

Maveco per il Terzo Settore

Fund Raising - Marketing sociale - Progettazione

*“Il Fund Raising è la nobile arte di insegnare alle persone
la gioia di donare” (Henry Rosso)*



Catalogo terzo settore e Associazionismo - 2014

PRESENTAZIONE CORSI PER LE ORGANIZZAZIONI DEL TERZO SETTORE

Strategie di marketing, Comunicazione e Fundraising:

“Una sfida e una necessita per le organizzazioni sociali”

Il **Centro di formazione Maveco** è impegnato nella formazione delle organizzazioni no profit su diverse tematiche fondamentali per lo sviluppo, crescita e professionalizzazione delle organizzazioni del Terzo Settore. Inoltre offre consulenza e supporto alla redazione Piani di Marketing per le organizzazioni no profit, Piani di Fund Raising e progettazione e redazione di programmi socio-culturali e redazione di progetti formativi, in risposta a bandi di finanziamento.

Il marketing sociale: può essere definito come l'utilizzo dei principi e delle tecniche del marketing per influenzare un gruppo target ad accettare, rifiutare, modificare o abbandonare un comportamento in modo volontario, allo scopo di ottenere un vantaggio per i singoli, i gruppi o la società nel suo complesso. Le organizzazioni non profit sentono in maniera crescente la necessità di operare sulla base di logiche strategiche, applicando al proprio settore le leve di marketing comunemente associate ad un approccio tradizionale di vendita. La pianificazione strategica di marketing rappresenta, infatti, una guida fondamentale per il raggiungimento degli obiettivi, in un contesto in cui diventa sempre più importante distinguersi, acquisire notorietà e considerare la soddisfazione dei propri target di riferimento.

In questo nuovo scenario, le organizzazioni che operano nel sociale, anche di piccole e medie dimensioni, si trovano nella situazione di dover formulare ipotesi di sviluppo di attività e prodotti, promuovere iniziative per accrescere la propria visibilità, diversificare e costruire alleanze, introdurre strumenti per proporsi nel mercato e incrementare la propria presenza.

Strategie e Piano di raccolta fondi: le organizzazioni sociali oggi si trovano ad affrontare una nuova sfida per poter raggiungere lo scopo sociale: trovare nuovi finanziamenti della sua missione, trovare in parte legata al contrarsi dei fondi pubblici, circa la propria sostenibilità. Tale sfida richiede da una parte, una nuova cultura del finanziamento a partire soprattutto dall'ambiente interno delle organizzazioni che operano nel sociale, e dall'altra, che si produca un rafforzamento della identità sociale, che permetta loro di essere accolte positivamente nel mercato del fund raising. Il fund raising svolge un ruolo centrale all'interno dell'ONP, attivando una serie di strategie, finalizzate ad assicurare nel tempo un continuo afflusso di risorse finanziarie elargite a titolo di donazione, per sostenere le attività istituzionali dell'organizzazione

La comunicazione: Saper creare messaggi persuasivi, saper creare i vari mezzi di comunicazione, definire e pianificare un campagna integrata di comunicazione, significa promuovere le proprie iniziative, farsi conoscere, rendersi visibili, permette alla organizzazione no profit di diffondere la propria missione, di raccogliere adesioni, trovare nuovi volontari, di far conoscere la propria causa, di avere una identità riconosciuta. Oggi la tecnologia offre tanti altri canali di comunicazione: dal web, alle presentazioni multimediali, alla email ai social network, ai blog, ecc. Saperli creare e utilizzare bene significa raggiungere tutti i target, di qualsiasi età e cultura, strategia fondamentale per le organizzazioni no profit.

Anche la **comunicazione interna e i interpersonale** ricopre un ruolo fondamentale per le organizzazioni no profit: è importante per sapersi esprimere, comunicare le proprie idee e opinioni in modo convincente, motivare i volontari, mantenere la coesione, lo spirito di gruppo, l'armonia interna e le relazioni ben salde. Inoltre è fondamentale acquisire le **abilità sociali e relazionali e le tecniche per comunicare in modo persuasivo**, skills strategiche per parlare con potenziali donatori, imprese, fondazioni e pubblici di riferimento.



Le strategie e gli strumenti del Marketing possono essere utilizzate con successo dalle organizzazioni del terzo settore (cooperative, associazioni, organizzazioni di volontariato, organismi religiosi, ecc). Ragionare in termini di Marketing permette ad una organizzazione di affrontare con intelligenza il mercato sociale, analizzare i bisogni dei vari targets e definire i servizi e i prodotti richiesti. Il corso permette ai partecipanti di acquisire le strategie e gli strumenti propri del marketing (adattati alle esigenze del terzo settore) che gli consentiranno di programmare e pianificare lo sviluppo e la crescita della onp in modo strategico, razionale e per il lungo termine.



La raccolta fondi (Fund Raising) è ormai diventata una attività strategica per le onp. Conoscere le metodologie, le strategie e gli strumenti per fare fund raising e saperli creare è garanzia di crescita, sviluppo e sostenibilità finanziarie per una organizzazione del terzo settore.

Il corso fornisce tutte le informazioni fondamentali e gli strumenti per implementare una attività e un piano di raccolta fondi strategico che dia sostenibilità nel breve-medio e lungo, che sia la guida per la ricerca di sostegni economici e finanziari pubblici e privati di diversa natura, creando un mix di fonti di finanziamento per le onp.



Fare non basta. Bisogna anche far sapere, **comunicando con efficacia e persuasione**. Saper promuovere le proprie iniziative, farsi conoscere, rendersi visibili, non è solo una questione di mera immagine, ma contribuisce a farsi conoscere e far conoscere le proprie iniziative ai cittadini, enti, imprese, fondazioni e collaborare insieme. Inoltre permette alla organizzazione no profit di avere una identità riconosciuta, di essere accettata come interlocutore nei tavoli del sociale, riuscire a catalizzare l'attenzione dei diversi soggetti locali, sull'importanza della mission che si persegue, ricevere contributi per le proprie iniziative dai cittadini, enti pubblici, imprese, fondazioni e collaborare con le organizzazioni per progetti di rete.

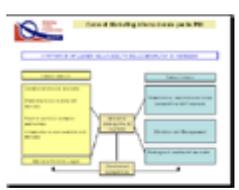
CATEGORIA		DESCRIZIONE		VALORI	
1
2
3
4
5
6
7
8
9
10

I bandi di finanziamento di enti pubblici e delle fondazioni bancarie e di impresa rappresentano uno degli strumenti fondamentali per le organizzazioni del terzo settore per finanziare le proprie attività. Comprendere le varie sezioni di un bando, i criteri, gli indicatori e saper redigere un progetto/programma di qualità è fondamentale per una onp, per il raggiungimento dei suoi scopi e per la sua sostenibilità finanziaria.



Il sito web, se ben ideato e progettato, può diventare uno strumento strategico di comunicazione e visibilità per una organizzazione no profit, per creare la propria identità, comunicare con i cittadini e i diversi soggetti economici del territorio e strumento per implementare diverse modalità di fund raising (raccolta fondi). Integrandolo con altri mezzi di comunicazione digitali di nuova generazione (e-mail professionali, newsletter, riviste digitali, blog, social network, e-book, ecc) il sito web della onp diventa un ufficio stampa, un punto di incontro, un luogo dove è possibile reperire informazioni e promuovere le iniziative a scopo sociale

<p>Campi di indagine del fundraising (coloreni ed atavici, territorio, settore)</p> <p>Domande per aprire un attività Impresa - Comunità</p> <p>Metodi previsti di indagine del fundraising</p>	<p>Progetti formativi di settore</p> <p>Engagement/Qualità</p> <p>Profilo sostenitori</p> <p>Soluzioni - risorse disponibili</p> <p>Export - target</p> <p>Qualità</p> <p>Intervista</p> <p>Finanziaria</p>
--	---



Il Metodo del Fundraising: "Prodotto" Tuo e un amico
Se il tuo prodotto è un servizio, è possibile che i "clienti" abbiano esigenze e bisogni che non vengono soddisfatti dal mercato attuale. Il tuo prodotto è un servizio che può essere offerto in modo innovativo e con un alto valore aggiunto.

Il Metodo del Fundraising: "Prodotto" Tuo e un amico
Se il tuo prodotto è un servizio, è possibile che i "clienti" abbiano esigenze e bisogni che non vengono soddisfatti dal mercato attuale. Il tuo prodotto è un servizio che può essere offerto in modo innovativo e con un alto valore aggiunto.

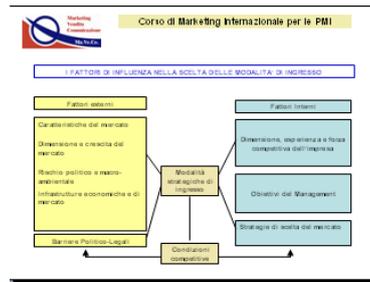


Elenco corsi disponibili
Area: Fund Raising - Marketing per il sociale - Comunicazione sociale

	Strategie e Tecniche di Fund Raising (Raccolta fondi). Piano di Raccolta Fondi
	Strategie e strumenti di marketing per le organizzazioni no profit
	La comunicazione efficace e la scrittura persuasiva per le organizzazioni no profit:
	Internet e sito web e mezzi di comunicazione digitali per promuovere e raccogliere fondi
	La comunicazione interpersonale persuasiva: faccia a faccia con il donatore o con il volontario
	la ideazione, creazione e implementazione di un sito web efficace per le organizzazioni no profit
	Come sollecitare e raccogliere fondi dalle imprese e dai grandi donatori.
	Come ideare, promuovere e organizzare con successo eventi di fund raising
	Ricerca, gestione e motivazione dei Volontari

Elenco corsi disponibili :
Area: Progettazione socio-culturale e formazione finanziata

	Redazione di progetti/programmi per iniziative socio-culturali in risposta a Bandi di Finanziamento pubblici e privati
	Redazione di progetti complessi e integrati per la formazione finanziata



Il marketing per le organizzazioni no profit

Descrizione: Il marketing può essere utilizzato dalle onp (cooperative, associazioni, organizzazioni di volontariato, organismi religiosi, ecc) come metodo per affrontare il mercato sociale, analizzare i bisogni dei vari targets e definire i servizi e i prodotti richiesti. Il corso permette ai partecipanti di acquisire le strategie e gli strumenti propri del marketing (adattati alle esigenze del terzo settore) che gli consentiranno di programmare e pianificare lo sviluppo e la crescita della onp in modo strategico, razionale e per il lungo termine.

- Il marketing per le onp : concetti generali
- Il marketing come metodologia di sviluppo delle onp
- La ricerca di marketing: conoscere il mercato sociale per agire
- Le tecniche di indagine e le fonti
- Classificazione dei bisogni e analisi dei comportamenti
- Analizzare il macro e micro ambiente per le proprie strategie di sviluppo
- Analizzare le forze dell'ambiente esterno
- La Segmentazione del mercato no profit
- La scelta del target da servire
- Il concetto di Posizionamento della offerta e le strategie di Posizionamento per una onp
- Gli strumenti di marketing per analizzare e definire le strategie efficaci da perseguire
- Tecnica per analizzare Forze e Debolezze Interne alla onp e Opportunità e Minacce Esterne (Analisi SWOT)
- Il marketing mix per definire prodotti e servizi : caratteristiche del prodotto/servizio;politiche di prezzo;caratteristiche dei canali di erogazione; comunicazione di prodotto e comunicazione sociale
- Strategie di marketing (differenziato, indifferenziato, di nicchia, concentrato)
- Il ciclo di vita di un prodotto/servizio e le varie fasi
- Il piano di marketing come strumento guida per lo sviluppo della onp
- I mezzi di comunicazione
- La creazione del messaggio efficace
- Il piano di comunicazione efficace e la campagna di comunicazione
- Pensare in modo strategico al Sistema Informativo della onp



Strategie e Tecniche di Fund Raising (Raccolta fondi)

L'importanza del fund raising:

La raccolta fondi (Fund Raising) è ormai diventata una attività strategica per le onp. Conoscere le metodologie, le strategie e gli strumenti per fare fund raising e saperli creare è garanzia di crescita, sviluppo e sostenibilità finanziarie per una organizzazione del terzo settore. Il corso fornisce tutte le informazioni fondamentali e gli strumenti per implementare una attività e un piano di raccolta fondi strategico che dia sostenibilità nel breve-medio e lungo, che sia la guida per la ricerca di sostegni economici e finanziari pubblici e privati di diversa natura, creando un mix di fonti di finanziamento per le onp.

Descrizione: il corso intende trasferire concetti, metodologie e strumenti necessari ad un onp per poter impostare ed implementare in modo strategico e con successo una attività di fund raising professionale, permettendogli di creare iniziative sociali, lavorare sulla propria Mission e sostenersi nel breve-medio e lungo periodo che sia la guida per la ricerca di sostegni economici e finanziari pubblici e privati di diversa natura, creando un mix di fonti di finanziamento per la onp.

Modulo I : Elementi fondamentali per un Fund Raising di successo

- Concetti di fund raising
- Tipo di scambio nel fund raising
- il ciclo del fund raising
- sviluppare i Costituenti per il fund raising
- la piramide delle donazioni
- sviluppare ed elaborare il Caso (Redazione del Documento di Buona Causa) per la raccolta fondi
- Il piano generale di sviluppo del fund raising

Modulo II : Costruire la strategia per il successo del Fund Raising

- Il Piano di Fund Raising
- la raccolta annuale
- la raccolta di capitali
- I grandi donatori
- le donazioni pianificate : testamenti, lasciti, eredità

Modulo III : Caratteristiche delle 4 categorie di Fonti del Fund Raising

- le persone fisiche
- quale rapporto tra impresa e onp per il fund raising : il programma di CRM-Cause Related Marketing
- enti pubblici, bandi di finanziamento e contributi
- le fondazioni in italia: opportunità di fund raising
- come presentare un progetto ad una fondazione

Modulo IV : Gli strumenti del Fund Raising verso soggetti individuali, enti pubblici e imprese: caratteristiche e suggerimenti

- il colloquio faccia a faccia : suggerimenti per persuadere
- mailing ed e-mailing : come creare una campagna di mailing tradizionale e via internet
- eventi e manifestazioni (vedi modulo seguente per approfondimenti)
- via sito web e internet : come utilizzare il web per fare fund raising
- lotterie e aste : suggerimenti
- sponsorizzazioni : quale tipo di contratto
- contratti e convenzioni
- patrocini con contributi
- partecipazione a bandi di finanziamento (pubblici, fondazioni bancarie e di impresa, ect): caratteristiche dei bandi e redazione dei progetti

Modulo V : creazione Eventi

- L'importanza di un evento speciale
- come si costruisce un evento
- le varie fasi
- la pianificazione dell'evento
- la comunicazione dell'evento: messaggi e mezzi di comunicazione
- gli strumenti per la raccolta fondi durante l'evento
- il budget dell'evento
- suggerimenti
- analisi di eventi di successo

Modulo VI : Il Sistema Informativo per una organizzazione no-profit

- Come creare un database di contatti per il fund raising in modo strategico.
- Progetto e analisi di un database donatori
- Sviluppo funzioni di ricerca, maschere e report



La comunicazione efficace per le organizzazioni no profit

L'importanza della comunicazione per una onp:

Fare non basta. Bisogna anche far sapere, comunicando con efficacia e persuasione. Saper promuovere le proprie iniziative, farsi conoscere, rendersi visibili, non è solo una questione di mera immagine, ma permette alla onp di avere una identità riconosciuta, di essere accettata come interlocutore nei tavoli del sociale, riuscire a catalizzare l'attenzione dei diversi soggetti locali, sull'importanza della mission che si persegue. , ricevere contributi per le proprie iniziative dai cittadini, enti, imprese, fondazioni e collaborare con altre organizzazioni per progetti di rete.

Descrizione: il corso permette di conoscere, analizzare e implementare i diversi mezzi di comunicazione tradizionale e di nuova generazione per promuovere le proprie iniziative, farsi conoscere, tenere i contatti con il proprio pubblico e con soggetti economici e rendersi visibili. Il corso farà acquisire le competenze per creare un piano di comunicazione integrato efficace e strategico.

- Strategie di comunicazione efficace per le onp
- Gli obiettivi della comunicazione
- La scelta del messaggio efficace e del mezzo di comunicazione
- I mezzi di comunicazione tradizionali e di nuova generazione : caratteristiche, vantaggi e svantaggi
- I mezzi di comunicazione digitali: e-mail professionali, newsletter, e-book, riviste digitali (e-zine), blog
- Fasi per creare un messaggio persuasivo
- Pianificare una campagna di comunicazione
- Strategie per creare un sito web efficace per il no profit
- Come creare i mezzi di comunicazione digitali per comunicare con efficacia



Centro di Formazione Maveco s.r.l.
Via Don Benedetto Riposti, 37 - 02100 RIETI
tel. e fax 0746-498275 info@Formazione-Maveco.it
www.Formazione-Maveco.it



Comunicazione interpersonale: faccia a faccia con il donatore o con il volontario

Descrizione: saper comunicare in modo efficace è una competenza fondamentale per gli operatori del terzo settore. il corso consentirà ai partecipanti di acquisire i principi fondamentali della comunicazione interpersonale, saper riconoscere gli stili comunicativi dell'interlocutore, i suoi valori, principi e i filtri cognitivi, dialogare in modo efficace e persuasivo e orientare e gestire tutte le fasi di un incontro e del dialogo.

- Principi di comunicazione interpersonale
- Il profilo psicologico dell'interlocutore: i principi, i valori, i criteri, i filtri mentali
- Gli stili comunicativi
- Le tecniche delle domande
- L'ascolto attivo
- Le parole potenti e le parole da non usare
- La comunicazione non verbale : interpretare i messaggi del corpo
- la tecnica del 4x20
- Le varie tipologie di interlocutore
- La fase dell'incontro
- Il pre-incontro
- Il contatto e la presentazione
- L' introduzione
- Il colloquio
- Rilevazione degli atteggiamenti, valori, principi, filtri, ecc
- Come utilizzare le domande in modo strategico
- La tecnica delle domande e tipologia di domande
- Tecniche di risposta alle obiezioni
- Tecniche di chiusura e commiato
- Comprendere se siamo vicini alla fase conclusiva
- Le tecniche di persuasione



Centro di Formazione Maveco s.r.l.
Via Don Benedetto Riposti, 37 - 02100 RIETI
tel. e fax 0746-498275 info@Formazione-Maveco.it
www.Formazione-Maveco.it



Come ideare, promuovere e organizzare un evento di successo per il fund raising

Descrizione: gli eventi di fund raising costituiscono un importante fonte per attrarre risorse economiche e un ottimo strumento di comunicazione, ma occorre creatività, organizzazione e pianificazione per sfruttare le potenzialità di questo strumento di raccolta fondi. Il corso mira a trasferire concetti, metodologie, strategie e strumenti per creare un evento di successo per la raccolta fondi.

Contenuti del programma formativo:

- Realizzazione di un impianto strategico necessario alla buona riuscita di ogni evento
- Definizione degli obiettivi generali e specifici
- Quali partners
- Quali iniziative all'interno dell'evento: caratteristiche
- Lo sponsoring per rafforzare la raccolta fondi e /o limitare i costi
- Il testimonial dell'evento : vantaggi e svantaggi
- Le public relation : contatti, conferenza stampa, articoli, ...
- Creazione del messaggio promozionale e scelta dei mezzi di comunicazione
- Il piano di comunicazione
- Analisi dei risultati dell'evento



Centro di Formazione Maveco s.r.l.
Via Don Benedetto Riposti, 37 - 02100 RIETI
tel. e fax 0746-498275 info@Formazione-Maveco.it
www.Formazione-Maveco.it



Come sollecitare e raccogliere fondi dalle imprese e dai grandi donatori:

(CRM-Cause Related Marketing- il marketing delle imprese profit per la buona causa)

Descrizione: il corso si propone di illustrare le tecniche per pianificare efficacemente programmi di collaborazione tra onp ed imprese profit (corporate fundraising) attraverso l'analisi delle motivazioni che spingono una azienda a donare e fornendo gli strumenti per sollecitare e implementare partnership di successo.

La seconda parte del corso è rivolta a fornire gli strumenti per identificare i potenziali grandi donatori e per sviluppare le iniziative per avvicinarli, motivarli, coinvolgerli e portarli ad effettuare donazioni.

Modulo I : concetti di corporate fundraising (donazioni dalle imprese)

- il CRM – Cause Related Marketing (Il marketing delle imprese profit per la buona causa)
- le motivazioni che spingono una azienda a donare : i vantaggi
- Responsabilità sociale o interesse commerciale
- Quali i vantaggi per la onp
- Quale forme di collaborazione
- Il contratto di sponsorizzazione

Modulo II : Tecniche di corporate fund raising

- Donazioni in denaro o in beni/servizi
- Volontariato professionale e corporate hospitality
- Quale tipologia di iniziativa
- Quale accordo: scrivere una proposta ed un contratto di sponsorizzazione

Modulo III : sollecitare i grandi donatori

- chi sono i grandi donatori
- come individuare i grandi donatori
- quale tipo di comunicazione e come gestirli
- il piano per gestire i grandi donatori
- creare una comunicazione ad hoc per i grandi donatori
- sviluppare un progetto di fidelizzazione per i grandi donatori



Centro di Formazione Maveco s.r.l.
Via Don Benedetto Riposti, 37 - 02100 RIETI
tel. e fax 0746-498275 info@Formazione-Maveco.it
www.Formazione-Maveco.it



Internet e sito web per il fund raising per le organizzazioni no profit

L'importanza del sito web e dei mezzi di comunicazione di nuova generazione per le onp:

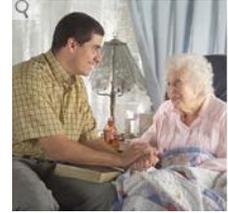
Il sito web, se ben ideato e progettato, può diventare uno strumento strategico di comunicazione e visibilità per una onp, per creare la propria identità, comunicare con i cittadini e i diversi soggetti economici del territorio e strumento per implementare diverse modalità di fund raising (raccolta fondi). Integrandolo con altri mezzi di comunicazione digitali di nuova generazione (e-mail professionali, newsletter, riviste digitali, blog, social network, e-book, ecc) il sito web della onp diventa un ufficio stampa, un punto di incontro, un luogo dove è possibile reperire informazioni e promuovere le iniziative a scopo sociale.

Descrizione: Il corso mira trasferire ai partecipanti i concetti fondamentali per far diventare il sito web uno strumento utile alla onp per migliorare la propria comunicazione, tenersi in contatto con donatori ed altri soggetti importanti per la onp, e inoltre definire e implementare nel sito diverse modalità di fund raising (raccolta fondi).

- Come comunicare con i donatori attraverso internet: e-mailing, newsletter, blog, mailing list, e-book
- come realizzare gli strumenti di comunicazione digitali per il sito web
- come pianificare una campagna di comunicazione con il sito web e internet
- come pianificare una campagna di raccolta fondi on-line
- gli strumenti web per la raccolta fondi



Centro di Formazione Maveco s.r.l.
Via Don Benedetto Riposti, 37 - 02100 RIETI
tel. e fax 0746-498275 info@Formazione-Maveco.it
www.Formazione-Maveco.it



Ricerca, gestione e motivazione dei Volontari

Descrizione:

il volontariato rappresenta la forza operativa delle onp. Spesso senza forza di volontariato una onp non riuscirebbe a implementare le iniziative sociali e raggiungere gli obiettivi della mission. Diventa strategico e fondamentale per una onp conoscere i mezzi per ricercare i volontari, motivarli e gestirli in modo efficace. Il corso trasferisce i concetti fondamentali per ricercare e gestire con efficacia ed efficienza i volontari e legarli alla propria organizzazione per raggiungere gli obiettivi sociali.

Contenuti del programma formativo:

- Come la onp deve prepararsi per la ricerca dei volontari
- Chi si deve occupare della ricerca dei volontari
- Cosa cerca un volontario nella onp
- Quale profilo ricercare
- I Mezzi di comunicazione e gli eventi per ricercare i volontari
- Come riconoscere principi, valori e motivazioni del volontario
- Strategie per motivare un volontario
- Rifiutare un volontario
- Sviluppare e rafforzare il rapporto con i volontari
- Come gestire i volontari
- la banca dati dei volontari



Centro di Formazione Maveco s.r.l.
Via Don Benedetto Riposti, 37 - 02100 RIETI
tel. e fax 0746-498275 info@Formazione-Maveco.it
www.Formazione-Maveco.it



Come creare un sito web efficace per le organizzazioni no profit

L'importanza del sito web e dei mezzi di comunicazione di nuova generazione per le onp:

Il sito web, se ben ideato e progettato, può diventare uno strumento strategico di comunicazione e visibilità per una onp, per creare la propria identità, comunicare con i cittadini e i diversi soggetti economici del territorio e strumento per implementare diverse modalità di fund raising (raccolta fondi). Integrandolo con altri mezzi di comunicazione digitali di nuova generazione (e-mail professionali, newsletter, riviste digitali, blog, social network, e-book, ecc) il sito web della onp diventa un ufficio stampa, un punto di incontro, un luogo dove è possibile reperire informazioni e promuovere le iniziative a scopo sociale.

Descrizione: Il sito web, se ben ideato e progettato, può diventare uno strumento strategico di comunicazione e visibilità per una onp, per creare la propria identità, comunicare con i cittadini e i diversi soggetti economici del territorio e strumento per implementare diverse modalità di fund raising (raccolta fondi). Il corso farà conoscere ai partecipanti i mezzi di comunicazione su internet, le loro caratteristiche, efficacia e utilizzo per le campagne di comunicazione. Inoltre nel laboratorio, i partecipanti acquisiranno le competenze operative per creare i mezzi di comunicazione digitali e creare un sito web specifico per le onp.

Contenuti del piano formativo:

- Il web come strumento efficace di comunicazione e di visibilità
- I mezzi di comunicazione digitali di nuova generazione per il web: e-mail professionali, newsletter, e-book, riviste digitali (e-zine), blog.
- Piano di comunicazione integrato con mezzi tradizionale e digitali di nuova generazione.
- I social network per il no profit
- Strategie per creare un sito web efficace per il no profit
- **(Laboratorio pratico).** Ideazione, progettazione e creazione di un sito web per il no profit **(laboratorio di sviluppo di un sito web per il terzo settore)**



Centro di Formazione Maveco s.r.l.
Via Don Benedetto Riposti, 37 - 02100 RIETI
tel. e fax 0746-498275 info@Formazione-Maveco.it
www.Formazione-Maveco.it



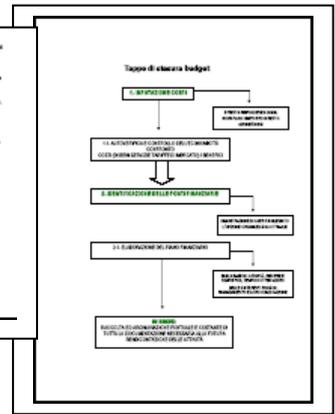
Analisi dei bandi di finanziamento per la formazione finanziata e redazione del progetto formativo

L'importanza della buona progettazione e la comprensione dei bandi di finanziamento per la formazione:

I bandi di finanziamento per la formazione rappresentano uno degli strumenti fondamentali per le società di formazione accreditate. Comprendere le varie sezioni di un bando, i criteri di valutazione, gli Indicatori e conoscere la metodologia per redigere un progetto formativo conforme al bando è fondamentale per accedere ai finanziamenti pubblici.

Contenuto del programma formativo:

- Cosa è un progetto per la formazione finanziata
- Cosa è un bando di finanziamento per la formazione
- Opportunità di finanziamento di progetti formativi (FSE, Fondi Strutturali, ect)
- Struttura di un bando di finanziamento complesso e integrato: le varie sezioni, schemi e formulari
- Le Azioni tipiche di una bando per la formazione: orientamento, accompagnamento, comunicazione, formazione, stage, tirocinio,
- Attori coinvolti (ente proponente, partners, cofinanziatori)
- ATI e ATS (Associazione Temporanea di Impresa e Associazione Temporanea di Scopo)
- Certificazioni, allegati vari, lettere di intenti
- La metodologia di redazione di un progetto e le varie azioni



Analisi dei bandi di finanziamento per la formazione finanziata e redazione del progetto formativo

L'importanza della buona progettazione e la comprensione dei bandi di finanziamento per la formazione:

I bandi di finanziamento per la formazione rappresentano uno degli strumenti fondamentali per le società di formazione accreditate. Comprendere le varie sezioni di un bando, i criteri di valutazione, gli Indicatori e conoscere la metodologia per redigere un progetto formativo conforme al bando è fondamentale per accedere ai finanziamenti pubblici.

Descrizione:

il corso intende trasmettere ai partecipanti i metodi, e le tecniche per realizzare progetti formativi in risposta ai bandi di finanziamento della formazione, secondo gli standard principali di riferimento richiesti dai vari enti pubblici e privati di finanziamento. Inoltre sarà analizzata in profondità la struttura di un bando di finanziamento e analizzate le varie sezioni, schemi e formulari e la loro corretta redazione.

Contenuto del programma formativo:

- Cosa è un progetto per la formazione finanziata
- Cosa è un bando di finanziamento per la formazione
- Opportunità di finanziamento di progetti formativi (FSE, Fondi Strutturali, ect)
- Struttura di un bando di finanziamento complesso e integrato: le varie sezioni, schemi e formulari
- Le Azioni tipiche di una bando per la formazione: orientamento, accompagnamento, comunicazione, formazione, stage, tirocinio,
- Attori coinvolti (ente proponente, partners, cofinanziatori)
- ATI e ATS (Associazione Temporanea di Impresa e Associazione Temporanea di Scopo)
- Certificazioni, allegati vari, lettere di intenti
- La metodologia di redazione di un progetto e le varie azioni

- Analisi del contesto e fonti documentarie
- Obiettivi generali e specifici
- Redazione del piano formativo (Formulario)
- Struttura grafica del piano formativo
- Criteri di valutazione : Macro criteri e Indicatori
- Gli indicatori di impatto e di processo
- Elaborazione del budget
- Monitoraggio e valutazione del progetto : valutazione ex-ante, in itinere ed ex-post
- Monitoraggio in itinere e valutazione finale
- Il controllo di gestione
- La Rendicontazione
- La pianificazione delle attività



Centro di Formazione Maveco s.r.l.
Via Don Benedetto Riposti, 37 - 02100 RIETI
tel. e fax 0746-498275 info@Formazione-Maveco.it
www.Formazione-Maveco.it

- Obiettivi generali e specifici
- Attori coinvolti (ente proponente, partners, attuatori, cofinanziatori)
- ATI e ATS (Associazione Temporanea di Impresa e Associazione Temporanea di Scopo)

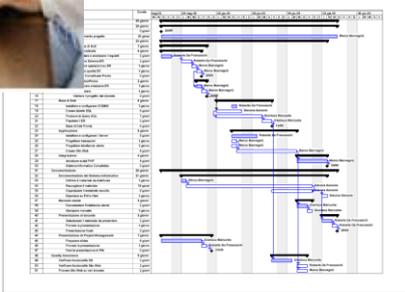
- Certificazioni, allegati vari, lettere di intenti
- Le attività e la loro pianificazione temporale
- La metodologia di redazione di un progetto e le varie fasi
- Come redigere un progetto sociale : redazione delle varie sezioni, schemi e formulari
- Elaborazione del budget
- Monitoraggio e valutazione del progetto : valutazione ex-ante, in itinere ed ex-post
- Monitoraggio in itinere e valutazione finale
- Gli indicatori di impatto e di processo
- Il controllo di gestione
- La Rendicontazione
- La pianificazione delle attività



Centro di Formazione Maveco s.r.l.
 Via Don Benedetto Riposti, 37 - 02100 RIETI
 tel. e fax 0746-498275 info@Formazione-Maveco.it
www.Formazione-Maveco.it



Diventa un professionista nel settore sociale



Il terzo settore necessita di figure opportunamente formate in grado di definire **strategie di marketing**, creare e coordinare **progetti per il sociale**, organizzare eventi, creare e pianificare campagne di **comunicazione** e sensibilizzazione, gestire azioni di **Fund Raising** (raccolta fondi).

Il programma formativo del **CENTRO DI FORMAZIONE MAVECO** ti consentirà di acquisire le conoscenze e le competenze necessarie per svolgere con efficacia programmi a carattere sociale: di solidarietà, umanità, sviluppo, educazione, salute. Le organizzazioni no-profit del settore sociale hanno bisogno della tua professionalità e sensibilità. Il corso ti permetterà di acquisire le competenze necessarie per contribuire alla realizzazione di progetti sociali e dare vita ai tuoi sogni e ai sogni di molti.

Svolgi la tua professione nelle organizzazioni e istituzioni impegnate nel settore sociale nonprofit. Acquisisci le competenze professionali partecipando ai corsi del Centro di formazione Maveco per il settore no profit



Centro di Formazione Maveco s.r.l.
 Via Don Benedetto Riposati, 37 - 02100 RIETI
 tel. e fax 0746-498275 info@Formazione-Maveco.it
www.Formazione-Maveco.it



Centro di Formazione Maveco s.r.l.
Via Don Benedetto Riposati, 37 - 02100 RIETI
tel. e fax 0746-498275 info@Formazione-Maveco.it
www.Formazione-Maveco.it

Maveco per il Terzo Settore

Fund Raising - Marketing sociale - Progettazione

*“Il Fund Raising è la nobile arte di insegnare alle persone
la gioia di donare” (Henry Rosso)*

