

Lezione 3

La strategia di comunicazione



Federica Risolino

Campaign manager e comunicazione Ginger

A che punto siamo arrivati

Definito un progetto

Scritto un bel testo

Girato un video
accattivante

Ideato delle
ricompense geniali

Quindi abbiamo una
bellissima pagina web,
destinata a essere
completamente inutile senza
una strategia di
comunicazione costante ed
efficace.

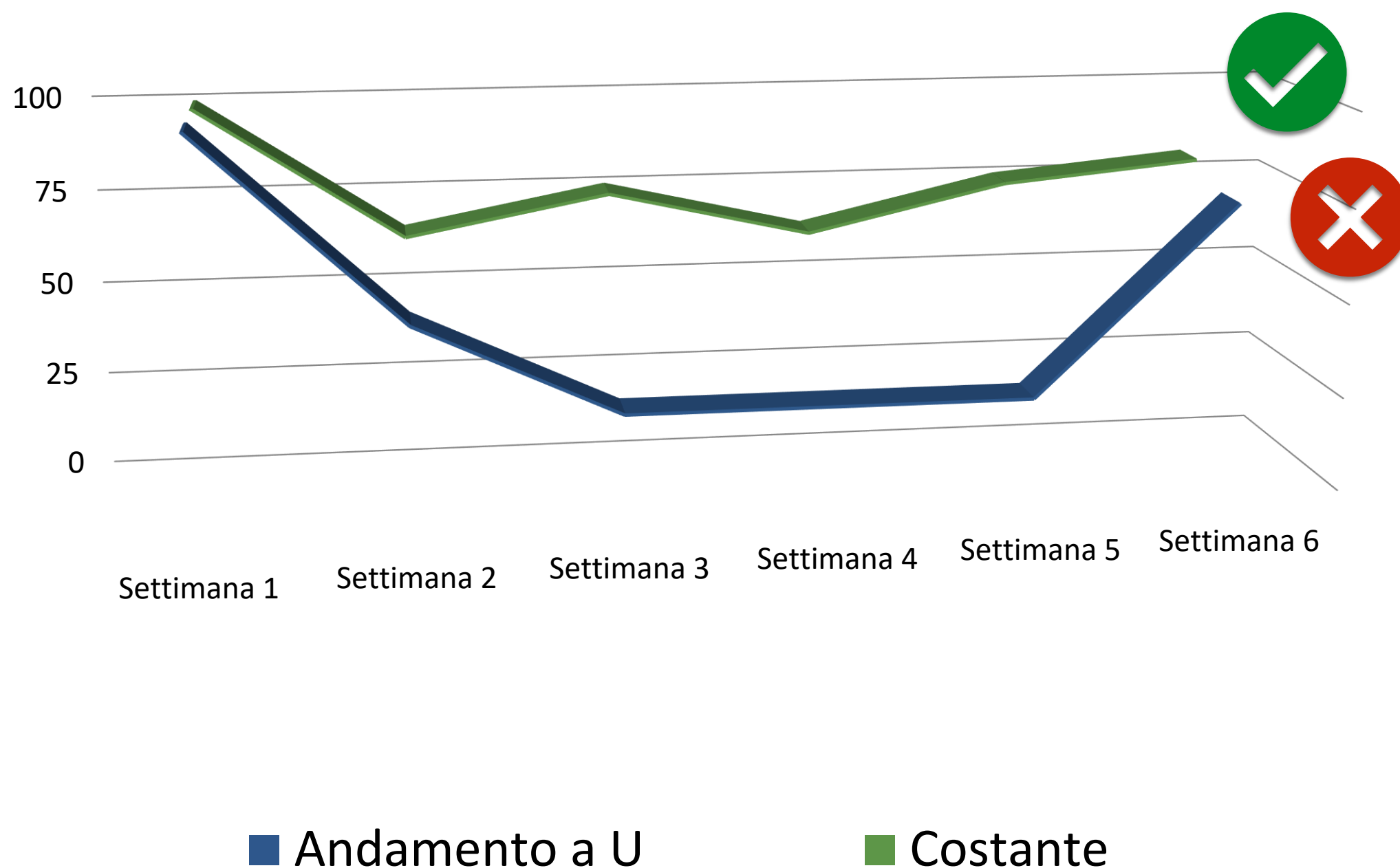
Le tempistiche - Parte 2

*La differenza tra un sogno e un obiettivo?
Una data!*

Walt Disney



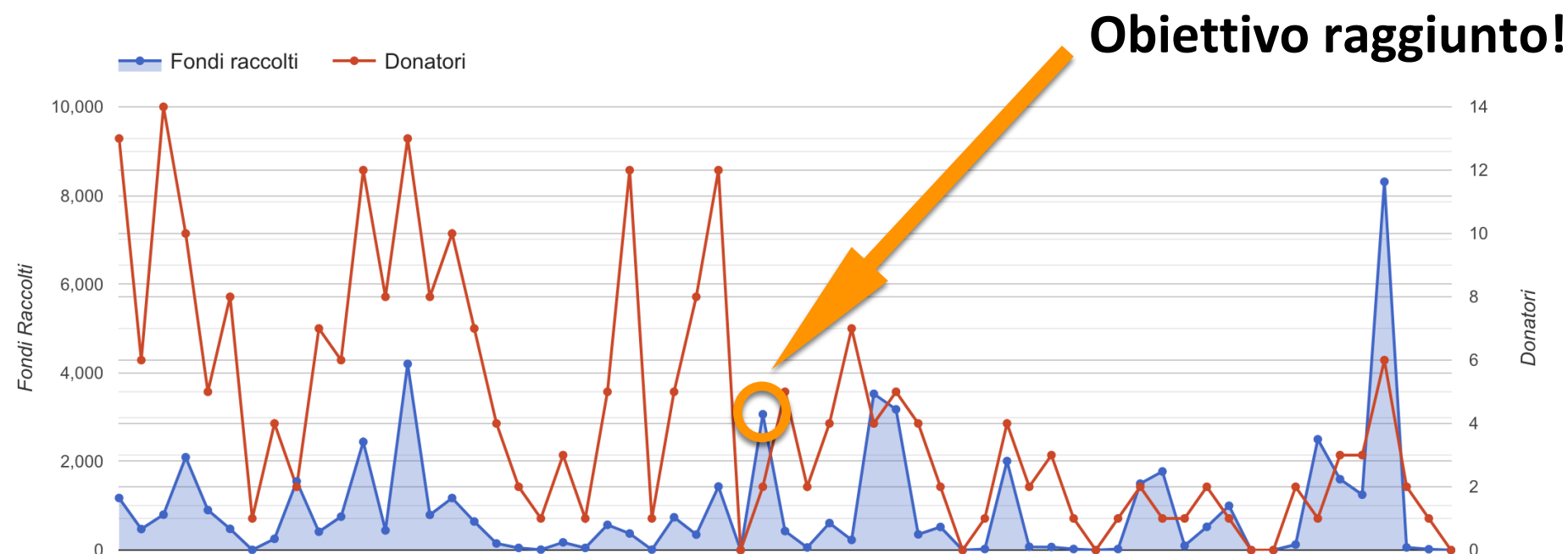
L'andamento nel tempo



Andamento costante



TOTALE FONDI RACCOLTI GIORNALMENTE



Partire con sprint

Partire bene fin dalle prime ore caratterizza positivamente la tua campagna nel momento di maggior vulnerabilità.

Tenere alta l'attenzione

Dopo la fiammata iniziale la raccolta fondi non si arresta, ma prosegue con costanza fino al traguardo. Ogni giorno viene sfruttato per raccogliere fondi.

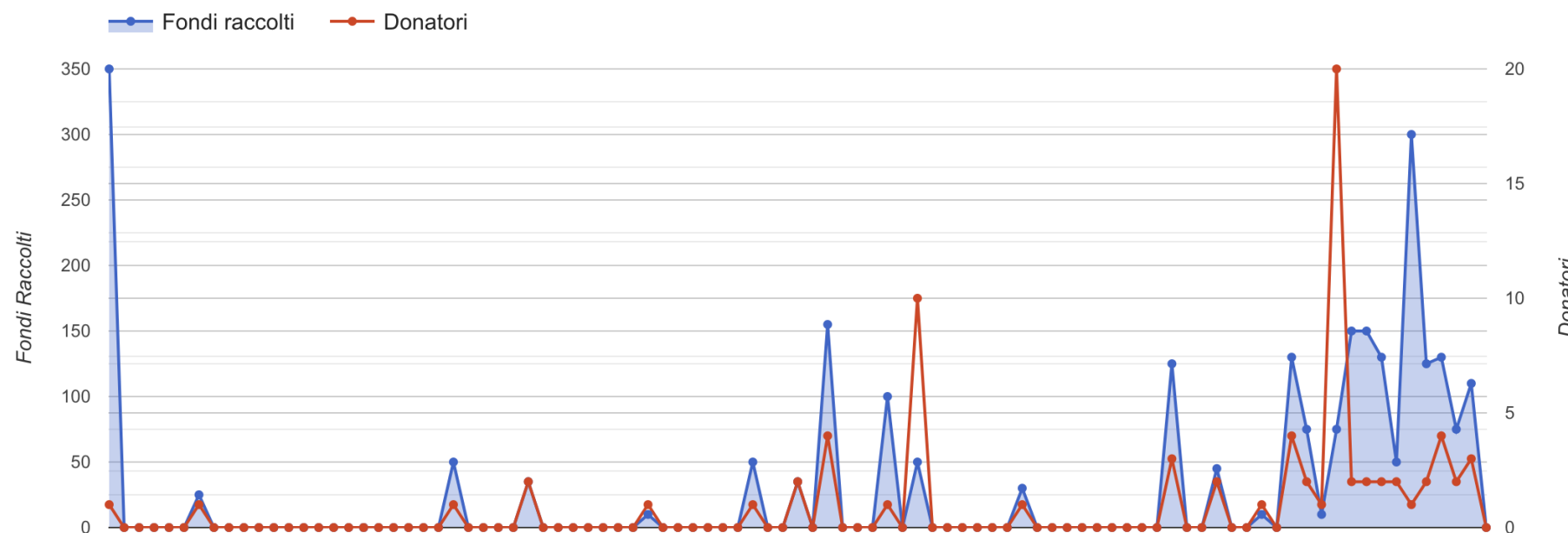
Overfunding

È più semplice raggiungere l'obiettivo iniziale prima della scadenza e sfruttare la bella notizia per rilanciare.

Andamento a U



TOTALE FONDI RACCOLTI GIORNALMENTE



Due picchi di donazioni

La campagna vive di due fiammate, alla partenza e per il rush finale.

Poco ottimale

I giorni efficaci per la raccolta fondi sono pochi e tanto tempo viene sprecato con pochi risultati. Il rischio è che la campagna venga data per “persa” e non riuscire più a ripartire.

La comunicazione

Vi è solo una cosa al mondo peggiore del far parlare di sé, ed è il non far parlare di sé.

Oscar Wilde



Perché la strategia di comunicazione è tutto

Ti fa raggiungere il tuo pubblico

Non esiste il “pubblico del crowdfunding”, devi individuare il **tuo** pubblico.

Senza hai solo una pagina web

Se non promossa una campagna è solo una pagina web in un oceano di altre pagine web.

La piattaforma non fa il lavoro per te

La piattaforma non può promuovere il progetto quanto puoi fare tu.

Raggiungi e coinvolgi i sostenitori

La domanda chiave è: *chi sono i miei potenziali sostenitori?*

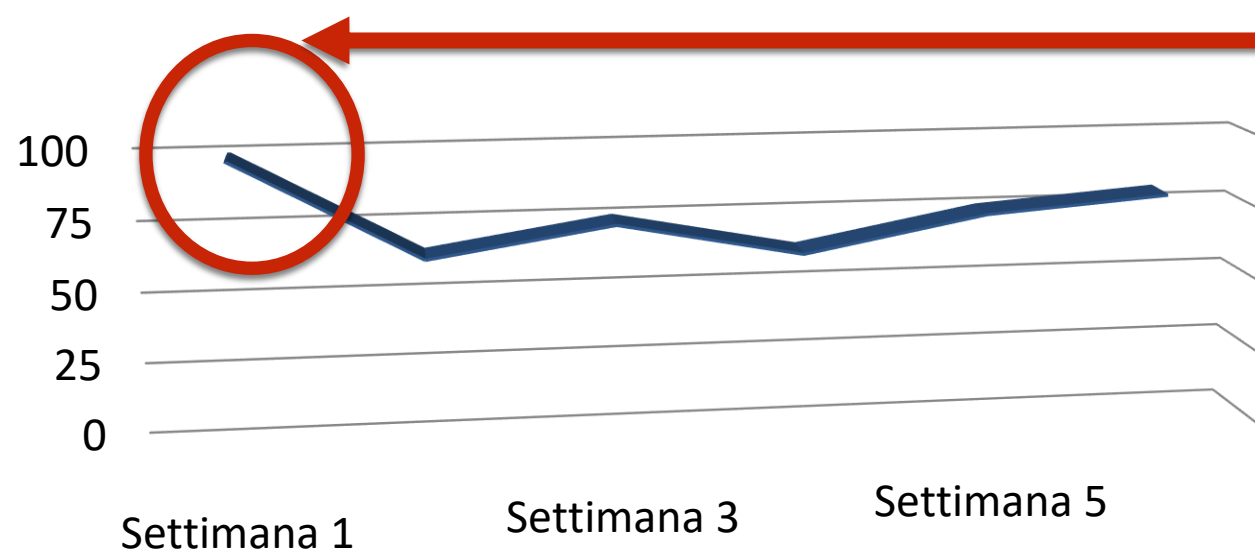
Ricapitolando: chi sono i tuoi sostenitori?



Contatti caldi: liste e one to one

Strategia a segmenti

L'importanza dei contatti caldi



Contatti caldi

Essenziali

Donano per primi senza aspettare che il contatore salga. Questo permette di dare slancio immediato alla campagna.

Strategici

Con il loro supporto pubblico, i primi donatori fanno da megafono e da ambasciatori nei giorni successivi della raccolta alzando la reputazione della campagna.

Come attivare le liste: la rubrica personale

Messaggio diretto

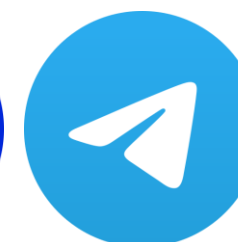
No broadcast o mail con tante persone in cc.

1 a 1

Non mandare un messaggio standard a una platea indistinta di destinatari.

Differenzia

A seconda dei casi scegli lo strumento più adatto per attivare i contatti caldi.



Come attivare le liste: la rubrica personale

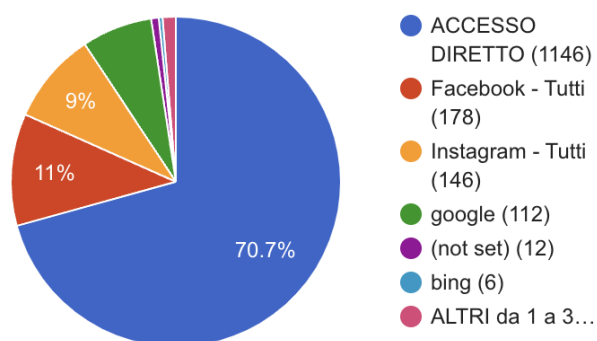
Misura l'efficacia dei
tuoi messaggi

Sono stati letti? Che risposta hai ricevuto?

Scrivi di nuovo se
necessario

Non perdere di vista i tuoi contatti personali per
tutta la campagna.

CANALI DI ACCESSO ALLA PAGINA



Nome	Recapiti	Leva di coinvolgimento	Contatto preferenziale	Monitoraggio
Luca Rossi	333-323... luca@idea...	Amico da sempre	WhatsApp	Ha già donato
Maria Bianchi	323...	Presidente di associazione con cui collaboriamo da sempre	Mail	Ha detto che donerà, monitorare

Bozza di messaggio 1

Ciao *Mario*,

ti scrivo perché ho bisogno del tuo aiuto per realizzare un progetto in cui credo molto. La mia associazione vuole rendere nuovamente percorribile il Percorso dei Pellegrini e per riuscirci abbiamo lanciato la campagna di crowdfunding Cammina con noi.

Abbiamo pochi giorni a disposizione per raccogliere 4.000 euro, che utilizzeremo per ripulire il sentiero e mettere la nuova segnalazione e se non dovessimo raggiungere l'obiettivo il progetto non vedrà mai luce.

Ti ricordi quante escursioni abbiamo fatto insieme lungo il sentiero? Ora larghi tratti del percorso non sono agibili ma con il tuo aiuto possiamo tornare a percorrerli insieme.

Mi daresti una mano con una piccola donazione? Per farlo è sufficiente collegarsi a questo link [inserire link] e donare con PayPal, carta di credito o bonifico bancario, e in base all'importo che sceglierai riceverai delle divertentissime ricompense! Posso contare sul tuo aiuto? ;-)

Grazie mille e a presto,

Carlo

- A ogni destinatario il suo messaggio, personalizza sempre il nome della persona a cui stai scrivendo.
- Racconta in modo chiaro e conciso il tuo obiettivo e che hai lanciato una raccolta fondi per raggiungerlo.
- Ogni singolo contributo è essenziale per raggiungere il traguardo, fai leva sul senso di urgenza.
- Perché una persona dovrebbe sostenerti? Perché hai deciso di chiedere aiuto proprio a lei? Spiegalo in modo coinvolgente.
- Chiedi sempre ed esplicitamente un supporto economico inserendo la *call to action*, la chiamata all'azione.
- Spiega come sostenerti e riporta sempre il link diretto alla tua campagna.

Bozza di messaggio 2

Gentilissimo *Mario*,

sono Paola del B&B Le Api e ti scrivo perché abbiamo un'opportunità dedicata a te che hai già soggiornato da noi.

Abbiamo lanciato la campagna di crowdfunding Alla scoperta del miele per installare delle nuove arnie nel nostro bosco. Abbiamo pochi giorni a disposizione per raccogliere i 4.000 euro necessari all'acquisto delle arnie e alla produzione del primo miele e se non dovessimo raggiungere l'obiettivo il progetto non vedrà mai luce.

Vuoi diventare apicoltore insieme a noi? Se ci sosterrai ti ricompenseremo con i primi squisiti vasetti di miele delle nostri api e potrai essere nostro ospite per un weekend speciale!

Come puoi aiutarci? Sostieni la campagna di crowdfunding Alla scoperta del miele e scegli la ricompensa "Dolce weekend"! Per farlo è sufficiente collegarsi a questo link [inserire link] e sostenerci con PayPal, carta di credito o bonifico bancario!

Fai presto, la ricompensa è limitata, non vediamo l'ora di rivederti per farti conoscere le nostri api!

Grazie mille e a presto,

Paola Miele

- A ogni destinatario il suo messaggio, personalizza sempre il nome della persona a cui stai scrivendo.
- Racconta in modo chiaro e conciso il tuo obiettivo e che hai lanciato una raccolta fondi per raggiungerlo.
- Ogni singolo contributo è essenziale per raggiungere il traguardo, fai leva sul senso di urgenza.
- Perché una persona dovrebbe sostenerti? Perché hai deciso di chiedere aiuto proprio a lei? Spiegalo in modo coinvolgente.
- Chiedi sempre ed esplicitamente un supporto economico inserendo la *call to action*, la chiamata all'azione.
- Spiega come sostenerti e riporta sempre il link diretto alla tua campagna.

Bozza di messaggio 3

Cara *Rosa*,

sono Chiara Bianchi, curatrice del Festival Fotografie nelle Piazze, e ti contatto per raccontarti in anteprima come possiamo rendere unica la rassegna 2023. In che modo?

Abbiamo lanciato la campagna di crowdfunding Fotografie nei cortili. Il nostro obiettivo? Far crescere il festival, esponendo le opere dei fotografi anche nei cortili privati più belli della città. Abbiamo pochi giorni a disposizione per raccogliere 5.000 euro, che utilizzeremo per coprire le spese per stampare più fotografie e ampliare gli spazi espositivi. E se non dovessimo raggiungere l'obiettivo? Il progetto tornerà ad essere un sogno in un cassetto, ma sarebbe un vero peccato. Non trovi?

Ti ricordi come erano belle le piazze di Ravenna ricolme di meravigliosi scatti d'autore? Pensa se questa magia si propagasse in altri affascinanti scorci della città!

Come puoi aiutarci a rendere tutto questo realtà? Sostieni la nostra campagna di crowdfunding!

Per farlo è sufficiente collegarsi a questo link [inserire link] e supportarci.

Ti svelo un segreto... In cambio del tuo aiuto riceverai ricompense uniche, come la possibilità di fare una sessione di shooting insieme a Piero Bianchi, vincitore del titolo fotografo dell'anno! Posso contare sul tuo aiuto? ;-)

Grazie mille e a presto,

Chiara

- A ogni destinatario il suo messaggio, personalizza sempre il nome della persona a cui stai scrivendo.
- Racconta in modo chiaro e conciso il tuo obiettivo e che hai lanciato una raccolta fondi per raggiungerlo.
- Ogni singolo contributo è essenziale per raggiungere il traguardo, fai leva sul senso di urgenza.
- Perché una persona dovrebbe sostenerti? Perché hai deciso di chiedere aiuto proprio a lei? Spiegalo in modo coinvolgente.
- Chiedi sempre ed esplicitamente un supporto economico inserendo la *call to action*, la chiamata all'azione.
- Spiega come sostenerti e riporta sempre il link diretto alla tua campagna.

Gli ambasciatori

Ogni sostenitore può essere ambasciatore

Scrivi tempestivamente alle persone che ti sostengono per ringraziarle e chiedergli di diffondere la tua campagna.

Coinvolgi gli ambasciatori

Chiedi loro di preparare una lista di contatti caldi a cui promuoveranno la campagna o di utilizzare i loro canali social personali.

Coinvolgi i partner sul territorio

Chiedi ad associazioni ed enti amici di aiutarti a promuovere la campagna verso la loro comunità.

Ingaggia i sostenitori

Ricompense speciali per i sostenitori che portano altri donatori?
Coinvolgi i sostenitori nella comunicazione.

Trasformare un sostenitore in ambasciatore

Cara *Rosa*,

che dirti se non grazie di cuore! Il tuo sostegno per noi è fondamentale. Grazie al tuo contributo non solo siamo più vicini a raggiungere il nostro obiettivo ma siamo anche consapevoli di quanto sia forte l'affetto attorno a una rassegna magica come Fotografie nelle piazze.

Nei prossimi giorni ti aggiorneremo sull'andamento del crowdfunding, sulle tempistiche di realizzazione del progetto e di consegna delle ricompense. Nel frattempo però ti chiediamo di darci ancora una mano. In che modo?

Questo è il link al nostro progetto [inserire link]. Per favore, inoltralo a tutte le persone che sai condividono la nostra stessa passione per la fotografia. Tutti insieme, possiamo fare qualcosa di straordinario!

Hai voglia di condividere su Instagram un breve video, in cui ci racconti cosa significa per te la fotografia e perché ci hai aiutato? Lo rilanceremo sui nostri canali e gli autori dei tre video che otterranno più interazioni riceveranno un premio extra. Che ne dici?

*Nel frattempo, grazie, grazie e ancora una volta grazie! Un abbraccio,
Chiara*

Scegli l'uno o l'altro.

Cosa possono fare gli ambasciatori



ART LAB

1 maggio alle ore 09:00 · 🌐

Mancano pochi giorni alla terza edizione de [#ilpalloncino di roberto](#) e mancano pochi giorni alla chiusura del nostro crowdfunding su <https://www.ideaginger.it/.../il-palloncino-di-roberto.html>
Oggi vogliamo ringraziare per il supporto [Sabrina Pantieri](#) di [Punto e Fucina](#) .
[#artlabconselice](#)



Questa attività collabora alla realizzazione de
IL PALLONCINO DI ROBERTO
Sabato 7 e Domenica 8 maggio 2022



14



La CIA coop.com. si trova presso Palazzuolo sul Senio. ...
20 giugno · 🌐

CAMPANILE vs OROLOGIO
Abbiamo un vincitoreeeee 🏆

Scoprilo nel video ... 🎬

D... Altro...



CAMPANILE
VS
OROLOGIO

#palazzuolando

0:06 / 0:44



Porta Pazienza

19 marzo alle ore 11:00 · 🌐

Flavio è l'esempio lampante della forza della rete.

Da soli non avremmo mai potuto. La rete, invece, può arrivare dove da soli non si riesce.
Siamo grati a Flavio per il suo sostegno e al nostro punto di riferimento, i fratelli della [Nuova Cooperazione Organizzata](#)
Altro...



GRAZIE, con il tuo aiuto ce l'abbiamo fatta! 🙌🏻🙌🏻🙌🏻 - TEST

INBOX Personale



Cara Alessia,

oggi vogliamo idealmente brindare con te che, insieme a oltre 140 amici, ci hai permesso di raggiungere un traguardo importante:

a un mese dalla chiusura della nostra raccolta fondi "Fai giocare anche me???" abbiamo raggiunto i 7.500,00 euro che ci eravamo prefissati come primo obiettivo e possiamo quindi dare per conquistata la pavimentazione antitrauma per l'area giochi.

I bambini sono entusiasti! Non solo per il risultato della raccolta, ma anche per avere visto questa disponibilità ad accogliere la loro richiesta.

Con queste premesse seguiamo fiduciosi verso il secondo obiettivo: raccogliere almeno altri 6.000,00 euro per installare almeno il primo blocco di giochi e fare diventare il sogno realtà.

Ti ringraziamo di cuore per essere stato tra i sostenitori della prima ora e ci permettiamo di chiederti ancora un aiuto: potresti raccontare di questo progetto ai tuoi amici e incoraggiarli a seguire il tuo esempio entro il 12 aprile?

Manda loro il link alla presentazione del progetto e invitali a guardare il video!

<https://www.ideaginger.it/progetti/fai-giocare-anche-me.html>

A chiusura della campagna, dopo il 12 aprile, ti faremo avere il ringraziamento che i bambini hanno preparato per te.

Ancora grazie e un augurio di Bene!

educatori, i volontari

Faustino

Il Parroco don Maurizio Funazzi, gli

e i ragazzi dell'Oratorio di San



giovanni.storti.ufficiale · Segui ...
Audio originale



giovanni.storti.ufficiale · 1 sett
Gli alberi non sono solo tronchi e foglie, ma vere e proprie "case verticali" per migliaia di creature! 🌳
Insieme all'Università Bicocca e ai fondatori del progetto BioTreeVersity, vogliamo fare la nostra parte per costruire un grande "albero-habitat" e un bel percorso informativo da presentare nel corso della mostra che verrà realizzata al Museo di Storia Naturale di Milano.
👉 Dona entro il 9 giugno se vuoi sostenere il nostro progetto. Lo trovi sulla piattaforma Ginger, cercando "Una Casa chiamata Albero" 🌍
📅 La mostra sarà a Milano dal 19 settembre al 17 novembre 2024
📍 Dove? Al Museo di Storia Naturale! Non guarderai mai più un albero con gli



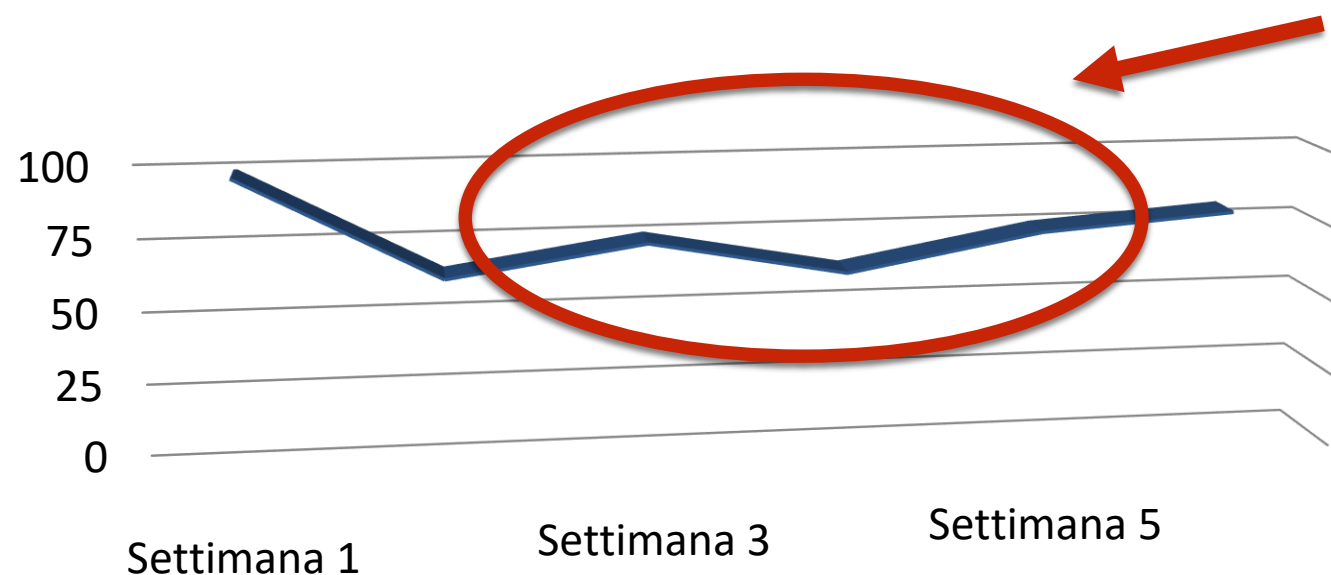
Quindi abbiamo bisogno di denaro, che mettiate mano



Piace a 9.167 persone

29 maggio

Come tenere alta l'attenzione?



La strategia a segmenti

Per il mantenimento della campagna focalizzati sulla strategia a segmenti.

Creatività

+

Pianificazione

+

Costanza

Lo strumento adatto per pianificare una campagna di comunicazione efficace e creativa è **il piano editoriale**.

Piano editoriale

Piano Editoriale per campagna di crowdfunding

Utilizza il piano editoriale anche per monitorare l'ampiezza della tua comunità!

N° dei contatti caldi raccolti nelle liste		?					Compila il piano e raccontaci con quali attività di comunicazione coinvolgerai il tuo pubblico.	
N° delle persone iscritte ai canali social		?						
N° degli indirizzi mail registrati in newsletter		?						
N° dei contatti iscritti ad altri servizi di messaggistica, come per esempio i Canali Telegram		?						
	Canali di comunicazione	Lunedì	Martedì	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sabato	Domenica
Settimana 1	Contatti caldi							
	Social network							
	Newsletter							
	Ufficio Stampa							
	Eventi							
Settimana 2	Contatti caldi							
	Social network							
	Newsletter							
	Ufficio Stampa							
	Eventi							
Settimana 3	Contatti caldi							
	Social network							
	Newsletter							
	Ufficio Stampa							
	Eventi							

Piano editoriale

- Decidi come raccontare il progetto e con quali canali di comunicazione.
- Organizza la strategia in settimane e programma le attività.
- Mantieni la comunicazione interessante individuando delle rubriche da sviluppare nel tempo.
- Prepara in anticipo testi, immagini e video.

Piano editoriale

Esempio operativo

Piano Editoriale per campagna di crowdfunding							
Utilizza il piano editoriale anche per monitorare l'ampiezza della tua comunità!							
N° dei contatti caldi raccolti nelle liste	50					Compila il piano e raccontaci con quali attività di comunicazione coinvolgerai il tuo pubblico.	
N° delle persone iscritte ai canali social	3500	Facebook: 1540 Instagram: 1960					
N° degli indirizzi mail registrati in newsletter	283						
N° dei contatti iscritti ad altri servizi di messaggistica, come per esempio i Canali Telegram	120						
Canali di comunicazione	Lunedì	Martedì	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sabato	Domenica
Settimana 1	Contatti caldi	Messaggio di prelanco a contatti	Messaggio di lancio campagna	Messaggio di lancio campagna	Messaggio di lancio campagna		
	Social network				Post di lancio della campagna		Video pillola storia del festival
	Newsletter	Messaggio di prelanco ai contatti acquisiti	Messaggio di lancio campagna contatti caldi		Newsletter di lancio campagna a tutta la mailing list		
	Ufficio Stampa						
	Eventi						
Settimana 2	Contatti caldi						
	Social network	Focus su ricompensa 15 euro	Ti presento un fotografo		Reel dei cortili in cui allestiremo il festival		Video pillola storia del festival
	Newsletter						
	Ufficio Stampa	Conferenza stampa di presentazione	Lancio stampa				
	Eventi			Click & flash - aperitivo fotografico di raccolta fondi			
Settimana 3	Contatti caldi	Recall contatti caldi	Recall contatti caldi	Recall contatti caldi	Recall contatti caldi	Recall contatti caldi	
	Social network	Focus su ricompensa 50 euro		Ti presento un fotografo		Reel dei cortili in cui allestiremo il festival	Video pillola storia del festival
	Newsletter						News andamento raccolta fondi
	Ufficio Stampa						
	Eventi						Click & flash - aperitivo fotografico di raccolta fondi

Quali canali usare?

Messaggistica, mail e telefonate

Social network

Ufficio stampa

Newsletter

Eventi

Contatti caldi

Personalizza

Fai capire al tuo destinatario che quel messaggio è pensato proprio per lui/lei.

Strategia

Pianifica le uscite con regolarità, parti dai contatti più vicini e “spacchetta” l’invio.

Monitora l’andamento

Programma delle recall o un ulteriore invio se necessario. Pensa anche agli ambasciatori!



Piano editoriale

Esempio operativo

Piano Editoriale per campagna di crowdfunding							
Utilizza il piano editoriale anche per monitorare l'ampiezza della tua comunità!							
N° dei contatti caldi raccolti nelle liste	50						Compila il piano e raccontaci con quali attività di comunicazione coinvolgerai il tuo pubblico.
N° delle persone iscritte ai canali social	3500	Facebook: 1540 Instagram: 1960					
N° degli indirizzi mail registrati in newsletter	283						
N° dei contatti iscritti ad altri servizi di messaggistica, come per esempio i Canali Telegram	120						
Canali di comunicazione	Lunedì	Martedì	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sabato	Domenica
Settimana 1	Contatti caldi	Messaggio di prelancio a contatti	Messaggio di lancio campagna	Messaggio di lancio campagna	Messaggio di lancio campagna		
	Social network						
	Newsletter						
	Ufficio Stampa						
	Eventi						
Settimana 2	Contatti caldi						
	Social network						
	Newsletter						
	Ufficio Stampa						
	Eventi						
Settimana 3	Contatti caldi	Recall contatti caldi	Recall contatti caldi	Recall contatti caldi	Recall contatti caldi	Recall contatti caldi	
	Social network						
	Newsletter						
	Ufficio Stampa						
	Eventi						

Social network

Solo quelli usati dal tuo pubblico

Pianifica in anticipo cosa pubblicare

Produci contenuti creativi e diversificati

Misura l'efficacia della comunicazione

Racconta il progetto e invita a sostenerlo con una CTA



Idee per una comunicazione sempre sulla cresta dell'onda

Ringrazia i tuoi sostenitori

Crea delle rubriche con argomenti diversi

Lancia nuove ricompense

Annuncia un evento per incontrare la comunità

Coinvolgi i donatori nella comunicazione



ADMO Emilia-Romagna 2 h •

Percorriamo insieme l'ultimo chilometro per raggiungere anche il secondo obiettivo 🚚

Dona subito su <https://www.ideaginger.it...> Altro...

Fabrizia Bevini - 06/10/2021

Un abbraccio a tutte le persone in attesa di un donatore. Forza ADMO! Insieme ce la faremo.

ADMO Emilia Romagna ODV

Grazie mille! Uniti siamo una forza :)

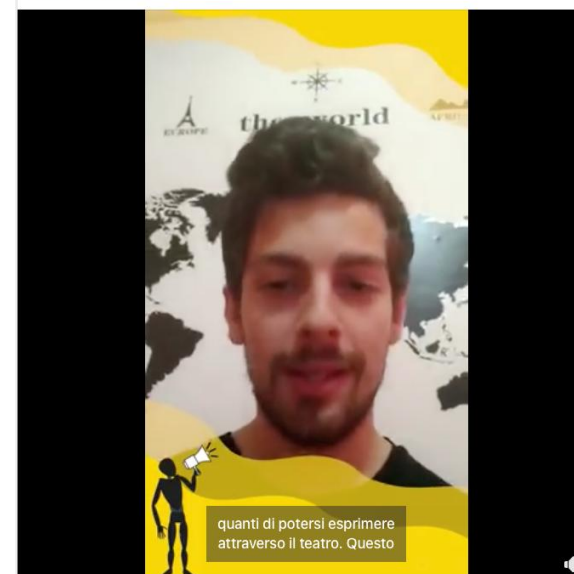
2

CrashTest Teatro Festival 3 luglio alle ore 12:00 •

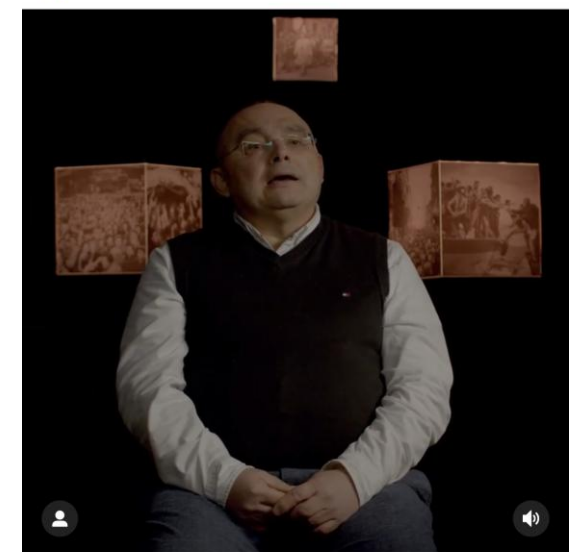
Oggi ci prova Amin a convincervi! Manca ancora qualcosa per raggiungere il nostro obiettivo finale ma non vogliamo mollare! Aiuta #CrashTestFestival adesso!

<https://www.ideaginger.it/.../crashfunding-crash-test-ha...>

Comune di Valdarno ... Altro...



flora_ilfilm Bologna



Visualizzazioni: 63

flora_ilfilm Due giorni fa abbiamo celebrato il 25 aprile, giorno della Liberazione d'Italia: da qui parte la nostra nuova settimana. Ogni mercoledì infatti ci sarà la rubrica "Lo sapevi che...?", pillole di approfondimento sulla Resistenza.

Il primo ospite è Davide Cerè, esponente @anpi_bologna, che racconta la Liberazione di Bologna avvenuta il 21 aprile 1945.

Sostieni Flora, DONA e FAI DONARE su @ginger_crowdfunding (link in bio) 💰

Piano editoriale

Esempio operativo

Piano Editoriale per campagna di crowdfunding								
Utilizza il piano editoriale anche per monitorare l'ampiezza della tua comunità!								
N° dei contatti caldi raccolti nelle liste	50						Compila il piano e raccontaci con quali attività di comunicazione coinvolgerai il tuo pubblico.	
N° delle persone iscritte ai canali social	3500	Facebook: 1540 Instagram: 1960						
N° degli indirizzi mail registrati in newsletter	283							
N° dei contatti iscritti ad altri servizi di messaggistica, come per esempio i Canali Telegram	120							
Canali di comunicazione	Lunedì	Martedì	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sabato	Domenica	
Settimana 1	Contatti caldi	Messaggio di pre lancio a contatti	Messaggio di lancio campagna	Messaggio di lancio campagna	Messaggio di lancio campagna			
	Social network				Post di lancio della campagna			Video pillola storia del festival
	Newsletter							
	Ufficio Stampa							
	Eventi							
Settimana 2	Contatti caldi							
	Social network	Focus su ricompensa 15 euro	Ti presento un fotografo			Reel dei cortili in cui allestiremo il festival		Video pillola storia del festival
	Newsletter							
	Ufficio Stampa							
	Eventi							
Settimana 3	Contatti caldi	Recall contatti caldi	Recall contatti caldi	Recall contatti caldi	Recall contatti caldi	Recall contatti caldi		
	Social network	Focus su ricompensa 50 euro		Ti presento un fotografo		Reel dei cortili in cui allestiremo il festival		Video pillola storia del festival
	Newsletter							
	Ufficio Stampa							
	Eventi							

Newsletter



Attivare un servizio di newsletter non serve solo a mandare mail, ma può essere uno strumento di comunicazione strategico e accattivante!

Quando mandare la newsletter?



Quando mandare la newsletter?



Hai fatto crescere Il Giardino di Alice!

Non solo: con la tua donazione ci hai dato forza, ci hai infuso fiducia in noi stessi e in quello che facciamo. Insomma ci stai motivando a fare sempre meglio.

Grazie.

Grazie per credere con noi nei nostri progetti.

Grazie per voler contribuire attivamente alla vita culturale cittadina.

Grazie! 113 volte grazie!

Abbiamo raggiunto l'obiettivo prima del tempo, anche la Banca delle Terre Venete è scesa in campo, anzi, in giardino.

Ora siamo in tanti, ma abbiamo ancora tempo prima della chiusura della campagna crowdfunding, abbiamo chiesto una settimana in più.

Perché? Se riusciamo a raggiungere i 7500€ possiamo organizzare un tour dello striosso Nazareno in bicicletta, di parco in parco, di quartiere in quartiere.

Hai mai visto la bici di Andrea? È perfetta per il personaggio dello striosso: scassata, arrugginita, a prova di furto. La parcheggerà in ogni parco e comincerà a raccontare le sue storie.

Ecco cosa ti chiedo: **invita un tuo amico, una tua amica a donare.** Sai che basta anche poco, ma che quel poco per noi è tantissimo.

Condividi il nostro link, parla con i tuoi vicini, e convincili a donare, copia e incolla questo link anche su whatsapp o su facebook...

<https://www.ideaginger.it/progetti/il-giardino-di-alice-oltre-il-giardino.html>

A breve verrete contattati per consegnarvi o organizzare la vostra ricompensa.

Grazie ancora e ancora grazie

Tommaso

DONA ORA



Save the date

Per la maggior parte di noi, settembre significa rientro dalle ferie e ritorno alla routine. Allora, perché non fissare una data per incontrarsi e chiacchiere di sogni di coralli giganti e della bellezza dei nostri mari?! Ognuno di voi condivide sicuramente la nostra passione per il mare e lo avete dimostrato con la vostre donazioni che hanno contribuito in maniera fondamentale a raggiungere gli obiettivi prefissati.

Qualora foste interessati, il 26 Settembre alle ore 18:00 il team di "Map the Giants" sarà a Je Suis Jambon a Milano, in Piazza della Trivulziana 4. Sarà un'occasione per conoscervi, raccontarvi a che punto siamo con il progetto e quali saranno i nostri prossimi passi.

L'evento è aperto a tutti, ma vi chiediamo di farci sapere se pensate di partecipare compilando il [form qui o sotto](#).

A presto e grazie ancora!

Conferma o meno la tua presenza



f in @

Map the Giants
University of Milano-Bicocca



Questa fotografia storica è appesa in tanti bar del centro della nostra città. Uno scatto fotografico unico, frutto di grande abilità. Molti quel giorno erano allo stadio e ogni volta che rivedono quest'immagine possono dire con orgoglio **"IO C'ERO!"**.

Così è per le centinaia di persone che hanno aderito al nostro progetto "Comodi e sicuri", anche loro potranno dire con soddisfazione, quando finalmente le nuove sedie arrederanno la sala polivalente, **"io c'ero", sono parte di una comunità e assieme a tanti altri abbiamo dato luce a una iniziativa concreta.**

L'obiettivo, che era raccogliere 6200 euro per acquistare 150 sedie, è stato raggiunto ancor prima del termine della raccolta, ma sono rimasti ancora otto giorni e se qualcuno vuole portare il suo prezioso contributo, può ancora farlo. Noi del Circolo utilizzeremo tutta la cifra realizzata per l'acquisto delle, sedie che, ovviamente, saranno qualcuna in più delle 150 previste.

Ringraziamo le persone che generosamente hanno già collaborato con le loro donazioni e tutti coloro che vorranno ancora portare il loro contributo.

Comodi e Sicuri

App: Circolo il Campanile | Scade il 25/11/2023 | Tipo raccolta: 10 rubriche a settimana



Piano editoriale

Esempio operativo

Piano Editoriale per campagna di crowdfunding								
Utilizza il piano editoriale anche per monitorare l'ampiezza della tua comunità!								
N° dei contatti caldi raccolti nelle liste	50						Compila il piano e raccontaci con quali attività di comunicazione coinvolgerai il tuo pubblico.	
N° delle persone iscritte ai canali social	3500	Facebook: 1540 Instagram: 1960						
N° degli indirizzi mail registrati in newsletter	283							
N° dei contatti iscritti ad altri servizi di messaggistica, come per esempio i Canali Telegram	120							
Canali di comunicazione	Lunedì	Martedì	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sabato	Domenica	
Settimana 1	Contatti caldi		Messaggio di preancio a contatti	Messaggio di lancio campagna	Messaggio di lancio campagna	Messaggio di lancio campagna		
	Social network					Post di lancio della campagna		Video pillola storia del festival
	Newsletter		Messaggio di preancio ai contatti acquisiti	Messaggio di lancio campagna contatti caldi		Newsletter di lancio campagna a tutta la mailing list		
	Ufficio Stampa							
	Eventi							
Settimana 2	Contatti caldi							
	Social network		Focus su ricompensa 15 euro	Ti presento un fotografo		Reel dei cortili in cui allestiremo il festival		Video pillola storia del festival
	Newsletter							
	Ufficio Stampa							
	Eventi							
Settimana 3	Contatti caldi	Recall contatti caldi	Recall contatti caldi	Recall contatti caldi	Recall contatti caldi	Recall contatti caldi		
	Social network	Focus su ricompensa 50 euro		Ti presento un fotografo		Reel dei cortili in cui allestiremo il festival		Video pillola storia del festival
	Newsletter							News andamento raccolta fondi
	Ufficio Stampa							
	Eventi							

Ufficio stampa: suggerimenti

Fai un elenco di giornalisti, redazioni e influencer

Meglio dopo 7-10 gg (mai prima del lancio!)

Comunicato stampa focalizzato sulla raccolta fondi

Inserisci il link alla campagna e spiega come donare

Piano editoriale

Esempio operativo

Piano Editoriale per campagna di crowdfunding								
Utilizza il piano editoriale anche per monitorare l'ampiezza della tua comunità!								
N° dei contatti caldi raccolti nelle liste	50						Compila il piano e raccontaci con quali attività di comunicazione coinvolgerai il tuo pubblico.	
N° delle persone iscritte ai canali social	3500	Facebook: 1540 Instagram: 1960						
N° degli indirizzi mail registrati in newsletter	283							
N° dei contatti iscritti ad altri servizi di messaggistica, come per esempio i Canali Telegram	120							
Canali di comunicazione	Lunedì	Martedì	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sabato	Domenica	
Settimana 1	Contatti caldi	Messaggio di preancio a contatti	Messaggio di lancio campagna	Messaggio di lancio campagna	Messaggio di lancio campagna			
	Social network				Post di lancio della campagna		Video pillola storia del festival	
	Newsletter	Messaggio di preancio ai contatti acquisiti	Messaggio di lancio campagna contatti caldi		Newsletter di lancio campagna a tutta la mailing list			
	Ufficio Stampa							
	Eventi							
Settimana 2	Contatti caldi							
	Social network	Focus su ricompensa 15 euro	Ti presento un fotografo		Reel dei cortili in cui allestiremo il festival		Video pillola storia del festival	
	Newsletter							
	Ufficio Stampa	Conferenza stampa di presentazione	Lancio stampa					
	Eventi							
Settimana 3	Contatti caldi	Recall contatti caldi	Recall contatti caldi	Recall contatti caldi	Recall contatti caldi	Recall contatti caldi		
	Social network	Focus su ricompensa 50 euro	Ti presento un fotografo		Reel dei cortili in cui allestiremo il festival		Video pillola storia del festival	
	Newsletter						News andamento raccolta fondi	
	Ufficio Stampa							
	Eventi							

Gli eventi pubblici

Presentati

Promuovi il progetto

Conosci nuovi
sostenitori

Raccogli fondi

Durante un evento puoi incontrare persone che non sono online ma sono comunque interessate al tuo progetto.

Su Ginger è possibile inserire donazioni offline.

Piano editoriale

Esempio operativo

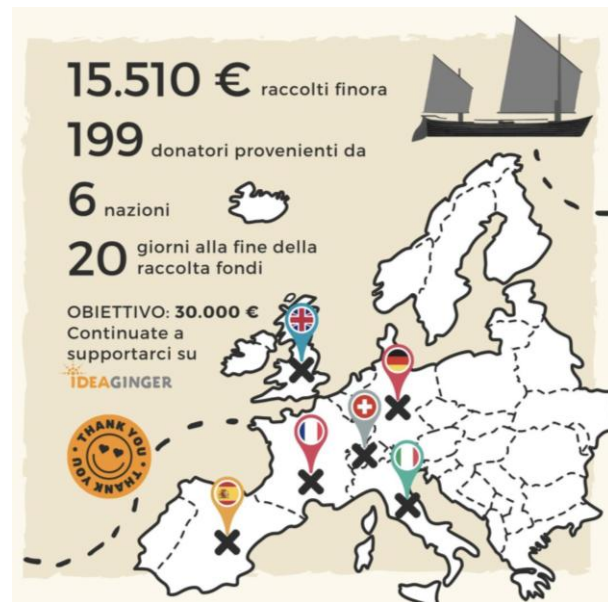
Piano Editoriale per campagna di crowdfunding								
Utilizza il piano editoriale anche per monitorare l'ampiezza della tua comunità!								
N° dei contatti caldi raccolti nelle liste	50						Compila il piano e raccontaci con quali attività di comunicazione coinvolgerai il tuo pubblico.	
N° delle persone iscritte ai canali social	3500	Facebook: 1540 Instagram: 1960						
N° degli indirizzi mail registrati in newsletter	283							
N° dei contatti iscritti ad altri servizi di messaggistica, come per esempio i Canali Telegram	120							
Canali di comunicazione	Lunedì	Martedì	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sabato	Domenica	
Settimana 1	Contatti caldi		Messaggio di prelanco a contatti	Messaggio di lancio campagna	Messaggio di lancio campagna	Messaggio di lancio campagna		
	Social network					Post di lancio della campagna		Video pillola storia del festival
	Newsletter		Messaggio di prelanco ai contatti acquisiti	Messaggio di lancio campagna contatti caldi		Newsletter di lancio campagna a tutta la mailing list		
	Ufficio Stampa							
	Eventi							
Settimana 2	Contatti caldi							
	Social network		Focus su ricompensa 15 euro	Ti presento un fotografo		Reel dei cortili in cui allestiremo il festival		Video pillola storia del festival
	Newsletter							
	Ufficio Stampa		Conferenza stampa di presentazione	Lancio stampa				
	Eventi				Click & flash - aperitivo fotografico di raccolta fondi			
Settimana 3	Contatti caldi	Recall contatti caldi	Recall contatti caldi	Recall contatti caldi	Recall contatti caldi	Recall contatti caldi		
	Social network	Focus su ricompensa 50 euro		Ti presento un fotografo		Reel dei cortili in cui allestiremo il festival		Video pillola storia del festival
	Newsletter							News andamento raccolta fondi
	Ufficio Stampa							
	Eventi							Click & flash - aperitivo fotografico di raccolta fondi

Piano editoriale

Esempio operativo

Piano Editoriale per campagna di crowdfunding							
Utilizza il piano editoriale anche per monitorare l'ampiezza della tua comunità!							
N° dei contatti caldi raccolti nelle liste	50					Compila il piano e raccontaci con quali attività di comunicazione coinvolgerai il tuo pubblico.	
N° delle persone iscritte ai canali social	3500	Facebook: 1540 Instagram: 1960					
N° degli indirizzi mail registrati in newsletter	283						
N° dei contatti iscritti ad altri servizi di messaggistica, come per esempio i Canali Telegram	120						
Canali di comunicazione	Lunedì	Martedì	Mercoledì	Giovedì	Venerdì	Sabato	Domenica
Settimana 1	Contatti caldi	Messaggio di prelanco a contatti	Messaggio di lancio campagna	Messaggio di lancio campagna	Messaggio di lancio campagna		
	Social network				Post di lancio della campagna		Video pillola storia del festival
	Newsletter	Messaggio di prelanco ai contatti acquisiti	Messaggio di lancio campagna contatti caldi		Newsletter di lancio campagna a tutta la mailing list		
	Ufficio Stampa						
	Eventi						
Settimana 2	Contatti caldi						
	Social network	Focus su ricompensa 15 euro	Ti presento un fotografo		Reel dei cortili in cui allestiremo il festival		Video pillola storia del festival
	Newsletter						
	Ufficio Stampa	Conferenza stampa di presentazione	Lancio stampa				
	Eventi			Click & flash - aperitivo fotografico di raccolta fondi			
Settimana 3	Contatti caldi	Recall contatti caldi	Recall contatti caldi	Recall contatti caldi	Recall contatti caldi	Recall contatti caldi	
	Social network	Focus su ricompensa 50 euro		Ti presento un fotografo		Reel dei cortili in cui allestiremo il festival	Video pillola storia del festival
	Newsletter						News andamento raccolta fondi
	Ufficio Stampa						
	Eventi						Click & flash - aperitivo fotografico di raccolta fondi

Anche l'occhio vuole la sua parte!



€100

Problemi a dormire?

**RICOMPENSA
LIMITED
EDITION**



Con questa ricompensa risolvi due problemi: quanto donare e il sonno perso! Dona subito per avere la tua consulenza privata sul sonno con la nostra psicologa perinatale.



Vogliamo creare uno
"Spazio di apprendimento"
basato principalmente sui metodi
di pedagogia Montessori per
accogliere i bambini a settembre.

ACCOGLIENTE

Dove i bambini potranno
lavorare in serenità.

Per incoraggiare la
libertà di movimento.

FLESSIBILE

STIMOLANTE

Per sviluppare le loro
capacità individuali.

Per rispondere al normale
bisogno di ordine e cura.

ORGANIZZATO

LAVORI DA FARE

5000€

OBIETTIVO 2

- Materiali Montessori 9-11 anni
- Arredamento specifico

2800€

**E SE
SUPERIAMO
GLI OBIETTIVI?**

- Microscopio per analizzare
e studiare le piccole cose
- Telescopio per le osservazioni

OBIETTIVO 1

- Materiali Montessori 6-8 anni
- Arredamento di base

OBIETTIVO 3

- Materiali per falegnameria
- Attrezzi per orto didattico
- Materiali artistici

3400€

15000€



**Pronti,
Partenza,
Si dona!**


**NON, CI STIAMO
PIU' DENTRO!**

 **Aiutaci anche TU
a comprare un nuovo
TENDONE!** 

Sono più di 35 anni che svolgiamo terapie riabilitative con i cavalli nel nostro amato maneggio coperto, ma cresce sempre più il numero di persone che frequentano il nostro centro e **non ci stiamo letteralmente più dentro!**

Abbiamo così deciso di lanciare la **campagna di raccolta fondi** sulla piattaforma di crowdfunding **ideaginger.it**, per comprare un **nuovo tendone** che ci permetterà di lavorare con i nostri bambini all'aria aperta e proteggerci da sole e pioggia!

DONA SU:  **www.
ideaginger.it**

Scopri di più sulla campagna e sostieni il nostro progetto, regalerai nuove possibilità di terapia e svago a tutti i bambini che frequentano l'associazione **Anche noi a cavallo!**

Aiutaci anche tu!

I NOSTRI PROFESSIONISTI



SARA LANZINI
Psicologa perinatale



BEATRICE BABBIN
Logopedista



MARINA STAZZI
Ortottista

Sostenici!



STEFANIA BRIOSCHI
Fisioterapista



SIMONA BOCCUZZI
Logopedista



FILIPPO LIMONTA
Neuropsicomatrista

Partner

Il partner è un garante fra te e la comunità a cui chiedi sostegno.

Ringrazia

Il partner è primo donatore della tua campagna, ringrazialo e raccontargli perché il loro contributo è prezioso.

Cura la relazione

Il crowdfunding è solo l'inizio di un'alleanza che dura nel tempo, coltivala. Aggiornalo e manda un report delle attività a fine progetto.

Carissime Alessia e Deborah

Finalmente è arrivata la macchina per il taglio laser che è stata il centro della campagna di fundraising che abbiamo costruito e attuato con successo grazie a voi e insieme a voi. La settimana prossima i tecnici faranno l'avvio e la formazione per l'utilizzo.

A breve vi invieremo i filmati della macchina in funzione

Penseremo anche ad una inaugurazione per coinvolgere i donatori ecc.

Un caro saluto e ancora grazie

Mauro + Erika + Luigi



Partner

Inserisci il loro logo nella comunicazione

Taggali sui social

Dedica una ricompensa

Invitali alla conferenza stampa

Invitali all'evento di inaugurazione

RAVENNA TODAY



Redazione
21 febbraio 2024 12:22



Si parla di
biblioteche
libri

CRONACA

Una raccolta fondi per restaurare l'antico volume della Classense

L'Iconografia Camaldolese è stata completata molto probabilmente alla fine del 1700 e contiene anche alcune immagini risalenti a secoli precedenti



Le curatrici con il libro

Come sta andando la raccolta fondi per il progetto di musicoterapia in TIN?



laprimacoccola • Segui



laprimacoccola 🌟 Abbiamo superato la metà del nostro obiettivo! 🌟

Grazie di cuore a tutti coloro che hanno già donato per finanziare un intero anno di musicoterapia per i piccoli e le famiglie della Terapia Intensiva Neonatale. 💜

La strada non è ancora finita: abbiamo ancora bisogno del vostro supporto per raggiungere il traguardo finale! Ogni donazione, piccola o grande, è fondamentale per far sì che questo progetto prenda vita e porti conforto e serenità ai bimbi e alle loro famiglie.

👉 Dona e condividi il progetto con i tuoi amici: segui il link bio

Ricorda che se arriviamo almeno all'80% dell'obiettivo, @bccmalatestiana contribuirà per il restante 20%!

Grazie per essere al nostro fianco. 💜💜

9 sett



Piace a Iuliaardje98 e altri
16 ottobre

😊 Aggiungi un commento...

Pubblica

Partner

Agape Onlus è con **Andrea Casamenti** e altri 3.
22 maggio alle ore 11:57 · 🌐

«Binario Zero sarà un luogo ospitale, dove tutti potranno sentirsi a casa»
Aiutaci a realizzare Binario Zero ➡ <https://www.ideaginger.it/.../binario-zero-idee-in-...>

Pordenone Pedala
10 Agosto 2023 · 🌐

🚲 Hai partecipato alla Pordenone Pedala? Potrai rivivere i momenti più coinvolgenti se prenoti un "Libro 50 anni di Pordenone Pedala" che potrai ritirare presso il teatro verdi la sera dello spettacolo dei PAPU del 24 novembre. Sostienici anche tu!

📄 <https://www.ideaginger.it/.../aiutaci-a-realizzare-il-...>

#PordenonePedala #50anni #cinquantesimaedizione #50esima #2023 #pordenone #bicicletta #cicloturistica #redpassion #rosho

video conferenza stampa presentazione Libro 50anni di Pordenone Pedala credits [Comune di Pordenone](#) https://www.youtube.com/watch?v=Lu3r6U_IFfs

BCC Milano
8 novembre 2023 · 🌐

Sabato 4 novembre con [FIDAL Lombardia](#), nella sede della regione si è conclusa l'iniziativa "Formiamo i campioni di domani". Presenti come coach, Sergio Borra presidente di Dale Carnegie Italia, il campione del mondo [Filippo Tortu](#) e la marciatrice azzurra Federica Curiazzi.

Anche il Vicepresidente della Banca Giovanni Maggioni ha portato ai giovani partecipanti il saluto di BCC Milano. Vi ricordiamo che il 2 dicembre sarà il momento delle premiazioni finali del Progetto Talento. Ecco uno scatto che ritrae i protagonisti della manifestazione.

Contribuite anche voi alla campagna di crowdfunding e alimentare il sogno dei giovani talenti dell'atletica lombarda!

<https://bit.ly/ProgettoTalentto2023BCCMilano>
#BCCMilano #ProgettoTalentto #FIDAL



Si conclude l'iniziativa di formazione
"Formiamo i campioni di Domani".
In arrivo le premiazioni, il giorno 2 dicembre!



#ProgettoTalentto



€400

DIVENTA NOSTRO PARTNER



GRAZIE, GRAZIE e ancora GRAZIE DI CUORE!!
Abbiamo pensato di invitarti a Casa Satellite 2 in Via dei Molini 3 a Pordenone per una foto insieme con Alessandro, Elena, Francesca e Spartaco in modo che rimanga per 'sempre immortalata' la tua partecipazione e il tuo contributo al nostro progetto.

Le funzionalità di *Ideaginger.it*

Per il donatore

- *Ideaginger.it* non chiede di registrarsi. Dona con pochi click.
- Trova numerosi sistemi di pagamento per sostenere le campagne, anche il bonifico bancario.
- La transazione è immediata, non occorre aspettare la fine della campagna.
- Indicazioni in inglese, per i donatori dall'estero.

Scegli il tipo di pagamento (*)
Choose how to pay



Carta di Credito / Prepagata Credit card / Prepaid card



Scegliendo questa opzione verrai reindirizzato su una pagina di PayWay dove potrai completare il pagamento
Choosing this option you will be redirected to a payment page



Paypal / Carta di Credito / Prepagata Paypal / Credit card / Prepaid card



Scegliendo questa opzione verrai reindirizzato su una pagina di PayPal, dove potrai utilizzare la tua carta di credito o prepagata anche senza avere un account selezionando "Paga con una carta"
Choosing this option you will be redirected to a PayPal page, where you will be able to pay with the Satispay App in your mobile phone



Satispay



Scegliendo questa opzione verrai reindirizzato su una pagina di Satispay, dove potrai utilizzare la app Satispay dal tuo cellulare
Choosing this option you will be redirected to a Satispay page, where you will be able to pay with the Satispay App in your mobile phone



Bonifico bancario Wire transfer



Scegliendo questa opzione riceverai le coordinate bancarie per eseguire il bonifico e completare il pagamento
By choosing this option you will receive the bank details to make the transfer and complete the payment

Checkout

I campi contrassegnati con (*) sono obbligatori

Fields marked with (*) are mandatory

Importo totale € (*)

Total amount €

15

Nome e Cognome (*)

Name and surname

Scrivi il tuo Nome e Cognome

Inserisci la tua email (*)

Insert your email

Scrivi la tua email

Voglio restare anonimo

I want to be anonymous

☐ Donatore anonimo

Anonymous backer

Le funzionalità di *Ideaginger.it*

Per il progettista

- Gestione Progetto ▲

Passo 1: Titolo
Passo 2: Caratteristiche
Passo 3: Contenuto
Passo 4: Ricompense
Passo 5: Immagini e video
Passo 6: Link e social

Anteprima progetto
Invia il progetto a Ginger
Gestione Account
Esci

- Dashboard facile e intuitiva, con 6 passi guidati inserisci i contenuti della tua campagna. Con l'anteprima: controlla la tua pagina e condividila con il tuo team.
- Raccogli fondi anche off line, durante gli eventi e da sponsor.
- Coltiva la relazione con i tuoi donatori, hai i loro contatti man mano che ti supportano.
- Rispondi ai commenti pubblici dei donatori e aggiungi le news.
- Monitora i dati della pagina della tua campagna con Ginger LAB.



Monitora le statistiche dettagliate della campagna. Per migliorare la promozione della raccolta fondi, scopri il comportamento dei visitatori della tua pagina e le scelte dei tuoi sostenitori.

[Vai alle statistiche](#)

Database sostenitori

Scaricando il database dei tuoi sostenitori puoi conoscere i loro dati per contattarli e gestire operazioni come la consegna delle ricompense o l'invio di una newsletter. Clicca "Scarica in formato CSV" per il database in formato utile per importare i dati all'interno dei servizi di newsletter, oppure clicca "Scarica in formato XLS" per il database in formato utile per Microsoft Excel e gli altri principali fogli di calcolo.

[Scarica in formato CSV](#)

[Scarica in formato XLS](#)

Le funzionalità di *Ideaginger.it*

News

PROGETTO NEWS 6 COMMENTI 48 SOSTENITORI 149

CONDIVIDI

News

Novità in arrivo

Postato il 02/03/2023 by COMBO Coop

Qualche piccolo aggiornamento in attesa di...

[Continua a leggere](#)

Campagna conclusa!

Postato il 01/06/2022 by COMBO Coop

Insieme ce l'abbiamo fatta

[Continua a leggere](#)

COOP Reno co-finanziatore ufficiale

Postato il 27/05/2022 by COMBO Coop

[Continua a leggere](#)

Obiettivo raggiunto!

Postato il 10/05/2022 by COMBO Coop

5000 (e oltre) GRAZIE ai 115 sostenitori per aver creduto nel progetto e soprattutto ...

[Continua a leggere](#)

Abbiamo raggiunto oltre l'80% !

Postato il 04/05/2022 by COMBO Coop

Un altro importantissimo traguardo:

[Continua a leggere](#)



Obiettivo raggiunto!



Obiettivo raggiunto!



Obiettivo raggiunto!

- Aggiornamenti
- Domande frequenti
- Momenti rilevanti
- Appuntamenti in presenza
- Approfondimenti

News

Abbiamo raggiunto l'obiettivo, ma non ci fermiamo qui!

Postato il 19/11/2021 by Associazione Nazionale Le Donne dell'Ortofrutta

Grazie al vostro prezioso sostegno Fertile sta per diventare realtà, ma la sfida continua...

[Continua a leggere](#)

FAQ - Domande frequenti

Postato il 24/02/2023 by Associazione Culturale Batipai

Dove si trova la Freccia Azzurra? La Freccia Azzurra in questo momento si trova all'Isola ...

[Continua a leggere](#)

Le funzionalità di *Ideaginger.it*

Commenti

- Valorizzano i sostenitori
- Prenditi un minuto per rispondere
- Hai pensato di dividerli sui social?

PROGETTO NEWS **1** COMMENTI **20** SOSTENITORI **129** CONDIVIDI

Livio Pertrini - 28/05/2022

Buon lavoro. Saluti L.Pertrini



TERRAE Opificio Culturale Enogastronomico

Grazie! A presto!

Bruno Atzori - 24/05/2022

Complimenti per il progetto. Sostenere la Malvasia è sostenere un territorio, la sua cultura, la sua economia e il movimento che viene generato dal turismo del vino. Per campanilismo sostengo fortemente la Malvasia di Bosa, vino flor come la sorella Vernaccia di Oristano, che rendono il territorio dell'Oristanese una zona che esprime vini eccezionali e tradizioni secolari. Vi aspetto in Sardegna!!! Bruno Atzori Sigurani fondatore dell'associazione Taste of Sardinia



TERRAE Opificio Culturale Enogastronomico

Grazie Bruno! Stiamo per arrivare a Bosa, prenderemo contatti con lei prima di partire per una bella collaborazione!

Lorenzo Tasselli - 23/05/2022

Ottima idea Paolo, sono sicuro che sarà un grande lavoro! Un abbraccio. Lorenzo



TERRAE Opificio Culturale Enogastronomico

Grazie Lorenzo!

Valerio Traldi - Wine Consultant - 17/05/2022

Bellissima iniziativa, dato il mondo particolare delle malvasie ce ne sarebbe davvero bisogno.



TERRAE Opificio Culturale Enogastronomico

Grazie Valerio! Forse non basterà tutto il tempo del mondo ma intanto... cominciamo :)

Susanna Casadio - 17/05/2022

Sostengo con piacere questa bella iniziativa. Per due motivi. Il mio amico Paolo e la meravigliosa terra d'Italia con i suoi prodotti, unici in tutto il mondo



TERRAE Opificio Culturale Enogastronomico

Grazie Susanna, per due motivi :)



A cosa serve

GingerLab è uno strumento di analisi dei progetti pubblicati su *Ideaging.it* che permette di studiare il comportamento dei sostenitori e l'andamento della raccolta fondi.

Perché usarlo

GingerLab aiuta a capire quali attività di promozione della campagna sono più efficaci, rivedere il piano editoriale e conoscere meglio i sostenitori.





Quali dati?

- Monitoraggio fondi raccolti
- Riepilogo donazioni
- Comportamento sostenitori
- Canali di accesso alla pagina

SOSTENITORI

NUMERO VISITE UNICHE

1002

TASSO DI CONVERSIONE

6.2%

TEMPO DI LETTURA

6 min **28** sec

NUMERO COMMENTI

19

Il post campagna



*Il lieto fine dipende dal momento in
cui fai finire la tua storia.*

Orson Welles

E ora che si fa?

Hai raccolto fondi

Ringrazia tutti i sostenitori e consegna loro le ricompense.

Realizza il progetto

Tieni aggiornati sostenitori e partner sugli sviluppi futuri di quello che dovrai realizzare.

Sei più appetibile per
altri finanziatori

Hai contribuito a diffondere un'idea, a sensibilizzare su una tematica e hai radicato la tua presenza sul territorio.

Coltiva i nuovi contatti
acquisiti

Non dare nulla per scontato, rendi la fine della raccolta fondi un nuovo inizio!

Come candidare il tuo progetto

Presenta la bozza
della tua campagna

Apri un profilo su ideaginger.it da [qui](#).

Gli elementi che dovrai inserire sono:

- Titolo, descrizione breve ed estesa;
- ricompense;
- budget da raccogliere;
- data di partenza indicativa e durata;
- canali di comunicazione.

Mandaci via mail: lo
script del video

Trova l'idea e prepara la sceneggiatura
del video di presentazione della tua campagna.

Mandaci via mail: il
piano editoriale

Comincia a strutturare la strategia di
comunicazione delle prime due settimane della
tua campagna.

Per caricare la vostra campagna

[Faq](#) [Contatti](#) [Come funziona](#) [Login progettista](#)



PROGETTI

LANCIA UNA CAMPAGNA



PARTNER

SERVIZI

Scelti per te



Una fonoteca per Milano

by Cultura e Servizi S.r.l. - Impresa ...

€4.455 su €6.500
96 donatori
-32 giorni



Fertile, il film che dà voce alle ...

by Associazione Nazionale Le Donne ...

€14.965 su €15.000
31 donatori
-68 giorni



Metti in Moto la solidarietà Aiutaci a ...

by La Giostra ODV

Scopri come raccogliere fondi online

Partecipa ai nostri corsi.

Iscriviti al prossimo webinar



Restiamo in contatto

Contattaci



ginger@ideaginger.it



051 19501024

Seguici



Ideaginger.it

GingerCrowdfunding.it

GingerAcademy.it



[Gingerino - Il blog di Ginger](#)



[Idea Ginger](#)



[Ginger Crowdfunding](#)



[IdeaGinger](#)



[Ginger Crowdfunding](#)



[CIP - Crowdfunding in pillole](#)