



POR FSE 2014-2020 – Asse I

**SERVIZIO DI ASSISTENZA TECNICA SPECIALISTICA
PER L'INTEGRAZIONE, LA GESTIONE E IL
MONITORAGGIO DEL REPERTORIO REGIONALE
DEGLI STANDARD PROFESSIONALI (RRSP)**

**CIG 74299550D5
CUP H79B17000050009**

ESPERTO DI FUNDRAISING

Denominazione del Profilo

Esperto di fundraising.

Descrizione del profilo

L'Esperto di fundraising si occupa della progettazione ed implementazione di programmi ed iniziative volte a consentire di assicurare flussi di finanziamento ad organizzazioni del Terzo Settore, anche rispetto a progetti specifici. Predispone e gestisce il budget per lo sviluppo del piano, gestisce e coordina l'attività dei diversi soggetti coinvolti. Costruisce e sviluppa un network di donatori, pubblici e privati, gestendo la comunicazione e la relazione con modalità coerenti rispetto ai diversi target di riferimento.

Si relaziona con il management dell'organizzazione del Terzo Settore, con i diversi soggetti – interni e fornitori – coinvolti nelle attività di raccolta e con i donatori.

Referenziazioni

- **Quadro Europeo delle Qualificazioni - (EQF)**

6

- **Classificazione Nazionale delle professioni (ISTAT CP 2011)**

2.5.1.6.0 Specialisti delle relazioni pubbliche, dell'immagine e professioni assimilate

3.3.3.6.2 Tecnici delle pubbliche relazioni

1.2.3.4.0 Direttori e dirigenti del dipartimento comunicazione, pubblicità e pubbliche relazioni

- **Classificazione Nazionale delle Attività economiche (Ateco 2007)**

70.21.00 Pubbliche relazioni e comunicazione

73.11.01 Ideazione di campagne pubblicitarie

73.11.02 Conduzione di campagne di marketing e altri servizi pubblicitari

73.12.00 Attività delle concessionarie pubblicitarie

- **Settore Economico Professionale (SEP) - QNQR**

Area comune.

- **Processo - QNQR**

Marketing, sviluppo commerciale e pubbliche relazioni

- **Sequenze di Processo – QNQR**

Pubbliche relazioni, comunicazione, promozione e pubblicità.

- **Aree di attività**

AdA 24.04.12 Progettazione strategica della comunicazione/promozione aziendale

Profilo associato a 1 RA su 2

RA1: Definire le strategie di comunicazione e promozione aziendale, delineando lo stile comunicativo (messaggio e immagine), a partire dagli obiettivi definiti nella strategia di marketing e sulla base di un'analisi dei potenziali canali di comunicazione

Ed alla seguente attività:

- Formulazione delle indicazioni per la progettazione delle soluzioni creative

AdA 24.04.13 Sviluppo della comunicazione e gestione di campagne promozionali

Profilo associato a 1 RA su 2

RA1: Implementare il piano di comunicazione aziendale, sulla base delle indicazioni strategiche, provvedendo alla definizione delle risorse assegnate e gestendo il budget

Ed alle seguenti attività:

- Coordinamento delle attività di predisposizione e diffusione dei materiali a carattere informativo/promozionale
- Cura dei rapporti con i mezzi di informazione

Competenze
ELABORARE LA STRATEGIA DI POSIZIONAMENTO DELL'ORGANIZZAZIONE CONOSCENZE – Principali metodologie della ricerca di mercato – Metodologie e strumenti di benchmarking – Tipologia e caratteristiche del posizionamento strategico delle organizzazioni del Terzo Settore – Principali riferimenti normativi relativi al fundraising – Caratteristiche, dinamiche e modalità organizzative del Terzo Settore – Modelli e tecniche di analisi ed elaborazione dei dati ABILITÀ – Riconoscere le caratteristiche dell'organizzazione, del suo portafoglio di prodotti/servizi, delle pratiche di raccolta fondi esistenti – Realizzare l'analisi del contesto di riferimento (fattori politici, economici, socio-culturali e tecnologici, ...) – Analizzare le modalità ed i canali di comunicazione e di fundraising utilizzate dai competitors – Individuare ed analizzare le caratteristiche proprie del target di donatori, pubblici e privati, di riferimento – Definire la collocazione dell'organizzazione nell'ambito del Terzo Settore e del fundraising, in rapporto a competitors e potenziali donatori RISULTATO Posizionamento strategico dell'organizzazione definito. INDICATORI – Analisi caratteristiche e strategie di fundraising utilizzate dai competitors – Analisi del contesto di riferimento – Analisi delle caratteristiche dell'organizzazione – Individuazione del posizionamento strategico ADA ED ATTIVITÀ CORRELATE NEL QNQR AdA 24.04.12 Progettazione strategica della comunicazione/promozione aziendale Attività: – Definizione del messaggio globale e dello style di immagine (aziendale e di prodotto) da promuovere LIVELLO EQF 6

ELABORARE IL PROGRAMMA DI FUNDRAISING	
CONOSCENZE	– Elementi di sociologia della comunicazione – Tipologia e caratteristiche di strategie e tecniche comunicative – Caratteristiche dei diversi linguaggi della comunicazione nell'ambito del Terzo Settore – Elementi di comunicazione grafico visiva – Modelli e strumenti di fundraising (marketing diretto, telemarketing, emailing, webmarketing, crowdfunding, ...) – Modelli e tecniche di budgeting – Tecniche di analisi e di segmentazione del target – Modelli, tecniche e strumenti di marketing strategico
ABILITÀ	– Formulare strategie e soluzioni comunicative idonee a conseguire gli obiettivi di fundraising – Definire il messaggio globale e lo stile di comunicazione – individuare canali comunicativi idonei in funzione degli obiettivi e del budget a disposizione – Formulare indicazioni per la progettazione di soluzioni creative da inserire nella campagna di comunicazione/fundraising in funzione della strategia selezionata – Individuare il contenuto e lo stile del messaggio in funzione del target di donatori che si desidera raggiungere – Definire obiettivi, strumenti, eventi, destinatari, tempi, costi e funzioni delle risorse da coinvolgere
RISULTATO	Programma di fundraising elaborato in funzione degli obiettivi organizzativi.
INDICATORI	– Individuazione dei canali, degli strumenti e dei contenuti – Definizione dell'immagine e dei contenuti – Identificazione strategie e soluzioni comunicative
ADA ED ATTIVITÀ CORRELATE NEL QNQR	AdA 24.04.12 Progettazione strategica della comunicazione/promozione aziendale Attività: – Definizione del messaggio globale e dello stile di immagine (aziendale e di prodotto) da promuovere – Definizione delle strategie comunicative idonee a conseguire gli obiettivi aziendali e di marketing – Formulazione delle indicazioni per la progettazione delle soluzioni creative – Analisi delle potenzialità dei canali comunicativi/promozionali in funzione delle caratteristiche del prodotto/servizio AdA 24.04.13 Sviluppo della comunicazione e gestione di campagne promozionali Attività: – Definizione di compiti e funzioni delle risorse impegnate nella realizzazione del piano di comunicazione – Elaborazione del piano di comunicazione aziendale (interna ed esterna) in funzione delle indicazioni strategiche
LIVELLO EQF	6
IMPLEMENTARE E MONITORARE IL PROGRAMMA DI FUNDRAISING	

CONOSCENZE – Modelli, tecniche e strumenti di marketing operativo – Tecniche e strumenti per l'organizzazione e la gestione di eventi – Modelli e tecniche di gestione delle risorse umane – Tipologia e caratteristiche dei materiali di comunicazione – Tecniche di pianificazione e di gestione delle attività e dei processi di lavoro nell'ambito di programmi di fundraising – Modelli e tecniche di controllo di gestione – Modelli e strumenti di project management – Tipologia, caratteristiche e funzionalità dei principali strumenti informatici e gestionali e loro funzioni per coordinare le risorse e le attività
ABILITÀ – Identificare le risorse umane e materiali necessarie per la realizzazione del programma – Pianificare ed organizzare le attività e gli eventi di fundraising in funzione degli obiettivi e delle strategie definite – Sviluppare e gestire i rapporti con i diversi soggetti coinvolti nell'implementazione – Curare i rapporti con i mezzi di comunicazione ed informazione – Gestire il budget del programma di fundraising – Monitorare lo stato di avanzamento delle attività riferite all'implementazione del programma – Gestire eventuali criticità nel processo di implementazione, sviluppando idonee soluzioni – Applicare tecniche di analisi e di valutazione delle diverse dimensioni dell'implementazione del programma
RISULTATO Programma di fundraising implementato e monitorato in funzione degli obiettivi organizzativi.
INDICATORI – Individuazione ed implementazione delle azioni di fundraising – Gestione del budget – Realizzazione del monitoraggio delle attività – Gestione delle relazioni con i diversi soggetti coinvolti
ADA ED ATTIVITÀ CORRELATE NEL QNQR AdA 24.04.13 Sviluppo della comunicazione e gestione di campagne promozionali Attività: – Gestione del budget assegnato alla comunicazione/promozione – Coordinamento delle attività di predisposizione e diffusione dei materiali a carattere informativo/promozionale – Cura dei rapporti con i mezzi di informazione
LIVELLO EQF 6
SVILUPPARE IL NETWORK DEI DONATORI

CONOSCENZE – Processi e dinamiche sottese alla donazione – Tipologia e caratteristiche dei donatori (pubblici e privati, persone fisiche e giuridiche) – Modelli, tecniche e strumenti di networking – Modelli, tecniche e strumenti di pubbliche relazioni – Modelli, tecniche e strumenti di comunicazione attraverso l'utilizzo dei diversi media – Modelli e tecniche di gestione della comunicazione e della relazione interpersonale – Tipologia, caratteristiche e funzionalità dei principali applicativi per la gestione di database
ABILITÀ – Analizzare il mercato dei donatori utilizzando appropriate tecniche di segmentazione – Individuare modalità di comunicazione e coinvolgimento appropriate rispetto al target di donatori individuato – Individuare e sviluppare modalità di costruzione di un network di contatti personali ed istituzionali – Gestire la relazione con i donatori chiave – Gestire il database relativo alle diverse tipologie di donatori
RISULTATO ATTESO Network di donatori attivato e mantenuto.
INDICATORI – Individuazione dei donatori di riferimento – Selezione delle modalità di comunicazione e coinvolgimento – Gestione delle relazioni con i donatori – Gestione del database dei donatori
ADA ED ATTIVITÀ CORRELATE NEL QNQR AdA 24.04.12 Progettazione strategica della comunicazione/promozione aziendale Nessuna attività correlata AdA 24.04.13 Sviluppo della comunicazione e gestione di campagne promozionali Nessuna attività correlata
LIVELLO EQF 6