricevere i tuoi commenti a [ideas@ninjamarketing.it](mailto:ideas@ninjamarketing.it)

---

#### LEGGI ANCHE

---

**Nasce un partito delle startup: «vogliamo un Ministro del...  
Ecco l'aeroporto più grande del mondo (lo ha...  
La lezione del fallimento di una startup (e di Shark Tank)**