

Guida alla scrittura della tua campagna

Titolo

Il titolo è il biglietto da visita della tua campagna. Cerca di seguire queste linee guida per catturare l'attenzione:

- scegli un titolo breve e incisivo (max 65 caratteri);
- accendi l'interesse del destinatario senza però eccedere con l'utilizzo del maiuscolo;
- trasmetti una sensazione di urgenza che spinga i donatori all'azione;
- consigliato l'utilizzo di termini come "Aiutare, sostenere, una mano per, in ricordo di, a sostegno";
- non utilizzare acronimi, rendi chiaro e comprensibile da tutti il tuo testo.

Esempio: Trova un rifugio: aiutiamo i nostri amici animali

Sottotitolo

Ricordati che ti stai rivolgendo a un pubblico che potenzialmente è interessato a sostenere la tua causa, prova a coinvolgere e interessare anche chi non è avvezzo al mondo della beneficenza. Cerca quindi di rendere il più familiare possibile la richiesta. Le persone devono infatti empatizzare con la problematica, sentirla vicina a loro.

In questa sezione sottolinea la necessità per la quale la tua campagna si propone di dare una soluzione.

Esempio: In questo gelido inverno proteggiamo gli animali senza una casa

Come strutturare il paragrafo

Sii conciso. Non dilungarti eccessivamente nella descrizione del progetto, cerca di racchiuderne l'essenza in alcuni ordinati punti focali.

Struttura il discorso suddividendolo in paragrafi. Suddividi i paragrafi con sottotitoli e grassetto per agevolare la lettura.

Scegli un'immagine che rispecchi la problematica che ti proponi di risolvere.

Contenuto del paragrafo

- Chi sei e cosa fai: rispondi in maniera concisa a questa domanda definendo fin da subito: vision, mission valori della tua associazione (lascia i tuoi contatti).
- Il bisogno: fai conoscere il bisogno o necessità che ti proponi di risolvere. Dopo esserti presentato coinvolgi i possibili donatori su questa problematica.
- La soluzione che proponi: dopo aver evidenziato il bisogno, è il momento di presentare la tua soluzione al problema. Informa i donatori della destinazione dei fondi raccolti e rendili partecipi dei benefici a cui porterà l'eventuale successo della tua campagna.
- Tempi di realizzazione: definisci l'intervallo di tempo entro il quale pensi di realizzare il tuo progetto.
- Sottolinea che tutte le donazioni contribuiscono al raggiungimento dell'obiettivo, a prescindere dall'importo.

Esempio:

Ci presentiamo

L'Associazione **Zampa Bianca** lavora da anni nel territorio Pisano per **migliorare la vita dei nostri amici pelosi** (per conoscere la nostra storia visita il nostro sito).

Molti animali non hanno una casa

I nostri amici animali hanno **bisogno di una casa**, un posto in cui trovare rifugio dalle rigide temperature dell'inverno, permettendogli di **salvarsi dalle copiose piogge stagionali**.

Costruiamo un rifugio per accoglierli

Per questo motivo la nostra associazione ha deciso di coinvolgerti nella **realizzazione di un rifugio** destinato ad accogliere tutti i nostri amici animali che sono rimasti senza una casa. Aiutaci a rendere concreto questo progetto, **togli dalla strada un cucciolo** dandogli la possibilità di crescere in un posto sicuro.

Quanto tempo impieghiamo?

Al raggiungimento dell'obiettivo economico, il nostro rifugio sarà pronto in circa due mesi. Ogni donazione è importante, **basta 1 euro** per aiutarci a fare la differenza.

Condividi

Per massimizzare la diffusione della tua campagna condividila sui tuoi social e siti. Coinvolgere amici, parenti e i volontari della tua associazione è uno step fondamentale far conoscere il tuo progetto.