

INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER LE RACCOLTE FONDI

INDICE

INTELLIGENZA ARTIFICIALE PER LA RACCOLTA FONDI

- PANORAMICA DELL'AI PER IL TERZO SETTORE.....PG 2
- FONDAMENTI E APPLICAZIONI DELL'AIPG 3
- ETICA E PRIVACY NELL'USO DELL'IA PER LE RACCOLTE FONDI.....PG 5
- COME POSSO INTEGRARE L'IA NEL FLUSSO DI LAVORO?.....PG 7

PARTE PRATICA:

- PROMT PER LA RACCOLTA FONDI.....PG 10
- VIRTUAL MANAGER GRATUITO PER PROGETTARE CON L'AI.....PG 18

CONCLUSIONI.....PG 21

PANORAMICA DELL'AI PER IL TERZO SETTORE

L'

evoluzione tecnologica ha sempre avuto un impatto significativo su come le organizzazioni conducono le loro operazioni e questo è particolarmente vero nel contesto della raccolta fondi.

Con l'avvento e l'evoluzione dell'intelligenza artificiale (AI), si è aperta una nuova era di opportunità per le organizzazioni che si occupano di raccolta fondi. L'AI non è più un concetto futuristico o un lussuoso extra, è diventata **una parte integrante di molte strategie di successo nel settore non-profit e commerciale.**

Nel mondo della raccolta fondi, l'AI offre un'ampia gamma di applicazioni che possono trasformare radicalmente il modo in cui le organizzazioni interagiscono con i **potenziali donatori e gestiscono le loro campagne.**

Uno degli aspetti più rivoluzionari dell'AI è la sua capacità di **analizzare grandi quantità di dati** per fornire intuizioni approfondite e personalizzate. Questo può aiutare le organizzazioni a comprendere meglio i loro donatori, personalizzare le comunicazioni e ottimizzare le campagne per raggiungere e coinvolgere il pubblico nel modo più efficace.

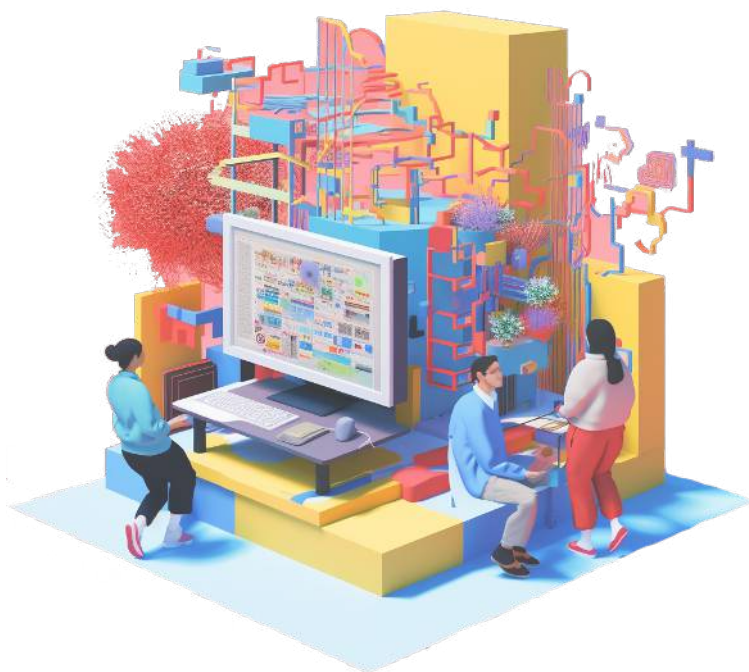
L'impiego dell'AI nella raccolta fondi **non si limita all'analisi dei dati.**

Essa si estende alla **creazione di contenuti**, alla **gestione delle relazioni** con i donatori e persino alla **previsione dei trend** futuri di donazione. Per esempio, l'uso di chatbot AI per la comunicazione in tempo reale consente di fornire risposte immediate e personalizzate alle domande dei donatori, migliorando così l'engagement e la soddisfazione del cliente. Allo stesso modo, gli strumenti di AI generativa come ChatGPT e Dall-E stanno aprendo nuove frontiere nella **creazione di contenuti scritti e visivi, rendendo le campagne di raccolta fondi più coinvolgenti e visivamente "attraenti".**

Tuttavia, l'adozione dell'AI comporta anche delle sfide. Le organizzazioni devono considerare questioni **etiche**, come la **privacy** dei dati e il consenso informato, e devono anche essere attente a non perdere il tocco umano che è fondamentale nel settore della beneficenza.

PANORAMICA DELL'AI PER IL TERZO SETTORE

In conclusione, l'introduzione dell'AI nel mondo della raccolta fondi rappresenta un cambiamento di paradigma, offrendo possibilità innovative per migliorare l'efficienza e l'efficacia delle campagne. Con la giusta implementazione e considerazione etica, l'AI può non solo aumentare le entrate per le organizzazioni, ma anche **migliorare significativamente l'esperienza dei donatori**, portando a un impatto sociale più ampio e sostenibile.



FONDAMENTI E APPLICAZIONI DELL'AI

L'integrazione dell'intelligenza artificiale (AI) nella **raccolta fondi** rappresenta una rivoluzione necessaria per il settore. L'AI offre nuove opportunità per migliorare l'efficienza e l'efficacia delle campagne di raccolta fondi, e sta rapidamente diventando un elemento chiave nella strategia di successo delle organizzazioni non-profit e commerciali.

- **L'Analisi dei dati e l'apprendimento automatico:**

Uno dei fondamenti dell'AI nella raccolta fondi è la sua capacità di analizzare grandi quantità di dati attraverso l'apprendimento automatico. Questo processo fornisce una comprensione approfondita del comportamento dei donatori, consentendo alle organizzazioni di identificare i potenziali donatori e personalizzare le loro strategie di raccolta fondi in modo più mirato.

- **Segmentazione dei donatori, oltre i metodi tradizionali:**

L'AI va oltre i metodi tradizionali di segmentazione dei donatori, utilizzando algoritmi sofisticati per analizzare variabili complesse. Questo permette la creazione di gruppi di donatori altamente specifici, aprendo la strada a campagne altamente mirate e personalizzate.

- **La personalizzazione delle comunicazioni:**

La personalizzazione delle comunicazioni è un aspetto cruciale dell'AI nella raccolta fondi. Non si tratta solo di indirizzare la giusta comunicazione al giusto donatore, ma di creare messaggi che risuonano con i loro valori e interessi individuali. L'AI aiuta a progettare comunicazioni personalizzate e significative.

- **Analisi dei trend e previsione:**

L'AI offre strumenti potenti per l'analisi dei trend e la previsione. Le organizzazioni possono utilizzare modelli predittivi per identificare tendenze emergenti nella raccolta fondi e nel comportamento dei donatori, permettendo loro di essere proattivi e strategici.

- **L'AI Generativa, ChatGPT e Dall-E:**

L'AI generativa, rappresentata da strumenti come ChatGPT e Dall-E, sta rivoluzionando la creazione di contenuti. Questi strumenti possono essere impiegati per generare testi creativi e immagini visivamente accattivanti, contribuendo a rendere le campagne di raccolta fondi più coinvolgenti.

Questi sono i fondamenti dell'AI nella raccolta fondi e ognuno di essi contribuisce a trasformare radicalmente il modo in cui le organizzazioni affrontano la raccolta fondi.

ETICA E PRIVACY NELL'USO DELL'IA PER LE RACCOLTE FONDI

L'integrazione dell'Intelligenza Artificiale (IA) nel processo di raccolta fondi porta con sé una serie di **considerazioni etiche e di privacy** che sono cruciali per mantenere la fiducia e il sostegno dei donatori. Mentre l'IA apre nuove possibilità per personalizzare e ottimizzare le campagne di raccolta fondi, è essenziale affrontare nella maniera corretta le questioni etiche e legali che emergono dall'uso di questa tecnologia.

Garantire la privacy dei dati

- **Rispetto delle Normative sulla Privacy:** Gli enti no-profit devono assicurarsi di rispettare le leggi sulla privacy dei dati, come il GDPR nell'Unione Europea. Questo comporta l'implementazione di politiche e procedure per garantire che i dati dei donatori siano raccolti, conservati e utilizzati in modo conforme.
- **Trasparenza con i Donatori:** È fondamentale che gli enti siano trasparenti con i donatori su come vengono raccolti e utilizzati i loro dati. Questo include l'informazione sui sistemi di IA impiegati e sulle misure adottate per proteggere la privacy.
- **Sicurezza dei Dati:** La protezione dei dati è un aspetto chiave, soprattutto quando si gestiscono informazioni sensibili. Gli enti devono adottare misure di sicurezza robuste per prevenire violazioni dei dati che potrebbero compromettere la fiducia dei donatori.
- **Non condividere dati sensibili:** Evitate di condividere dati sensibili o personali. Questo include informazioni che possono identificare individui, come nomi, indirizzi, numeri di telefono, e-mail, numeri di identificazione personale, ecc. Prima di discutere qualsiasi dato con ChatGPT, **assicuratevi che siano stati adeguatamente anonimizzati**, rimuovendo o alterando qualsiasi informazione che possa portare all'identificazione di soggetti specifici.

ETICA E PRIVACY NELL'USO DELL'IA PER LE RACCOLTE FONDI

Linee guida etiche nell'uso dell'IA

- **Uso Responsabile dell'IA:** È importante che l'uso dell'IA sia guidato da principi etici, assicurando che le decisioni e le azioni siano in linea con la missione ed i valori dell'ente. Ciò include evitare l'uso manipolativo o ingiusto dell'IA nelle strategie di raccolta fondi.
- **Prevenzione del Bias nell'IA:** Gli algoritmi di IA possono avere bias incorporati che possono portare a decisioni ingiuste o discriminatorie. Gli enti devono essere consapevoli di questi rischi e lavorare attivamente per identificare e mitigare eventuali pregiudizi nei loro sistemi di IA.
- **Collaborazione e Ascolto degli Stakeholder:** Includere i donatori e altre parti interessate nel dialogo sull'uso dell'IA può aiutare a identificare e affrontare le preoccupazioni etiche, migliorando la fiducia e il supporto per l'uso di questa tecnologia.

L'uso dell'IA nella raccolta fondi non è solo una questione di efficienza e innovazione, ma anche di responsabilità e fiducia.

Mantenendo al centro le considerazioni etiche e di privacy, gli enti possono assicurare che l'adozione dell'IA sia non solo tecnologicamente avanzata, ma anche rispettosa dei valori e delle aspettative dei loro sostenitori. Questo approccio bilanciato è fondamentale per costruire e mantenere relazioni durature e significative con i donatori, sfruttando al meglio le opportunità offerte dall'IA.



————> **Ti interessa approfondire l'argomento?**

Ecco una lettura:

“Etica dell'intelligenza artificiale” di Luciano Floridi
in preview su [Google Books](#).

COME POSSO INTEGRARE L'IA NEL FLUSSO DI LAVORO?

1. Valutazione delle Esigenze e Obiettivi per Enti del Terzo Settore

L'adozione di strumenti basati sull'Intelligenza Artificiale (IA), nel contesto della raccolta fondi, richiede una valutazione accurata delle esigenze e una chiara definizione degli obiettivi. Questo processo non solo guida la selezione e l'implementazione degli strumenti di IA, ma assicura anche che siano allineati con la missione e le strategie dell'ente. Una pianificazione attenta permette agli enti del Terzo Settore di sfruttare al meglio le potenzialità dell'IA, garantendo che le tecnologie adottate rispondano effettivamente alle esigenze specifiche dell'organizzazione.

2. Comprensione delle Specificità del Terzo Settore:

- **Analisi delle Sfide e Opportunità del Settore:** Prima di procedere, è essenziale comprendere le sfide uniche che il Terzo Settore affronta. Ciò può includere limitazioni di budget, necessità di misurare l'impatto sociale o la gestione efficiente delle risorse. Una comprensione approfondita di queste dinamiche guida la selezione di strumenti di IA che sono realmente utili e pertinenti.
- **Identificazione dei Bisogni Specifici dell'Ente:** Ogni ente no-profit ha le sue peculiarità e necessità. Identificare aree come la segmentazione del pubblico di donatori, la personalizzazione delle campagne di raccolta fondi o l'analisi delle tendenze di coinvolgimento può aiutare a determinare quali aspetti dell'IA sarebbero più vantaggiosi.

3. Definizione di Obiettivi Chiari e Misurabili:

- **Stabilire Obiettivi Specifici:** Una volta comprese le necessità, è cruciale stabilire obiettivi chiari e misurabili per l'impiego dell'IA. Questi obiettivi possono variare da un aumento percentuale nelle donazioni a una maggiore efficienza nelle operazioni interne. Avere obiettivi definiti permette di misurare l'efficacia dell'IA una volta implementata.
- **Allineamento con la Missione dell'Ente:** Gli obiettivi stabiliti devono rispecchiare e supportare la missione globale dell'ente. Ciò assicura che l'uso dell'IA non sia solo una ricerca di efficienza tecnologica, ma anche un contributo al raggiungimento degli scopi sociali dell'organizzazione.

COME POSSO INTEGRARE L'IA NEL FLUSSO DI LAVORO?

4. Coinvolgimento di Stakeholder e Volontari

- **Feedback da Parti Interessate:** Includere volontari, dipendenti, donatori e beneficiari nel processo di valutazione può fornire prospettive preziose. Questo coinvolgimento assicura che le decisioni prese riflettano le necessità e le aspettative di tutti gli stakeholder coinvolti.
- **Valutazione delle Risorse Disponibili:** Infine, una valutazione realistica delle risorse disponibili, come budget, competenze del personale e infrastrutture tecnologiche, è fondamentale. Questo aiuta a determinare il livello di investimento possibile in tecnologie di IA e se è necessario ricorrere a formazione aggiuntiva o supporto esterno.

Attraverso questa attenta valutazione delle esigenze e definizione degli obiettivi, gli enti del Terzo Settore possono posizionarsi per un utilizzo strategico e impattante dell'IA, assicurando che gli strumenti adottati migliorino non solo l'efficienza operativa, ma anche l'efficacia e la portata delle loro missioni sociali.

Nel prossimo capitolo esploreremo i passaggi chiave per pianificare e attuare con successo una campagna di raccolta fondi sfruttando l'intelligenza artificiale.

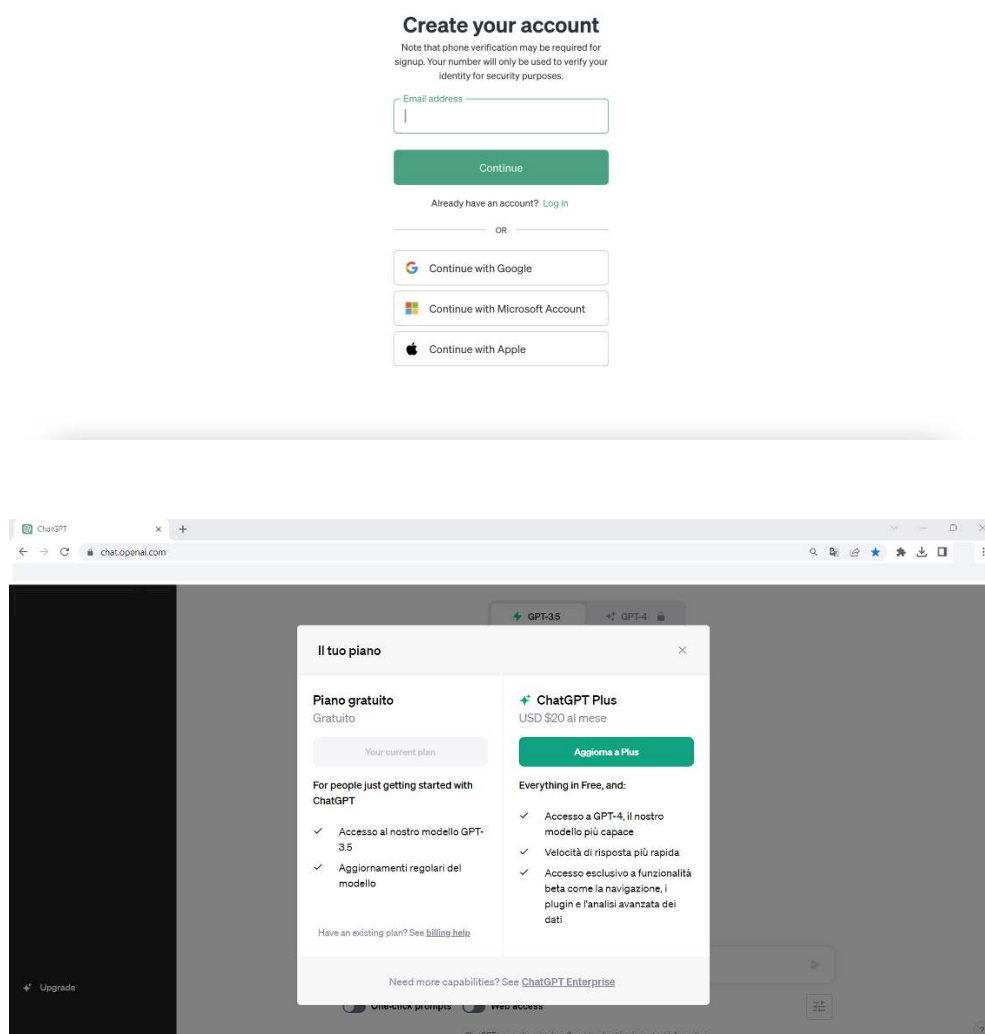
PARTE PRATICA: PROMPT UTILI PER LA TUA RACCOLTA FONDI

PROMPT UTILI PER LA TUA CAMPAGNA DI RACCOLTA FONDI

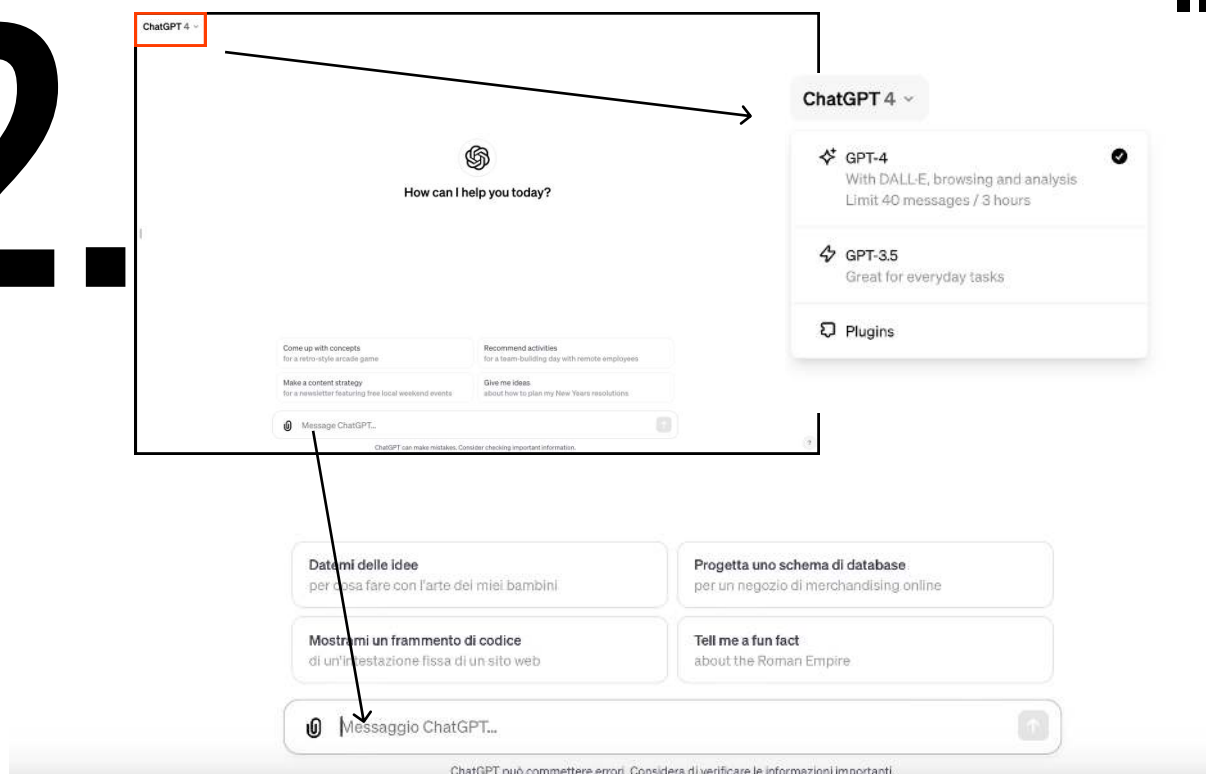
1

Accesso e setup iniziale:

- Per utilizzare le **funzionalità di analisi dati di ChatGPT** è necessario avere un **account Plus a pagamento** (20 dollari al mese)
- Visita il **sito di ChatGPT** (<http://chat.openai.com>).
- Crea un **account** o effettua il **login** se possiedi già delle credenziali.
- Familiarizza con l'interfaccia utente, localizzando dove inserire i prompt e dove verranno visualizzati i risultati.



2.



Se hai bisogno di ripassare alcuni concetti chiave sull'utilizzo di questi strumenti ti consigliamo di consultare le altre 3 guide:



Guida sulla scrittura con gli strumenti di AI
bit.ly/itasxguidascrittura



Guida sulla creatività con gli strumenti di AI
bit.ly/itasxguidacreatività



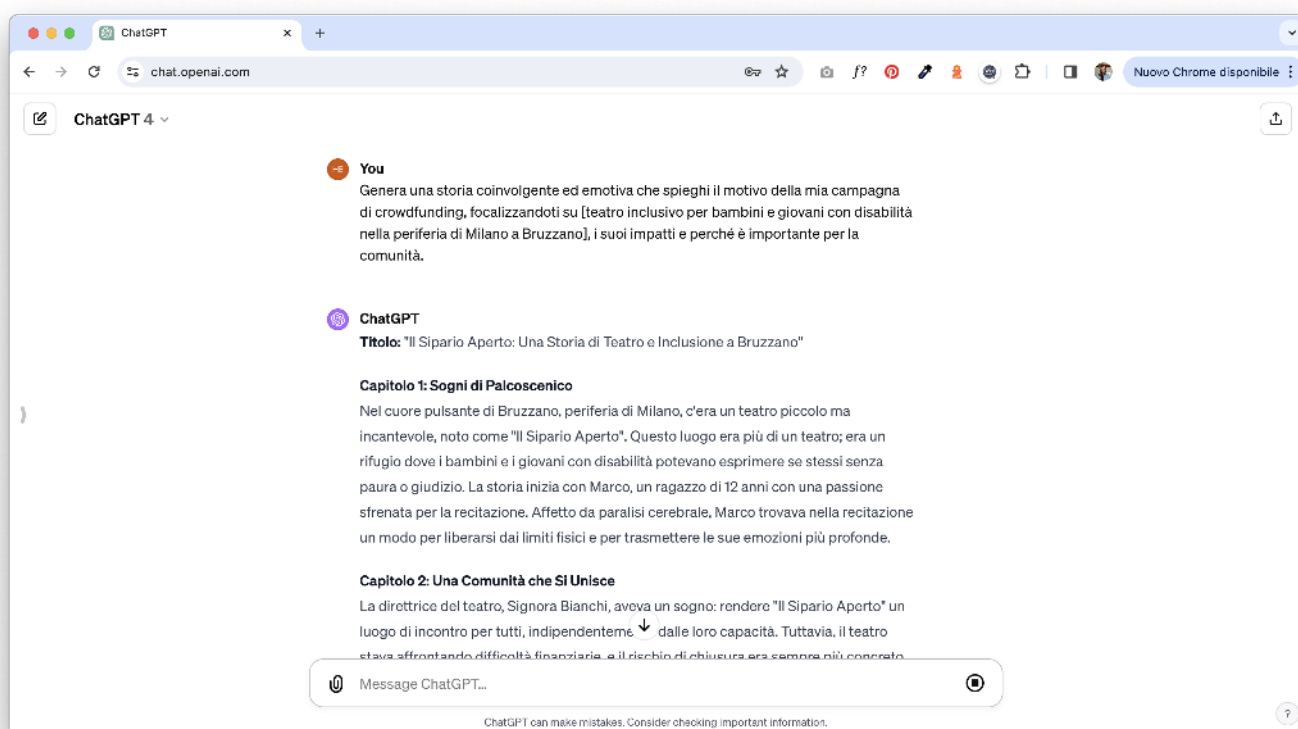
Guida sull'analisi dei dati con gli strumenti di AI
bit.ly/itasxguidadati

PROMPT: CREAZIONE DI UNA NARRAZIONE COINVOLGENTE PER IL PROGETTO

Prompt: "Sei un fundraiser. Genera una storia coinvolgente ed emotiva che spieghi il motivo della mia campagna di crowdfunding, focalizzandoti su [descrizione del progetto], i suoi impatti e perché è importante per la comunità."

Utilizzo:

Questa narrazione può essere la base per la pagina del progetto di crowdfunding, dove è cruciale suscitare empatia e interesse nei potenziali donatori.



Ricorda:

Più sei preciso/a e dettagliato/a nel PROMPT e **più il contenuto è pertinente**. Non dimenticare quando possibile di dirgli chi deve impersonificare (*social media manager/fundraiser/creativo...*).

Inoltre **verifica sempre le informazioni** che vengono generate. L'AI può fare errori.

PROMPT: SVILUPPO DI AGGIORNAMENTI REGOLARI PER I DONATORI

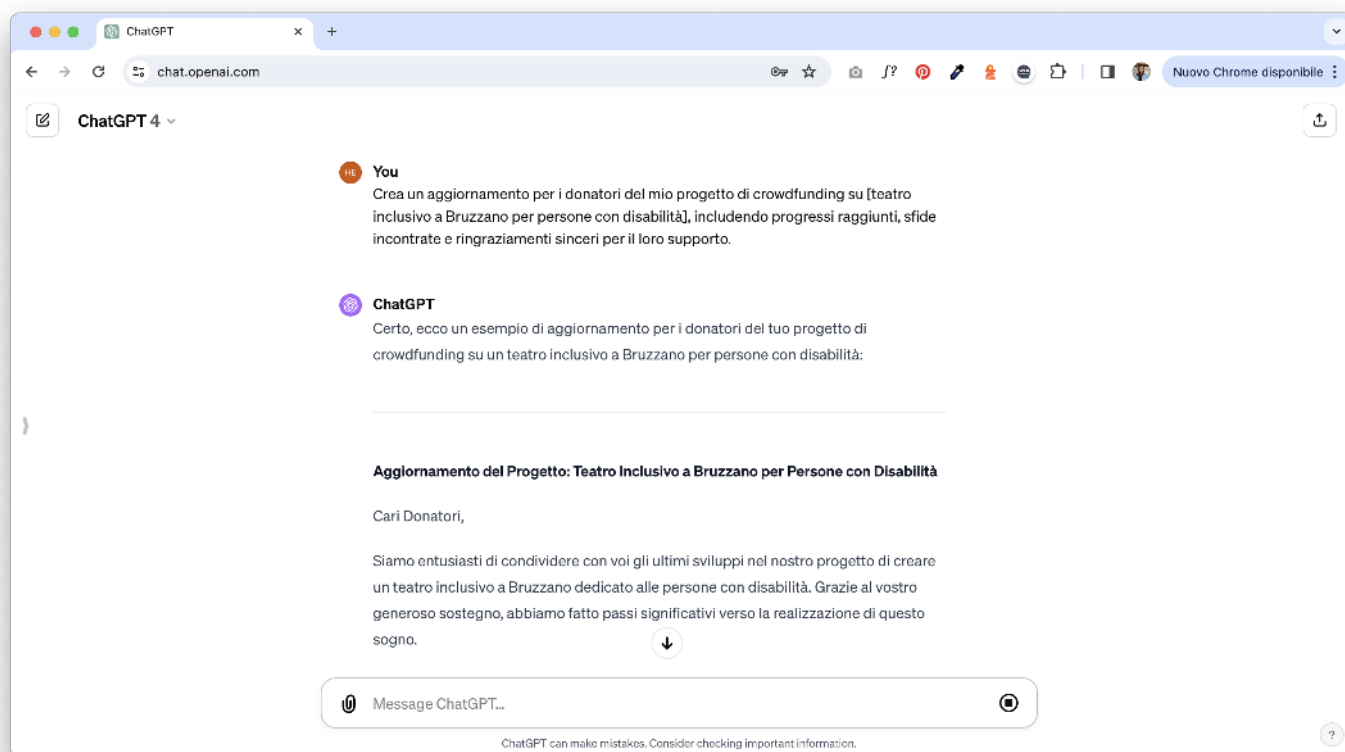
Prompt: "Sei un fundraiser. Crea un aggiornamento per i donatori del mio progetto di crowdfunding su [tema specifico dell'aggiornamento], includendo progressi raggiunti, sfide incontrate e ringraziamenti sinceri per il loro supporto."

Utilizzo:

Questi aggiornamenti possono essere inviati via email ai donatori o pubblicati sulla pagina del progetto per mantenere l'interesse e la fiducia nel corso della campagna.

Ricorda:

L'intelligenza artificiale, se non le fornisci dettagli, inventa. Aiutala dandole maggiori dettagli possibili per migliorare l'output e limitare i rework al testo.



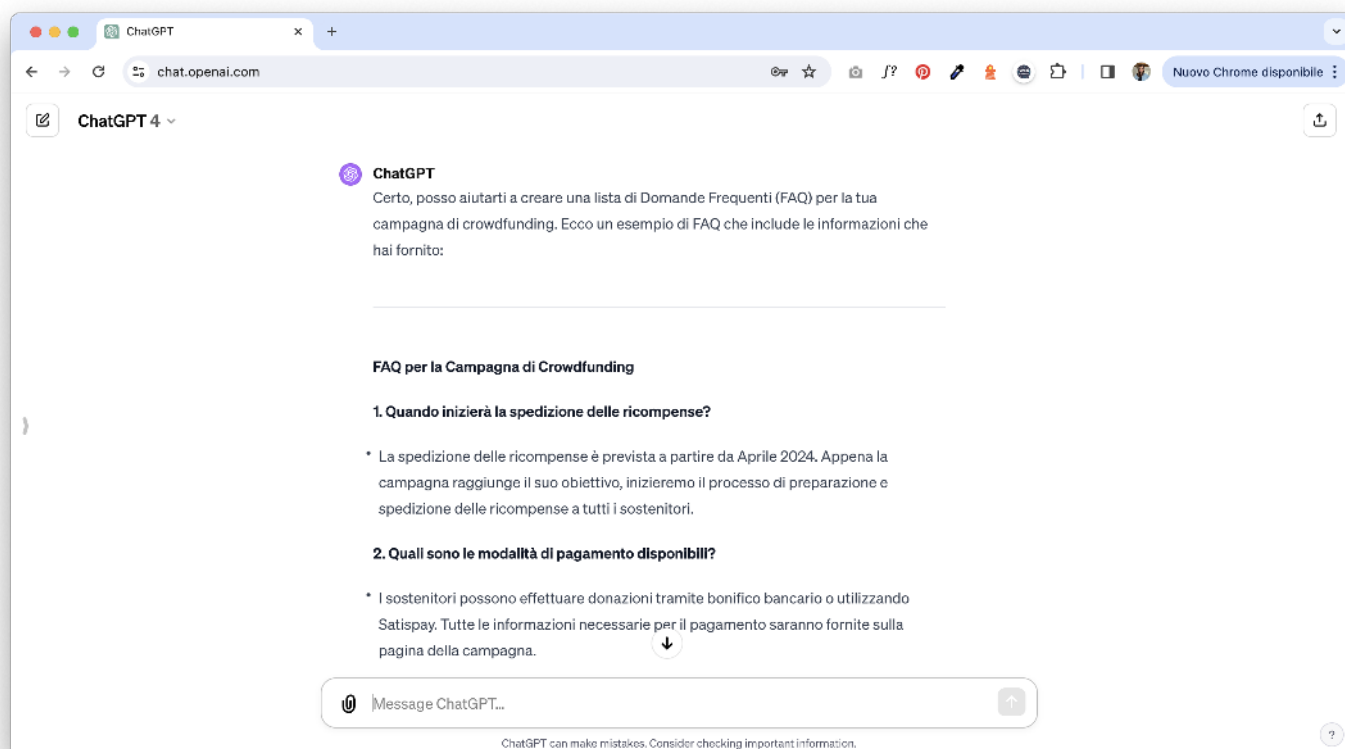
PROMPT: REDAZIONE DI DOMANDE FREQUENTI (FAQ)

Prompt: "Elabora una lista di domande frequenti (FAQ) per la mia campagna di crowdfunding, includendo dettagli su [aspetti specifici del progetto], modalità di donazione e piani per l'utilizzo dei fondi."

Utilizzo:

Una sezione FAQ ben strutturata sulla pagina di crowdfunding può chiarire dubbi e incentivare le persone a donare.

Se sul tuo sito internet sai già quali sono le domande che normalmente arrivano più frequentemente nella casella di posta: inseriscile in modo che sia più semplice trovare le risposte.



PROMPT: PREPARAZIONE DI EMAIL DI RINGRAZIAMENTO PERSONALIZZATE

Prompt: "Sei un Fundraiser. Genera una email di ringraziamento personalizzata per i donatori del mio crowdfunding, esprimendo gratitudine sincera e illustrando come il loro contributo sta facendo la differenza."

Utilizzo:

Inviare email di ringraziamento personalizzate rafforza il rapporto con i donatori e può incoraggiare donazioni future.

PROMPT: IDEAZIONE DI STRATEGIE DI COINVOLGIMENTO

Prompt: "Fornisci idee creative per coinvolgere i donatori e i potenziali donatori nella mia campagna di crowdfunding, concentrandoti su [target demografico specifico] e [canali di comunicazione preferiti/disponibili]."

Utilizzo:

Strategie mirate possono aiutare a coinvolgere diversi segmenti di pubblico in modi più efficaci.

PROMPT: PIANO DI COMUNICAZIONE

Prompt: "Sei un social media manager. Proponimi un piano editoriale per i social network tenendo conto che ho questi canali [indicare canali disponibili]. Il piano di comunicazione riguarda una campagna di crowdfunding che durerà [numero giorni]. Organizza il piano in tabella."

Utilizzo:

Definizione del piano di comunicazione: numero di contenuti per ogni canale a disposizione e focus sull'obiettivo di ogni settimana.

PROMPT: SVILUPPO DI PROPOSTE DI COLLABORAZIONE

Prompt: "Crea un modello di proposta per potenziali partner e influencer che potrebbero essere interessati a supportare la mia campagna di crowdfunding, mettendo in luce i benefici reciproci."

Utilizzo:

Collaborazioni e partnership possono ampliare notevolmente la portata e l'impatto della campagna.

Questi esempi mostrano come ChatGPT possa essere un alleato prezioso nella costruzione e gestione di una campagna di crowdfunding, fornendo supporto nella creazione di contenuti adatti a ogni fase della campagna.

PROMPT: RIDUCI O SINTETIZZA UN TESTO IN UN NUMERO DI BATTUTE DEFINITO

Prompt: "Spiega il seguente argomento in [numero] di parole o meno: [argomento]".

Utilizzo:

Se vuoi creare un incipit o abstract del tuo progetto che sintetizzi gli obiettivi della tua raccolta fondi.

PROMPT: SCRIVI UN POST PER [SOCIAL NETWORK]

Prompt: Sei un social media manager. Scrivi un breve post per [social network] sull'importanza del sostegno alla tua campagna di crowdfunding che ha, tra i suoi obiettivi [obiettivi].

Utilizzo:

Se vuoi una mano per scrivere un testo per i tuoi social network.

Puoi chiedere, nel prompt, di essere per esempio “spiritoso”, “emotivo” etc...

Se il testo ti convince dopo che ha generato il primo puoi chiedergli di adattarlo ad altri formati (esempio X, ex Twitter e terrà conto del numero massimo di battute).

PROMPT: SCRIVI LO SCRIPT PER IL VIDEO DELLA CAMPAGNA

Prompt: “Sei un regista e stai scrivendo lo script per un video di lancio di una campagna di crowdfunding che ha i seguenti obiettivi [sintesi degli obiettivi del progetto]. Crea lo script di un video che sia [obiettivo del video]. Al video possono partecipare fino a [numero] persone.

Utilizzo:

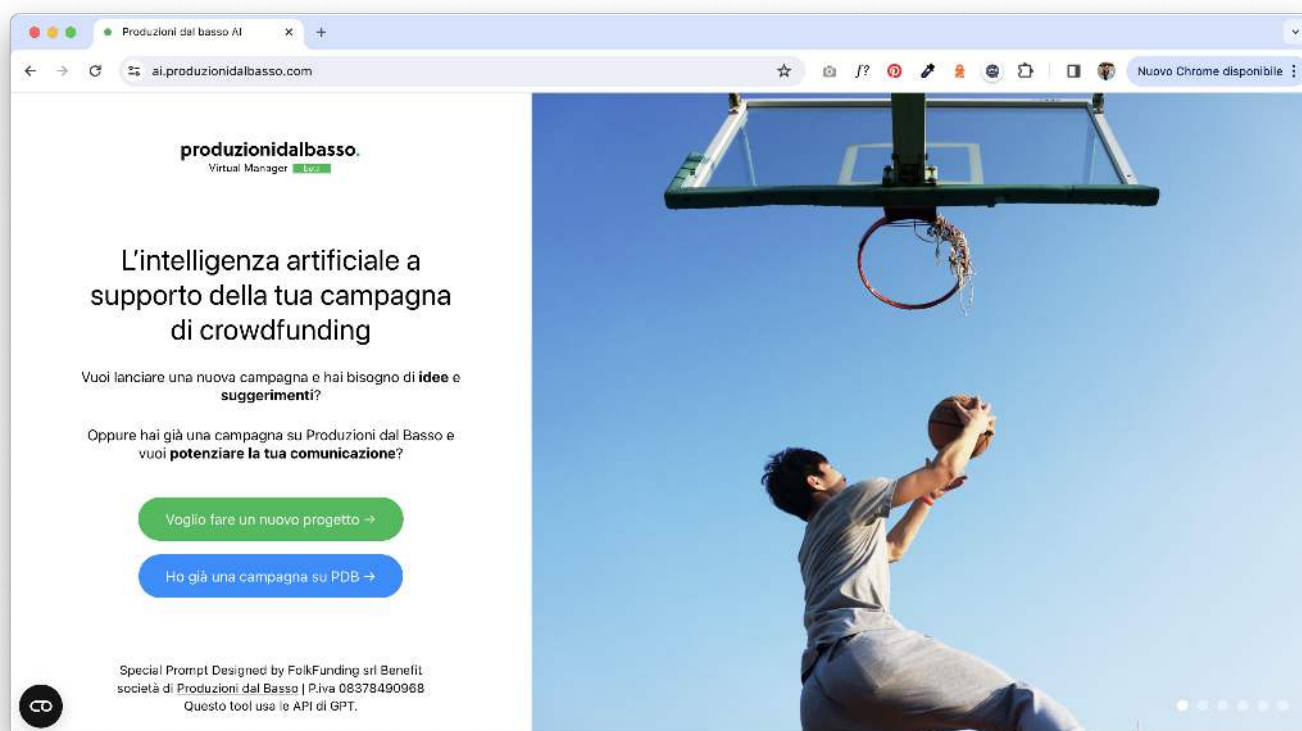
Se vuoi qualche idea per lo script del tuo video-appello di raccolta fondi.

3.

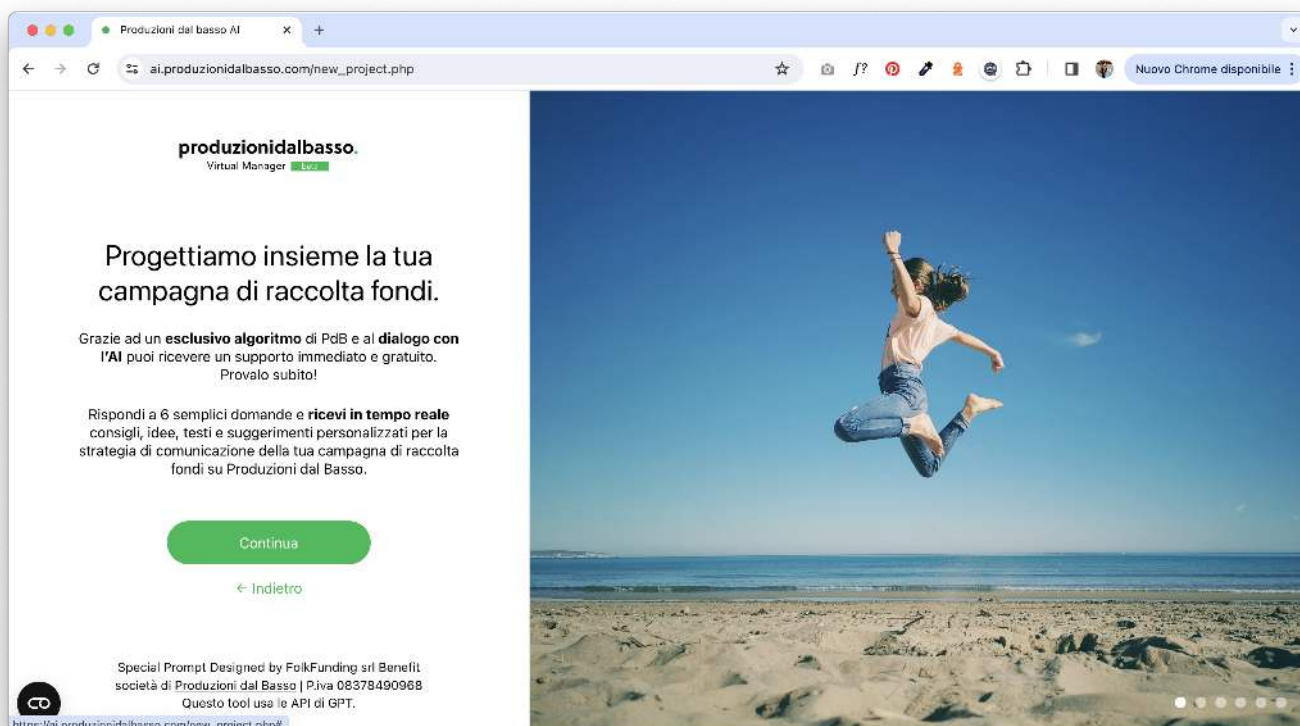
STRUMENTO A SUPPORTO: IL VIRTUAL MANAGER GRATUITO

Se non hai un account di ChatGPT plus e vuoi sperimentare nuove modalità per la tua raccolta fondi con l'intelligenza artificiale **puoi utilizzare gratuitamente il tool Virtual Manager di Produzioni dal Basso.**

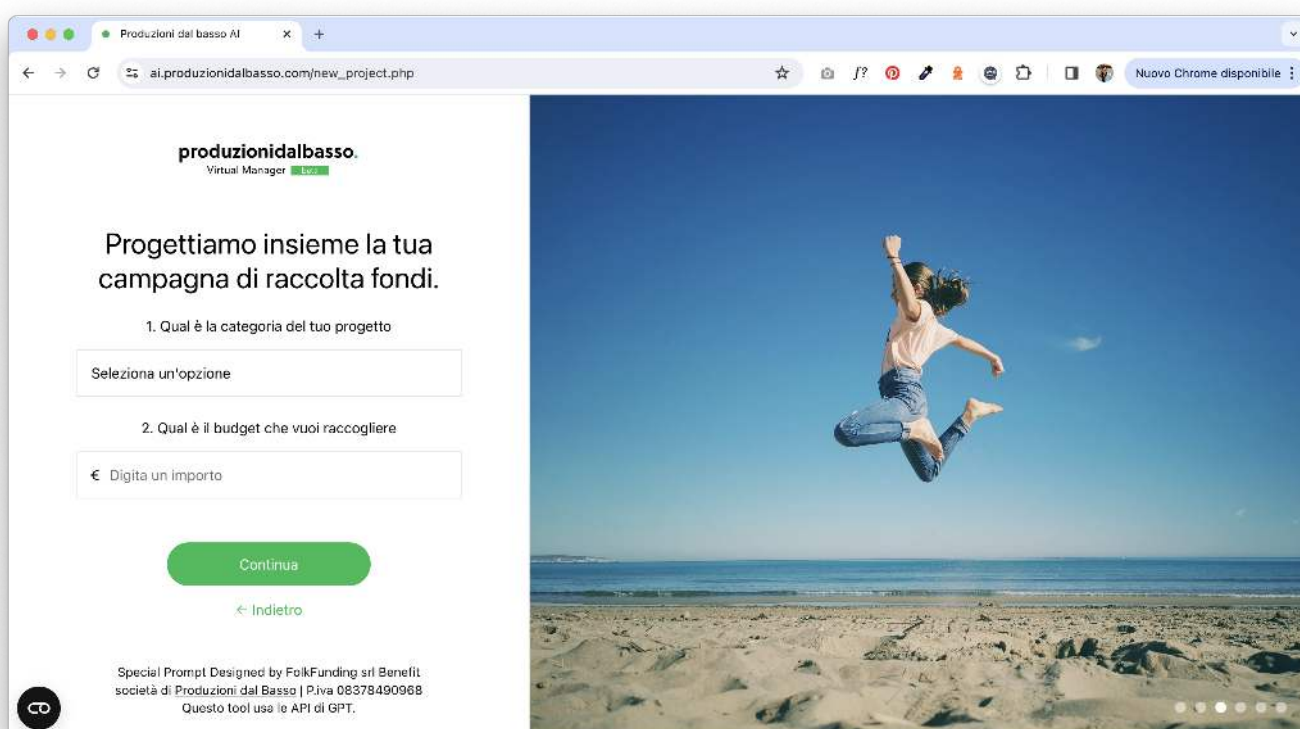
- Collegati a: ai.produzionidalbasso.com



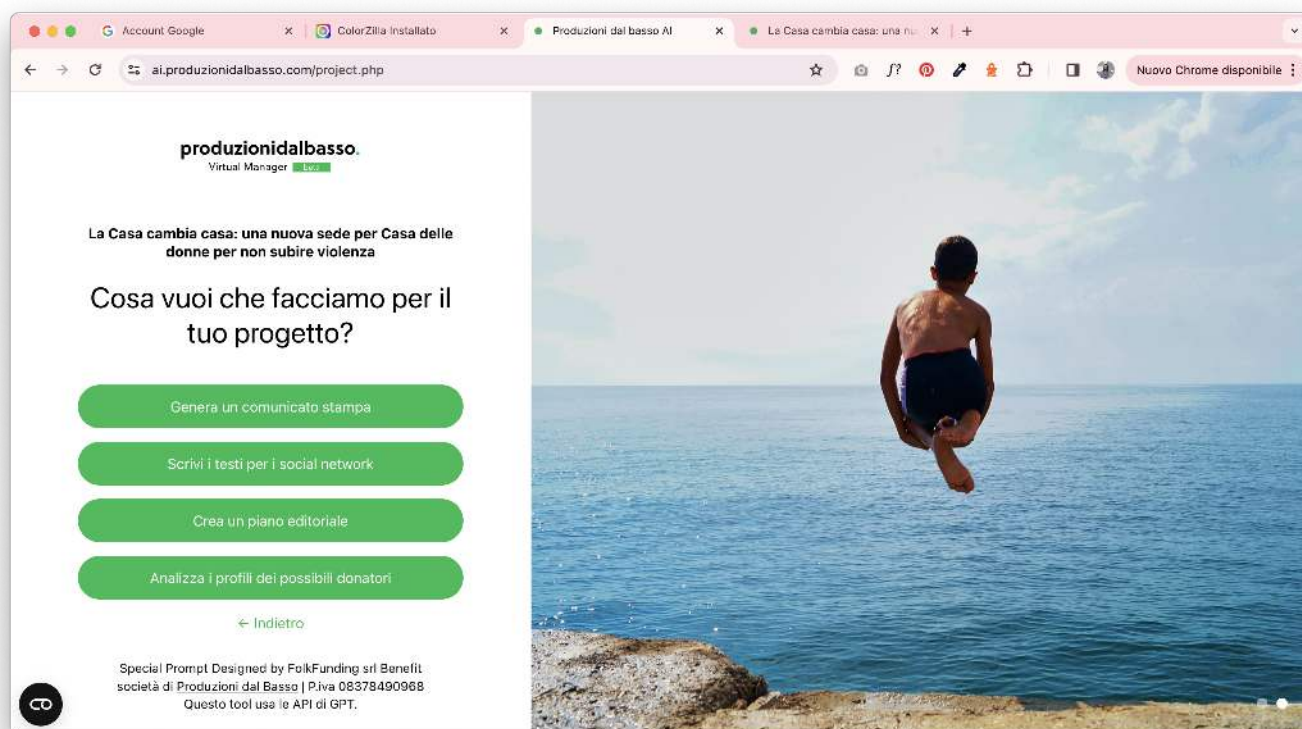
- se vuoi iniziare il tuo progetto da zero, clicca sul pulsante verde “voglio fare un nuovo progetto”



- se vuoi iniziare il tuo progetto da zero, clicca sul pulsante verde “voglio fare un nuovo progetto” e segui gli step rispondendo a tutte le domande.



- Vedi a **schermo** e **ricevi via email** un report personalizzato per la tua campagna con:
 - *qualche idea per il testo di progetto;*
 - *proposte di titoli;*
 - *concept dello storytelling;*
 - *idee per un video;*
 - *durata della campagna e modalità;*
 - *target donatori;*
 - *strategia di comunicazione.*
- Se hai già una campagna di raccolta fondi attiva su Produzioni dal Basso allora puoi utilizzare il flusso con il tasto azzurro **“Ho già una campagna su PDB”** e chiedere al tool di generarti alcuni strumenti utili a supporto della tua raccolta fondi:
 - *comunicato stampa;*
 - *testi per i social;*
 - *piano editoriale;*
 - *target dei possibili donatori.*



QUINDI?

Se avrai provato a mettere alla prova l'intelligenza artificiale, ti sarai reso conto che, se opportunamente impostata, può aiutarti ad **ottimizzare i tempi di realizzazione della tua campagna** (testo di progetto, testi per i social, analisi dei dati...). E gli esempi potrebbero continuare.

Ricorda però che **l'intelligenza artificiale è un supporto del tuo lavoro** e non sostituisce quello che un umano può fare.

CONCLUSIONI

In conclusione, l'abbiamo scritto altre volte, l'intelligenza artificiale (AI) sta rivoluzionando il mondo della raccolta fondi, offrendo strumenti e approcci innovativi che possono significativamente migliorare l'efficacia delle campagne. Tuttavia, è fondamentale ricordare che la tecnologia AI **deve essere utilizzata in modo etico e responsabile**. La protezione dei dati personali e la trasparenza nelle pratiche di raccolta dati sono essenziali per mantenere la fiducia dei donatori. Inoltre, mentre abbracciamo queste nuove tecnologie, non dobbiamo perdere di vista l'importanza dell'elemento umano nel fundraising. La tecnologia AI dovrebbe essere vista come uno strumento che amplifica e supporta, piuttosto che sostituire, l'interazione umana e l'impatto emotivo delle nostre campagne.

Guardando al futuro, l'AI continuerà a giocare un ruolo fondamentale nel plasmare il panorama della raccolta fondi. Con un approccio olistico che integra tecnologia, creatività e empatia, possiamo sfruttare il potenziale dell'AI per raggiungere e coinvolgere donatori in modi sempre più efficaci, contribuendo in maniera significativa alle cause che ci stanno a cuore.



ITAS ACADEMY & ITAS MUTUA

ITAS Academy offre al Terzo Settore **contenuti formativi** su misura con l'obiettivo di potenziarne le competenze. Gli approfondimenti spaziano dalle normative vigenti al tema dell'innovazione sociale, passando per la co-progettazione e il fundraising.

ITAS Mutua è la **Compagnia assicurativa più antica e moderna d'Italia**.

Da 200 anni, si prende cura dei propri soci assicurati con prodotti pensati per ogni esigenza. Come Mutua, non ha finalità di lucro, ma reinveste i propri guadagni in progetti a sostegno della collettività e del territorio, anche in collaborazione con il **mondo del Terzo Settore**.



NAVIGA E ASCOLTA TUTTI I CONTENUTI DELL'ACADEMY