

EVENTI PER IL FUNDRAISING

Prezzo: **Prezzo di listino**
26,00 € **Prezzo a te riservato**
24,70 €



Codice	9788891627162
Tipologia	Libri
Data pubblicazione	4 giu 2018
Reparto	Economia, LIBRI
Argomento	Economia generale
Autore	Bedogni Nicola
Editore	Maggioli

ORGANIZZARE EVENTI DI SUCCESSO PER LA RACCOLTA FONDI

In una società in cui la richiesta di relazione e di esperienze è in continua crescita e il marketing esperienziale è l'ultima frontiera del coinvolgimento dei "don-attori", l'evento rappresenta la migliore soluzione per sviluppare proficui processi di comunicazione, raccolta e fidelizzazione. Nel ventaglio di strumenti a disposizione del fundraiser, l'organizzazione di eventi ha la caratteristica peculiare di mettere in campo una miscela vincente di tecniche capaci di radunare intorno a sé diversi mondi (aziende, privati, enti, fondazioni, media) e diversi modi di vivere la donazione (erogazioni, merchandising, gift in kind, mediapartnership, sponsorizzazioni).

Da dove nasce l'idea? Di quali risorse avrò bisogno? Cosa devo prevedere? Come posso pianificare il lavoro? Quali fonti devo consultare? Chi posso coinvolgere? Quanto posso raccogliere e quanto spendere?

Partendo dalla definizione semantica di evento applicheremo diverse metodologie, con il supporto di tool digitali ad integrazione del testo, capaci di orientarci nel complesso tragitto compreso tra l'idea iniziale e la rendicontazione finale. Il libro è rivolto a tutti coloro che vogliono intraprendere o migliorare il percorso organizzativo di un evento fundraising oriented scoprendo passo passo le tecniche e gli strumenti più indicati per la sua realizzazione.

Capitolo 1 L'evento - Forma e sostanza

1.1 La complicata forma dell'evento - un "ornitorinco tipologico"

1.1.1 I quattro regni di classificazione

1.1.1.1 Regno del tempo

1.1.1.2 Regno dello spazio

1.1.1.3 Regno del contenuto

1.1.1.4 Regno della strategia

1.2 La complessa sostanza dell'evento - uno e trino

1.2.1 ACCADERE - La dimensione dell'esperienza

1.2.1.1 Percorso esperienziale

1.2.1.2 Diverse tipologie di esperienza

1.2.1.3 L'Homo Festus

1.2.2 DIVENIRE - La dimensione del progetto

1.2.2.1 Analisi PEST

1.2.2.2 Analisi SWOT

1.2.2.3 Brainstorming

1.2.2.4 Modello CANVAS

1.2.2.5 Mappa delle relazioni

1.2.2.6 OBS

1.2.2.7 WBS

1.2.2.8 Matrice RAM

1.2.2.9 Matrice Gantt

1.2.3 RIUSCIRE - La dimensione della strategia

1.2.3.1 Le ragioni dell'organizzazione

1.2.3.2 Le ragioni del pubblico

Capitolo 2 La figura dell'Event Fundraising Manager (EFM)

2.1 Ambidestrismo comportamentale

2.2 Gestione dello stress: lo zen e l'arte di organizzare eventi

2.3 Un aiuto concreto: i Comitati Organizzatori

2.4 Il valore aggiunto del non profit

2.5 La Regola aurea

2.6 Come scegliere l'evento giusto

Capitolo 3 I principali pezzi del puzzle evento

3.1 Le persone

3.1.1 Il pubblico

3.1.1.1 Caratteristiche demografiche

3.1.1.2 Caratteristiche socio-economiche

3.1.1.3 Caratteristiche psicografiche

3.1.1.4 Caratteristiche geografiche

3.1.2 Il team evento

3.2 Il posto

3.2.1 Come trovarlo

3.2.2 Il sopralluogo

3.3 Il periodo

3.4 Il prezzo

3.5 Il programma

3.5.1 Accoglienza

3.5.2 Catering

3.6 I partner

3.6.1 Mediapartner

3.6.2 Patrocinatori

3.6.3 Sponsor

3.7 La promozione

Capitolo 4 L'evento passo per passo

4.1 La genesi

4.2 L'obiettivo strategico

- 4.3 Le fasi organizzative
- 4.4 Fase preliminare - Analisi e concept
 - 4.4.1 Definizione dell'Idea
 - 4.4.2 Analisi del contesto
 - 4.4.3 Scheda Evento
 - 4.4.4 Obiettivi e Indicatori
- 4.5 Fase intermedia - Pianificazione
 - 4.5.1 La scomposizione del lavoro - WBS
 - 4.5.2 La tempificazione del lavoro
 - 4.5.3 Scadenze e pietre miliari
 - 4.5.4 Assegnazione dei ruoli
 - 4.5.5 Il piano generale dell'evento
 - 4.5.6 Gestione dei rischi
 - 4.5.7 Il Budget
- 4.6 Fase esecutiva - Attuazione (gestione e realizzazione)
- 4.7 Fase conclusiva - Chiusura (valutazione e rendiconto)
 - 4.7.1 Rendiconto economico
 - 4.7.2 Rendiconto dei risultati
 - 4.7.3 Lesson Learned
 - 4.7.4 Archivio
 - 4.7.5 Follow-up
- Capitolo 5 Conclusioni
- I trend del futuro
- Bibliografia
- Sitografia
- Indice delle Figure e delle Tabelle

Rimaniamo a disposizione per qualsiasi ulteriore chiarimento allo 0461.232337 o 0461.980546
oppure via mail a : servizioclienti@libriprofessionali.it
www.LibriProfessionali.it è un sito di Scala snc Via Solteri, 74 38121 Trento (Tn) P.Iva 01534230220

