

Mailing: esempi di lettere e miti da sfatare

di Valerio Melandri*

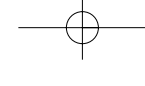
Uno degli aspetti più difficili del mailing risulta essere la possibilità, tra fundraiser, di confrontarsi con altri professionisti del fundraising e del marketing con riguardo alle best practice del settore del direct marketing e specificamente con riguardo allo strumento del mailing.

Come *fundraiser* dobbiamo essere sempre più consapevoli che lo strumento del mailing è sicuramente importante e fondamentale per molte grandi aziende non profit ma che d'altra parte può essere utilizzato anche da aziende non profit di medie-piccole dimensioni a patto che inizino a conoscere i meccanismi di funzionamento dello strumento del mailing. Vanno prima di tutto sfatati alcuni miti del mailing per capire meglio il funzionamento.

Si elencano di seguito i principali, secondo il nostro parere, un primo elenco sicuramente non esauriente ed in continua evoluzione che può servire come base di riflessione per la realizzazione di un buon mailing.

I dieci miti del mailing da sfatare

- 1) Se risponde il 2% dei sollecitati, è un risultato positivo. Sciocchezze: se risponde il 100%, è un risultato positivo. Il 2% è davvero poco. Sono in molti a ricevere il 2% di risposte, ma non per questo è un buon risultato. È necessario mirare al 100%, aumentando i tassi di risposta oppure eliminando i nominativi che non hanno probabilità di rispondere. Ovviamente il 100% non è un risultato raggiungibile, ma questo "mito sfatato" vuole essere un invito a puntare sempre al miglioramento e a stimolare anche eventuali fornitori o consulenti di mailing a non nascondersi dietro a tassi di *redemption* sul mailing "in linea" con risultati precedenti o di altri mailing simili.
- 2) Meglio una lettera lunga di una corta. Niente affatto: meglio una lettera buona di una cattiva. A volte, per essere buona, dev'essere lunga, ma non sempre. Questo mito è realmente da cancellare: la lunghezza non è un "comandamento" a cui obbedire, non è che se una lettera è più lunga si riesce ad avere più parole per convincere il potenziale donatore a donare. Spesso la lunghezza può variare a seconda dell'argomento, a seconda delle caratteristiche dei donatori a cui ci si deve rivolgere (e qui serve un buon database che possa contenere alcuni dati sui donatori, caratteristiche, elenco delle donazioni precedenti).
- 3) Meglio una lettera corta di una lunga. Questo vale per chi non ha creduto alla numero 2. Riportiamo una citazione di un giocatore di baseball, Casey Stengel, che diceva: «Se si ha un buon servizio, non si può avere una buona ribattuta, e viceversa».
- 4) Il programma di mailing deve seguire le indicazioni di gruppi di ricerca. I gruppi di ricerca sono adattissimi per capire quali questioni stanno a cuore ai donatori e quali frasi o effetti grafici attirano la loro attenzione.



ESEMPIO 1 – BAMBINI MALATI

5 dicembre 20..

Caro/a (saluto personalizzato),

per un bambino malato, un orsacchiotto non è soltanto un simpatico animaletto di pezza.

È un compagno a cui confidare quanto fa paura essere ammalati e lontani da casa ...

È una distrazione quando arriva l'infermiera con l'ago, che fa male per uno o due minuti ...

È un amico che dà conforto quando ci si sveglia nel cuore della notte senza ricordare dove ci si trova ... o perché...

È qualcuno da abbracciare quando le ferite fanno male ...

È un amico che offre affetto incondizionato, anche quando si piange molto o si è molto arrabbiati perché si sta male ...

È un ricordo della propria casa e della propria famiglia, che non possono essere presenti, ma torneranno presto ...

È un orsacchiotto, che dà conforto, oggi come nel passato, a centinaia di bambini di tutte le età.

La tua donazione di € 25 farà avere a due bambini malati un orsacchiotto che renderà un po' più facile la loro esperienza in ospedale, e che tornerà a casa con loro dopo le dimissioni.

Da ormai quattro anni, il programma Teddy Bear è sostenuto dai tanti amici a cui sta a cuore il benessere dei nostri piccoli pazienti. Unisciti a loro oggi, e restituisci il sorriso ad un bambino malato!

Cordialmente,

Nome

Direttore generale

P.S. Tantissimi auguri di Buon Natale a te e alla tua famiglia. E, a nome dei bambini che riceveranno un orsacchiotto con la tua offerta, Grazie di cuore.

ESEMPIO 2 – ANZIANI IN PERICOLO

8 ottobre 20..

Sig. e Sig.ra ...

Via ...

CAP Città

Egregio Sig. ..., Gentile Sig.ra ...,

qualcuno è solo e in pericolo.

Si tratta degli anziani, degli invalidi e dei pazienti convalescenti da **gravi malattie**. Vivono o restano soli per molto tempo ogni giorno. Queste persone, che vivono nella vostra comunità, sono in pericolo a causa di problemi sanitari o malattie.

Ma con Lifeline non saranno più in pericolo.

Lifeline, un sistema personalizzato di pronto soccorso, è una linea diretta di assistenza con l'Ospedale ... Consente a chi sia in possesso di uno speciale cicalino di contattare il Pronto Soccorso del nostro ospedale in caso di bisogno. Anche se una persona non è in grado di premere il pulsante del cicalino, Lifeline percepisce l'inattività del cicalino ed è in grado di chiamare aiuto automaticamente.

L'Ospedale ... ha bisogno di più unità Lifeline per chi vive solo e in condizioni di rischio. Ma le unità sono costose: ognuna costa € 600. Inoltre, i poveri e molti anziani pensionati non possono permettersi la tariffa mensile di € 25.

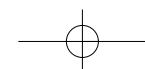
La nostra capacità di offrire il servizio Lifeline dipende in larga parte dalla generosità di una comunità consapevole e, ancora una volta, chiediamo aiuto a voi. Se non avete già fatto di recente una donazione all'ospedale ..., fatelo ora! La vostra donazione di € 25 aiuterà a offrire un numero maggiore di queste unità di soccorso per chi ne ha bisogno, coprendo la tariffa del servizio mensile. Prendetevi un minuto per compilare la cartolina per il servizio Lifeline e aiuterete persone altrimenti sole. Avrete la soddisfazione di sapere che avete fatto quello che potevate per aiutarle.

Cordialmente,

Nome

Direttore generale

P.S. Proprio in questo momento, ci sono molti malati, invalidi o anziani indigenti soli nelle loro case, e non sono al sicuro. Il vostro contributo di € 25 o qualunque altra somma al programma Lifeline dell'Ospedale ... li aiuterà! Donate oggi!



ESEMPIO 3 – RIABILITAZIONE NON VEDENTI

Sig.

Via

CAP Città

Caro Sig.,

Se Lei è come me, sicuramente dà alcune cose per scontate. Come la possibilità di lavorare, di mantenere una famiglia, di guidare, di svolgere le sue attività ricreative preferite. Quando una persona all'improvviso perde la vista, è uno shock terribile scoprire quante nuove abilità devono essere apprese per poter riprendere una vita "normale".

In questo periodo di festività, le persone come Lei, **a cui sta a cuore la condizione dei non vedenti o ipovedenti**, forniscono il tipo di aiuto di cui queste persone hanno bisogno per condurre una vita normale. Grazie al suo aiuto continuativo, la nostra Società è in grado di aiutare i giovani a leggere il Braille e a continuare a studiare. Gli anziani imparano invece a fare la spesa, cucinare in sicurezza, occuparsi della propria casa e divertirsi con amici e parenti.

Per chi ha bisogno di lavorare, la nostra Società, con il Suo aiuto, è in grado di offrire riabilitazione ed attrezzature specialistiche. In molti casi, il posto di lavoro può essere adattato a impiegati ipovedenti.

Sì, il rinnovo della Sua donazione vuol dire indipendenza per molte persone con handicap visivi. *Non passa mese, tuttavia, senza che dobbiamo rinunciare a soddisfare tutte le esigenze di chi si rivolge a noi.* Queste persone hanno bisogno di aiuto per imparare il Braille. I pazienti diventati non vedenti a causa del diabete hanno bisogno di consulenza specializzata per somministrarsi autonomamente le cure necessarie. Abbiamo giovani che vogliono imparare a camminare da soli con il bastone, e riprendere ad usare l'autobus e il treno.

Se rinnova la sua donazione, potrà rendere possibile tutto questo per chi telefonerà alla Società oggi, domani o nelle prossime settimane. Mi creda, qualcuno, che oggi non può più dare per scontate le cose semplici della vita, Le sarà grato in queste festività natalizie.

Spero che rinnoverà la sua donazione di € 50 e, se Le sarà possibile, spero che vorrà aumentarla. I bisogni sono sempre maggiori. La sua offerta, deducibile dalla Sua dichiarazione dei redditi, può essere versata sul ccp della Società oppure con carta di credito. Indichi la modalità che preferisce sulla cartolina che trova in questa lettera e ce la invii nella busta già affrancata che Le ho inviato.

I miei migliori ringraziamenti ed auguri a Lei e alla sua famiglia per questo S. Natale e per gli anni a venire.

Cordialmente,

Il direttore generale

- La ricerca può aiutare a scegliere le valutazioni da fare, ma solo le valutazioni in sé dovrebbero orientare il programma di mailing.
- 5) Il vostro scopo è abbattere i costi. Se fosse vero, potreste fare a meno del mailing riducendo così i costi a zero. Ma il vostro scopo reale è aumentare le entrate nette o ottenere donazioni più alte di quanto spendete per raccogliere. Talora si può fare tutto questo riducendo i costi, ma talora bisogna investire di più per ottenere migliori risultati. Il mailing non va considerato come uno strumento di raccolta fondi a costo zero, il mailing è costoso, ma può avere anche degli ottimi ritorni che ripagano ampiamente del costo iniziale sopportato. E invece di parlare di costo nel mailing sarebbe meglio iniziare a parlare di investimento.
 - 6) Il momento migliore per il mailing è la fine dell'anno. Non è affatto vero. Il momento migliore per il mailing è ora, non importa a che punto dell'anno siamo "ora". Vi accorgete che alcuni segmenti del vostro pubblico rispondono meglio in momenti diversi rispetto ad altri, ma se non scrivete ai vostri donatori questo mese, ci penserà qualcun altro. Ci sono ovviamente dei mesi "classici" o delle ricorrenze abituali per fare il mailing (Natale, Pasqua, festa della mamma) durante i quali molte aziende non profit inviano i propri mailing.
 - 7) Non bisogna spendere più di 50 centesimi (o 30 centesimi, o simili) per raccogliere un euro. Assurdo. Se si guarda al futuro, non è necessario che ciascun programma di mailing finisca in pareggio. Ricevere la prima donazione è più difficile che ricevere le suc-

ESEMPIO 4 – TESSERAMENTO

Gentile Sig.,

la qualità del tempo trascorso con i vostri figli ...

È importante per voi. Ma se siete come la maggior parte delle famiglie, forse a volte vi mancano nuove idee per attività di svago gradite a tutta la famiglia. Alcune cose che vi piaceva fare in passato magari diventano troppo costose in questi tempi di ristrettezze economiche. Come scegliere attività familiari gratificanti che siano allo stesso tempo interessanti ed economiche?

La vostra prossima gita in famiglia potrebbe essere al Science Center!

La tessera familiare costa solo € 35 ed è valida per tutto l'anno.

Mostrando la tessera, tutti i membri della famiglia hanno diritto all'ingresso gratuito, PIÙ sconti sugli spettacoli al Planetario, sulle escursioni del Centro, sui corsi estivi e sull'acquisto di gadget. Maggiori informazioni nella brochure qui inclusa.

Una visita al Science Center è uno splendido modo per coltivare l'interesse dei vostri figli per il mondo in cui viviamo e per come funzionano le cose ed è anche un modo per farglielo scoprire con esperienze pratiche:

- a) Interagite con i nostri robot e mostrate ai vostri bambini come sarà la vita nel prossimo secolo.
- b) Esplorare le magie della luce e della tecnologia tridimensionale attraverso laser ed ologrammi.
- c) Fate un picnic accanto al torrente Arcade, passeggiate lungo il percorso Natura contornato da piante indigene e visitate la galleria degli animali viventi.
- d) Assistete ai nostri spettacoli e visitate altri mondi al Planetario.

Fate entrare la vostra famiglia tra i membri del Science Center oggi, e darete ai vostri figli un privilegio educativo che si rifletterà sulla loro crescita.

Iscriversi è facile. Riempite il modulo di iscrizione e rispeditelo con l'attestazione del pagamento di € 35 sulla cartolina qui acclusa.

Cordialmente,

Il presidente del Consiglio di amministrazione

cessive: quindi bisogna riuscire a giustificare una maggiorazione di spesa per l'acquisizione di nuovi donatori, ovviamente se si è in grado di mantenere quelli già esistenti.

- 8) Una busta di risposta con francobollo prepagato non apporta più donazioni dai donatori effettivi rispetto ad una busta di risposta ancora da affrancare a carico del mittente. È tutto da dimostrare. In questo caso va calcolato il numero e livello di donazioni necessarie per finire in pareggio utilizzando i francobolli prepagati. Fatto il calcolo si può pensare se è conveniente o no, visti anche i costi del mailing specifico che si andrà ad inviare, allegare una busta di risposta con francobollo prepagato.
- 9) Con una *brochure* si aumentano le risposte. Bisogna verificare accuratamente. Ci sono molti casi in cui è vero il contrario. Perché? Chissà? È necessario scoprire se vale per i propri donatori. Per farlo vanno fatti dei test prima di inviare la parte più numerosa dei mailing.

10) Le cartoline vanno meglio delle lettere. Questo è sicuramente vero per mandare i saluti agli amici quando si è in vacanza. Ma nel caso di azienda non profit e se si vuole che qualcuno invii delle donazioni, forse è meglio mandare anche la busta per la risposta. Ma non basta fidarsi sulla parola: bisogna verificare e testare come si è detto al punto 9.

Definito il target pensiamo alla lettera: 5 esempi di lettere

Una volta definito il target di donatori o potenziali donatori a cui invieremo la lettera proviamo a pensare a cosa scrivere al donatore. È forse la parte più importante del mailing, perché è con le parole che si useranno che si riuscirà o meno a convincere il donatore ad effettuare una donazione. Si riportano (a partire da pag. 47) cinque esempi di lettere che possono essere utili come "canovaccio" per personalizzare una lettera a nome della propria azienda non profit. Affrontano argomenti molto diversi: la malattia dei bambini o

ESEMPIO 5 – ISTRUZIONE UNIVERSITARIA

Caro ...,

Lei è un fedele amico e sostenitore di ... Con il Suo sostegno – e la Sua solidarietà – ci ha aiutato ad ottenere grandi successi nella crescita accademica dell'Università.

L'eccellenza dell'istruzione è da sempre l'obiettivo principale di ..., e sono i sostenitori come Lei che ci aiutano a perseguirla. Ma l'"eccellenza", nella piena accezione del termine, va oltre la qualità dell'insegnamento.

L'eccellenza è una biblioteca piena di opere di valore e di materiale di riferimento sempre aggiornato. L'eccellenza è disporre di laboratori bene attrezzati e di aule ben strutturate per l'apprendimento. Ma l'eccellenza è anche un ambiente ricco di scambi tra persone che crescono socialmente, culturalmente e fisicamente.

Secondo ..., l'eccellenza è raggiunta soltanto quando è in funzione della buona crescita dei giovani, giovani brillanti, attivi e pieni di buona volontà, che sono qui per apprendere, per crescere, per realizzare le loro ambizioni, per contribuire al benessere della società.

Attrarre, tutelare e mantenere questi giovani brillanti è prioritario per ... La brochure acclusa illustra i nostri metodi per raggiungere questa priorità e Le spiega come aiutarci.

Il proseguimento del Suo sostegno può contribuire a migliorare la nostra biblioteca, a fornire attrezzature per i nostri laboratori, a costruire i nostri programmi culturali e sportivi e, cosa importantissima, ad assistere e mantenere i nostri bravissimi studenti.

La donazione da Lei fatta nel 20.. ci ha aiutati moltissimo. Ora è il momento di rinnovare la Sua fiducia nel futuro di ..., rientrando tra le prime persone che ci elargiranno una donazione per il 20.. Una donazione di € 20, € 40 o più ci sarà di grande aiuto per la crescita accademica di ...

Abbiamo bisogno del rinnovo del Suo sostegno ora: il versamento che vorrà indirizzarci, deducibile dalla Sua dichiarazione dei redditi, può essere fatto sul ccp di ... con causale "Raccolta annuale". I nostri diecimila studenti ed io desideriamo manifestarLe tutta la nostra gratitudine, dicendole "Grazie mille per l'aiuto che ancora una volta ci riconferma".

Cordiali saluti,

Il Rettore

degli anziani, la cecità, la raccolta fondi per l'ambito universitario, il tesseramento annuale di una azienda non profit. In ogni lettera ci sono parole, frasi, periodi sottolineati, evidenziati con corsivo o grassetto: ogni azienda non profit può utilizzare queste semplici tecniche per catturare l'attenzione visiva del lettore e ogni bravo fundraiser e professionista del *direct mailing* sa

quali sono le parti che il potenziale donatore può leggere per capire meglio il progetto, per conoscere meglio l'azienda non profit, per essere convinto di voler effettuare una donazione.

* direttore *Master in Fund Raising*
Università di Bologna
www.master-fundraising.it

I DIZIONARI SISTEMATICI DI GUIDA AL DIRITTO**SOCIETÀ E FALLIMENTO**

A cura di N. Abriani, A. Castagnola

Pagg. 860 – € 80,00

NOVITÀ

Il prodotto è disponibile anche nelle librerie professionali.

Trova quella più vicina all'indirizzo www.librerie.ilssole24ore.com

Gruppo



La cultura dei fatti.