

MAJOR DONOR LAB • AUTOVALUTAZIONE

La tua organizzazione è pronta a costruire relazioni con i grandi donatori?

5 minuti per capire quanto è pronta la tua organizzazione e quali basi rafforzare per costruire relazioni di fiducia con i grandi donatori.

Major Donor Lab by Simona Santojanni | www.simonasantojanni.com

Prima di iniziare

Molte organizzazioni pensano che, se la raccolta fondi da grandi donatori non cresce, il problema sia non aver ancora trovato donatori abbastanza generosi. Nella pratica, il vero ostacolo è quasi sempre altrove: nella capacità dell'organizzazione di costruire una relazione autentica e basata sulla fiducia quando emerge un potenziale donatore promettente.

Questa autovalutazione prende in esame cinque aree che determinano quanto un'organizzazione sia pronta a lavorare con i grandi donatori. Per ogni affermazione, spunta la casella solo se è vera oggi, non se speri che lo diventi tra sei mesi. Valuta con onestà: è uno strumento diagnostico, non una pagella.

Alla fine, conta le caselle spuntate e consulta la guida al punteggio per capire da dove iniziare.

1. Relazioni con i donatori e fiducia

Le fondamenta. La raccolta fondi da grandi donatori è prima di tutto una disciplina relazionale, e solo dopo una disciplina di fundraising.

- ☐ Sappiamo nominare i nostri 10 principali donatori o prospect senza dover consultare il database.
- ☐ Qualcuno nel nostro team incontra regolarmente grandi donatori e prospect di persona (o in video), non solo via email o attraverso lettere di richiesta.
- ☐ Sappiamo perché ciascuno dei nostri grandi donatori o prospect tiene alla nostra causa, al di là del fatto che "ha disponibilità economica".
- ☐ Abbiamo un piano per costruire fiducia con un prospect nel corso dei mesi, non solo per formulare una richiesta nella prossima campagna.
- ☐ I donatori ricevono da noi buone notizie e aggiornamenti, non solo comunicazioni quando abbiamo bisogno di qualcosa.

2. Cultura interna e coinvolgimento della leadership

Il lavoro con i grandi donatori richiede il sostegno della leadership. Senza questo supporto, anche un buon piano rischia di fermarsi.

- ☐ La nostra leadership (CEO, Consiglio di amministrazione o entrambi) sostiene attivamente lo sviluppo delle relazioni con i grandi donatori, non soltanto la raccolta fondi annuale.
- ☐ Il nostro Consiglio di amministrazione comprende il proprio ruolo nell'aprire contatti, nella stewardship o nelle richieste - e almeno alcuni membri lo svolgono attivamente.
- ☐ Le relazioni con i grandi donatori sono considerate una priorità strategica, non un progetto secondario da seguire quando resta tempo.
- ☐ Abbiamo aspettative realistiche: sappiamo che i risultati della raccolta fondi da grandi donatori si costruiscono nell'arco di 12-24 mesi, non in un trimestre.

3. Sistemi e infrastruttura

Senza un sistema per tracciarle, le relazioni si perdono. Sistemi efficaci (ed efficienti) proteggono la memoria istituzionale.

- ☐ Abbiamo un database dei donatori o un CRM (anche un foglio di calcolo ben gestito) che teniamo sempre aggiornato.

- ☐ Per ogni prospect e donor registriamo la data dell'ultimo contatto e la prossima azione prevista.
- ☐ Abbiamo un modo per segmentare i donatori in base alla capacità di donare e all'affinità con la nostra organizzazione.
- ☐ Se domani la persona responsabile dei grandi donatori lasciasse l'organizzazione, qualcun altro potrebbe riprendere le relazioni senza ricominciare da zero.

4. Strategia e definizione delle priorità

Essere pronti significa sapere su chi concentrarsi e perché - non trattare tutti i donatori allo stesso modo.

- ☐ Abbiamo identificato una lista definita di potenziali grandi donatori, non semplicemente una lista di "chiunque possa essere in grado di donare".
- ☐ Abbiamo una strategia scritta per i grandi donatori o un piano di relazione per quest'anno, anche di una sola pagina.
- ☐ Sappiamo costruire una proposta convincente per una donazione importante, che vada oltre il nostro *annual appeal*.
- ☐ Rivediamo i progressi delle relazioni con i grandi donatori con una cadenza regolare (mensile o trimestrale), non soltanto a fine anno.

5. Capacità e competenze del team

Anche una strategia solida ha bisogno di qualcuno con il tempo, le competenze e la sicurezza necessari per metterla in pratica.

- ☐ Almeno una persona nel team ha tempo effettivamente dedicato, ogni settimana, allo sviluppo delle relazioni con i grandi donatori.
- ☐ Questa persona si sente a proprio agio nel condurre una conversazione diretta, basata sui valori, su una possibile donazione significativa.
- ☐ Investiamo nello sviluppo delle competenze necessarie per lavorare con i grandi donatori (formazione, coaching o mentoring), invece di aspettarci che le persone imparino da sole on the job.
- ☐ Abbiamo un piano per garantire continuità nelle relazioni con i grandi donatori in caso di cambiamenti nel team.

Il tuo punteggio

Conta tutte le caselle che hai spuntato nelle cinque sezioni (21 affermazioni in totale), poi individua la fascia corrispondente.

0-5	Non ancora pronti	Il punto non è la generosità dei donatori, ma la solidità delle fondamenta. Parti dal coinvolgimento interno e da un sistema semplice prima di intensificare il lavoro sui prospect, altrimenti sarà difficile dare continuità alle prime conversazioni.
6-11	Le fondamenta stanno prendendo forma	Gli elementi ci sono, ma non sono ancora coerenti. Individua la sezione con il punteggio più basso e dedicale i prossimi tre mesi prima di ampliare la lista dei prospect.
12-17	Pronti per iniziare	Hai abbastanza elementi in campo per avviare un lavoro strutturato di relazione con i prospect. Ora concentrati sulla continuità: un piano scritto e momenti regolari di revisione accelereranno i risultati.
18-21	Pronti per i grandi donatori	Le fondamenta sono solide. Ora puoi far crescere il programma senza perdere qualità: rafforzare la stewardship e aumentare il numero di relazioni di fiducia che la tua organizzazione riesce a gestire bene.

Il punto essenziale

Qualunque sia il tuo punteggio, il principio è lo stesso: raramente un'organizzazione fatica con i grandi donatori perché non riesce a trovare persone generose. La difficoltà nasce quando mancano la relazione, la fiducia, i sistemi e l'attenzione costante necessari per accogliere quella generosità in un modo consone alla realtà culturale in cui si opera.

Le grandi donazioni arrivano dove c'è fiducia. Costruisci prima la fiducia: le donazioni vengono dopo.

Il tuo punteggio è un punto di partenza. Segui gli aggiornamenti di Major Donor Lab per ottenere idee pratiche, strumenti e indicazioni per rafforzare il tuo programma di grandi donatori e costruire relazioni più solide e durature.

In bocca al lupo!