

CAMPAGNA SMS SOLIDALE

COME PIANIFICARE UNA CAMPAGNA
SMS SOLIDALE



Campagna con numero solidale

- Il numero solidale è un prezioso strumento di comunicazione e di raccolta fondi a disposizione delle ONP
- L'ONP deve disporre, per un periodo di tempo da definire, di un numero breve adibito alla ricezione di donazioni tramite SMS e chiamate da rete fissa

- Necessita della creazione di un piano strategico che contempli tutte le attività tra la scelta del progetto e la realizzazione di una campagna di comunicazione
- La campagna sms utilizza diversi canali: stampa, radio, web e TV. Deve essere integrato nel piano di comunicazione e fundraising della ONP

- Si è affermato con successo dopo lo Tsunami che il 26 dicembre 2004 ha sconvolto l'intera area dell'Oceano Indiano
- Negli anni sono stati realizzati dei tentativi di donazione tramite mobile che sfruttano il meccanismo dell'sms, ad esempio RicaricAIRC e JustTextGiving



Campagna con numero solidale

STEP PER LA REALIZZAZIONE DI UNA CAMPAGNA SMS SOLIDALE

Scelta del **progetto beneficiario** a cui saranno destinati i fondi della campagna

Scelta del **periodo** e **inoltro della richiesta di collaborazione a Rai per il Sociale, Mediafriends, La7 e Sky per il sociale** entro i termini previsti

Inoltro della **richiesta alle compagnie telefoniche** per ottenere/attivare il numero tenendo conto dei palinsesti televisivi

Pianificazione media e realizzazione della campagna di comunicazione integrata **multi-channel** e **cross-channel**

Promozione della campagna sms attraverso le attività di **media relations/ufficio stampa**

Campagna SMS solidale: Step by step

Scelta del **progetto beneficiario** a cui saranno destinati i fondi della campagna

Perché la campagna sia efficace il progetto selezionato deve essere in linea con il posizionamento della ONP e avere **carattere di urgenza-emergenza**. I materiali creativi e la cta devono essere **chiari e immediati**.

REQUISITI PROGETTO

- Obiettivo;
- Azioni per la realizzazione;
- Budget.

CARATTERISTICHE UTILI E STRATEGICHE

- Chiarezza e immediatezza;
- Urgenza concreta e immediatamente percepibile;
- Gancio con attualità;
- Focus preciso;
- Declinazione creativa impattante e coinvolgente;
- Disponibilità di dati, testimonianze, storie, immagini e video a supporto.

Campagna SMS solidale: Step by step

Scelta del **periodo** e **inoltro della richiesta di collaborazione a Rai per il Sociale, Mediafriends, La7 e Sky per il sociale** entro i termini previsti

È opportuno **valutare con cura il periodo di riferimento** della campagna sms che potrebbe essere attivata in occasione di una data specifica e importante per l'ONP o per la tematica trattata.

RICHIESTA BROADCAST

- **Rai per il Sociale** prevede **tre tipi diversi di iniziative** per accogliere e valorizzare nel palinsesto dei programmi le tematiche sociali: **Trasmissioni con pubbliche raccolte di fondi, Campagne Comunicazione Sociale e Iniziative di sensibilizzazione;**
- **Mediafriends, La7 e Sky per il sociale**, invece, concedono spazi pro bono attraverso la messa in onda dello spot di campagna.

Campagna SMS solidale: Step by step

Scelta del **periodo** e **inoltro della richiesta di collaborazione a Rai per il Sociale, Mediafriends, La7 e Sky per il sociale** entro i termini previsti

DOCUMENTAZIONE NECESSARIA

- Progetto con budget;
- Atto costitutivo;
- Statuto;
- Ultimo Bilancio;
- Rendicontazione della campagna di raccolta fondi dell'anno precedente;
- Spot in bassa/storyboard (per Mediafriends, La7 e Sky per il Sociale).

Ogni broadcast prevede specifiche modalità e materiali, talvolta possono essere richiesti anche documenti e rendicontazioni aggiuntive. Rai, infatti, chiede anche:

- Certificazione Bilancio solidale;
- Pubblicazione del bilancio su quotidiani o periodici a diffusione nazionale, commercializzati in edicola;
- Entro 6 mesi: pubblicazione rendicontazione della raccolta fondi.

Campagna SMS solidale: Step by step

Scelta del **periodo** e **inoltro della richiesta di collaborazione a Rai per il Sociale, Mediafriends, La7 e Sky per il sociale** entro i termini previsti

MODALITÀ DI INVIO RICHIESTA

Ogni broadcast gestisce le richieste in diverse modalità e tempistiche

- **Rai Per il Sociale:** la richiesta completa di tutta la documentazione deve essere inviata tramite raccomandata a **marzo/aprile** e a **settembre/ottobre**;
- **Mediafriends:** la richiesta deve essere fatta attraverso la compilazione di una scheda dedicata da inviare tramite e-mail **120 giorni prima** della messa in onda della campagna.;
- **Sky per il Sociale:** prevede la compilazione della richiesta attraverso apposito **form sul sito** secondo il calendario in esso pubblicato;
- **La7:** inviare **una lettera di richiesta** tramite e-mail.

Campagna SMS solidale: Operatori telefonici

Richiesta alle
compagnie
telefoniche
per
ottenere/attivare la
numerazione
solidale

LA RICHIESTA

L'assegnazione del numero solidale a un progetto di raccolta fondi è soggetta a valutazione degli operatori telefonici e dipende dalla **copertura media prevista** per la campagna. È necessaria comunque la **visibilità su almeno un broadcast nazionale**.

E' possibile richiedere l'attivazione di una **numerazione temporanea per un massimo di 21 giorni** (salvo casi particolari) o di una **permanente**, che prevede fino a **3 campagne nel corso dell'anno solare** e può essere rinnovata di anno in anno mantenendo sempre lo stesso numero.

E' possibile richiedere la donazione:

- tramite **SMS da telefoni mobili** con valore di 2 €;
- sia con **chiamata da telefono fisso** con valori da 2 ad un massimo di 10 € e con possibilità di doppia opzione 5/10 €.

Campagna SMS solidale: Operatori telefonici

**Richiesta alle
compagnie
telefoniche**
per
ottenere/attivare la
numerazione
solidale

L'ONP richiedente deve impegnarsi a effettuare, post-campagna, una **precisa rendicontazione** delle somme raccolte e di quanto sarà realizzato tramite i fondi del numero solidale.

Tim, Vodafone, Wind-Tre, Iliad e Fastweb hanno stabilito dei **costi per l'attivazione del servizio** che si dividono in **componente fissa** (suddivisa in fasce assegnate in base all'andamento delle campagne precedenti o di quella corrente) e **componente variabile**, da calcolare in base al numero di donazioni ricevute durante la campagna.

Su richiesta, è possibile attivare con ciascun operatore eventuali **servizi aggiuntivi facoltativi** (a pagamento o gratuiti). I servizi offerti sono: report giornaliero, sms personalizzato, link. Inoltre, Tim offre anche servizio anagrafiche.

Campagna SMS solidale: Operatori telefonici

Richiesta alle
compagnie
telefoniche
per
ottenere/attivare la
numerazione
solidale

TIMING

Le richieste vanno presentate entro e non oltre il **giorno 1 del mese precedente** quello in cui si intende fare la raccolta, tranne per le raccolte di settembre per cui è richiesta la documentazione **entro il 20 luglio**.

DOCUMENTAZIONE

- Iscrizione al Registro Unico del Terzo Settore, se già effettuata, in alternativa, Atto Costitutivo, Statuto, bilancio sociale o relazione di missione, iscrizione all'anagrafe/registo delle onlus;
- Ultimo Bilancio approvato con nota integrativa;
- Scheda Progetto su modello preimpostato:
 - Piano comunicazione con canali di raccolta di fondi alternativi al numero solidale e/o altre fonti di finanziamento;
 - Progetto dettagliato con budget di spesa;
- Rendicontazione ultima campagna (firmata da legale rappresentante).

Campagna SMS solidale: Piano Comunicazione

Campagna di comunicazione integrata **multi-channel** e **cross-channel**

PIANO DI COMUNICAZIONE INTEGRATO

È inoltre opportuno costruire intorno alla campagna sms una **strategia più ampia di integrazione** con tutti gli altri strumenti di raccolta fondi e comunicazione a disposizione dell'organizzazione.



Campagna SMS solidale: Piano integrato

Promozione della
campagna sms
attraverso le attività
di **media
relations/ufficio
stampa ed eventi a
supporto**

1

RICERCA SPAZI PRO BONO

2

PLACEMENT TELEVISIVO

3

UFFICIO STAMPA

4

ATTIVAZIONE TESTIMONIAL



TEAM



ALESSIA DE RUBEIS

Responsabile
Area Comunicazione



MARTA SEU

Press&Media
Manager



MARTINA RIPAMONTI

Celebrity
Specialist



Grazie!

Contattaci



+39 02 36752960



info@atlantiscompany.it



[atlantisnonprofit](https://www.facebook.com/atlantisnonprofit)



[Atlantis Company](https://www.linkedin.com/company/atlantis-company)



www.atlantiscompany.it

Diamo energia alla solidarietà



Atlantis Company Srl

Via Camillo F. Aprile, 5 – 20124, Milano – Italia

P. Iva 08885760960

