



Atlantis
Nonprofit Strategic Center

CORPORATE PARTNERSHIP



Corporate Partnership



“ Un approccio di collaborazione vincente
per tutti i partner coinvolti ”



Alcune case history



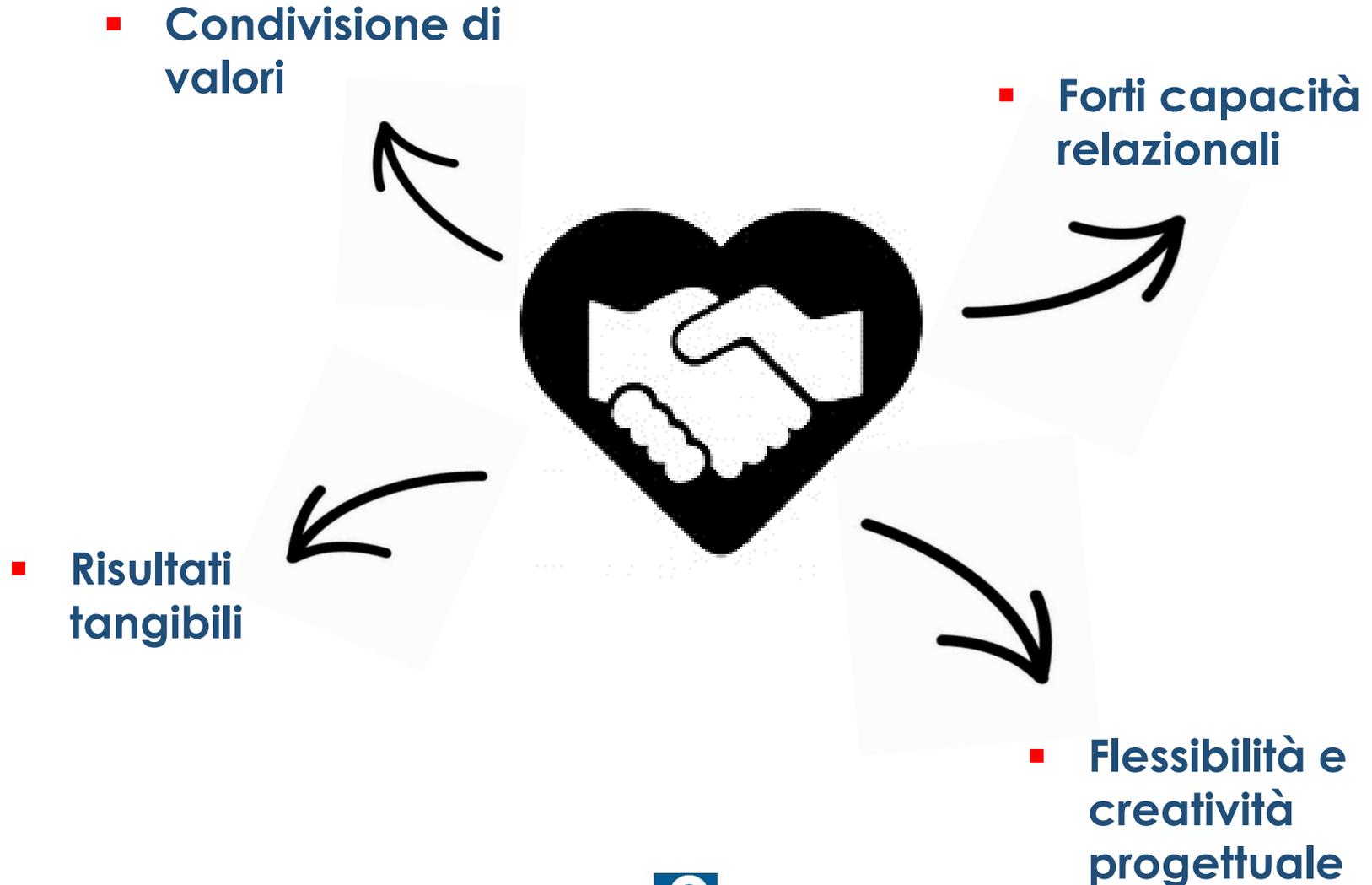
Corporate Partnership



- Costruire una corporate partnership rappresenta un'importante opportunità di sviluppo e sostenibilità per le ONP
- Per realizzare corporate partnership è necessario disporre di un database di contatti sempre aggiornato e di coinvolgere il capitale relazionale della onp.
- L'attività di corporate fundraising può essere inserita in una pianificazione strategica di medio/lungo periodo
- Esistono numerose possibilità di collaborazione con il mondo profit: sponsorizzazioni, crm, payroll giving, staff involvement ...
- Sempre di più la cultura della CSR, sia a livello accademico che sociale, si sta diffondendo anche in Italia
- Sviluppare una corporate partnership vuol dire anche sensibilizzare una parte della società sulla causa sociale della propria ONP



Corporate Partnership- elementi chiave



IL NOSTRO VALORE AGGIUNTO



Atlantis garantisce un approccio fortemente orientato ai risultati, all'efficienza e alla **creazione di valore per il cliente** nel medio e lungo termine.



**Forte Expertise
in ambito CSR**



**Database di 3.500 aziende e
fondazioni profilate, in costante
aggiornamento**



**Gestione delle attività
operative in outsourcing**
tramite personale
altamente specializzato



**Empowerment
e Learn how**

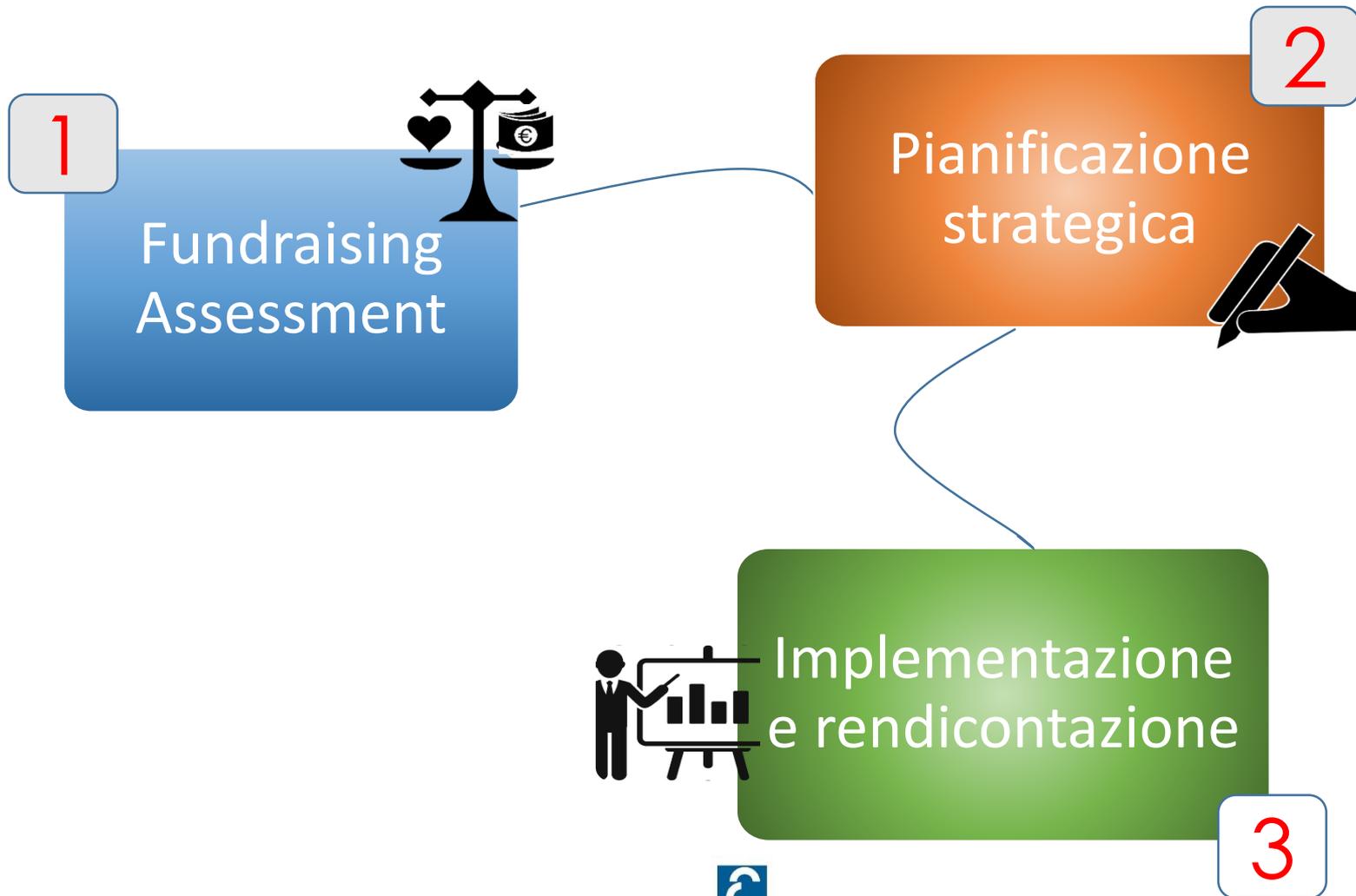


**Opportunità di
networking**, scambio di
competenze e
monitoraggio del
settore.



Il piano strategico-operativo

Un percorso in 3 tappe



Fundraising Assessment

1



Per l'avviamento dell'attività di corporate fundraising è prevista una fase preliminare di **ASSESSMENT** rispetto all'area di comunicazione e raccolta fondi

DEFINIZIONE STATUS QUO

- Progetti in corso
- Organizzazione interna

A

ANALISI DEL FUNDING MIX

- Sistematizzazione iniziative realizzate
- Analisi creatività e materiali di comunicazione

B

- Benchmarking competitors
- SWOT Analysis

C

TIMING

3 -4 settimane



COME

- Meeting con il gruppo di lavoro e con altri stakeholder rilevanti
- Attività di Back office



Pianificazione strategica

2



Definito lo status quo dell'organizzazione con focus sull'area di riferimento è possibile procedere alla

pianificazione strategica dell'attività di corporate fundraising

DEFINIZIONE PIANO CORPORATE

A

- Obiettivi specifici quali – quantitativi
- Risultati attesi
- Canali, azioni, strumenti
- Budget
- Tempistiche

PROGRESS e KPI

B

- Progress generale delle attività
- Definizione KPI (Key Performance Indicators) e CSF (Critical Success Factors)
- Supporto alla determinazione della migliore strategia di comunicazione



TIMING
3 -4 settimane

COME

- ❑ Riunioni periodiche con il Gruppo di Lavoro
- ❑ Back office
- ❑ Case study

Implementazione

3



Al termine della fase di pianificazione sarà possibile procedere all'**implemen-
tazione** del piano e al costante aggiornamento degli obiettivi

CORPORATE SCOUTING

- ❑ Condivisione capitale relazionale
- ❑ Selezione aziende

A

TIMING

Continuativo e in costante aggiornamento materiali e obiettivi



REALIZZAZIONE MATERIALI DI PRESENTAZIONE

- ❑ Power Point
- ❑ Scheda progetto

B

COME

- ❑ Riunioni di avanzamento lavori periodiche
- ❑ Analisi risultati

CONTATTO AZIENDE

- ❑ E-mail
- ❑ Recall
- ❑ Gestione incontri
- ❑ Analisi costante risultati

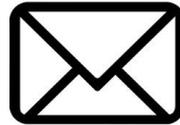
C



CONTATTI



phone: +39 02 36 75 2961



info@atlantiscompany.it



[atlantis_nsc](https://twitter.com/atlantis_nsc)



Atlantis
Nonprofit Strategic Center