

collaboriamo

**COMMUNITY vs
VOLONTARIATO:
COSA CAMBIA COSA RESTA
UGUALE**



CHI SIAMO

collaboriamo

APPROCCIO

SERVIZI

ACADEMY

BLOG

CHI SIAMO

OSSERVATORIO

ENG

LA PRIMA AGENZIA IN ITALIA
CHE SI OCCUPA DI SVILUPPARE
E FAR CRESCERE COMUNITÀ

SCOPRI DI PIU'

DALL'ASSESSMENT ALLO SVILUPPO SEGUIAMO IL CLIENTE IN TUTTE LE FASI DEL PROGETTO

COMMUNITY ASSESSMENT

- Business Goal Assessment
- Identity Assessment
- Channel Assessment
- Mapping users' involvement
- Governance assessment

COMMUNITY STRATEGY

- Community Research
- Community Interviews
- Definition of community identity (purpose, value, key members)
- Definition of the community concept
- Definition of key touchpoints ecosystem for the community

COMMUNITY PROTOTYPE

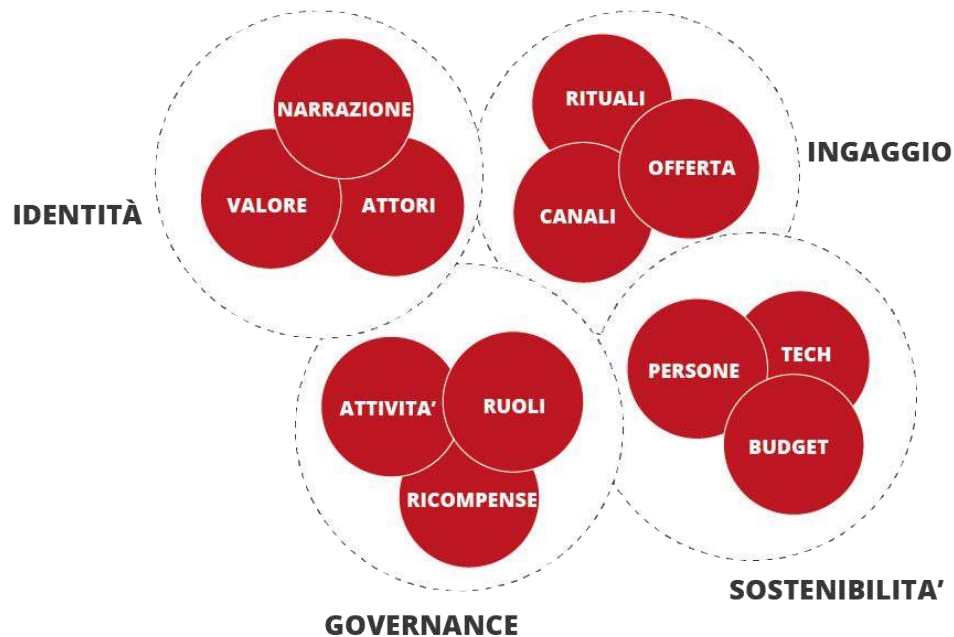
- Prototype Design
- Community activation plan
- Content Design & Production
- Event Design & Production
- Data Analysis
- Community Moderation
- Codesign with community members

COMMUNITY GROW

- Ambassador Program Definition
- Design of Playbook corporate & community
- Design of Listening processes
- Rituals Planning
- Onboarding Criteria Selection
- Reward system design

COMMUNITY BUILDING

IL NOSTRO APPROCCIO: IL COMMUNITY DESIGN



COMMUNITY DESIGN: GLI STRUMENTI



Abbiamo disegnato gli strumenti che aiutano le aziende ad attivare, prototipare, far crescere le community.

LA NOSTRA ACADEMY SUL COMMUNITY DESIGN



FORMAZIONE AZIENDALE

In base alle esigenze del cliente **strutturiamo programmi formativi ad hoc** che uniscono competenze teoriche, esperienze esterne, laboratori con strumenti personalizzati.



CORSI LIVE

Corsi di un giorno o di più giorni che vengono modellati sulle esigenze del cliente e che seguono tutte le fasi di nascita e crescita di una community. **Disponibili in digitale, in presenza o ibridi.**



CORSI ON DEMAND

Brevi corsi on demand che possono essere fruiti in qualsiasi momento e che possono essere accompagnati da esercizi, bibliografie e approfondimenti, momenti di confronto con i docenti o anche fra pari.

PUBBLICAZIONI





PREMESSA

UNA COMMUNITY È

*Un gruppo di persone che si riunisce intorno a una **proposta di valore**, che condivide un senso di appartenenza e di reciprocità, e che è **stimolata da un'organizzazione con cui co-produce valore.***

(Mainieri - Collaboriamo)



UNA COMMUNITY NON È UN PUBBLICO

Un pubblico è per definizione passivo e mosso da un obiettivo utilitaristico. Chi partecipa lo fa per soddisfare un desiderio opportunistico e la soddisfazione che ne riceve partecipando è prettamente individuale e non collettiva come in una community.

A large, diverse crowd of people at a concert or festival, many with their arms raised in excitement. The scene is filled with energy and joy, with people of various ages and ethnicities visible. The lighting is warm and focused on the foreground, creating a sense of being part of the event. The text is overlaid on a semi-transparent white box in the center of the image.

UNA COMMUNITY NON È UNA FAN BASE

COMMUNITY = COMUNITÀ

**ESISTONO OGGI NUOVI TIPI DI
PROSSIMITÀ**



VIA FONDAZZA



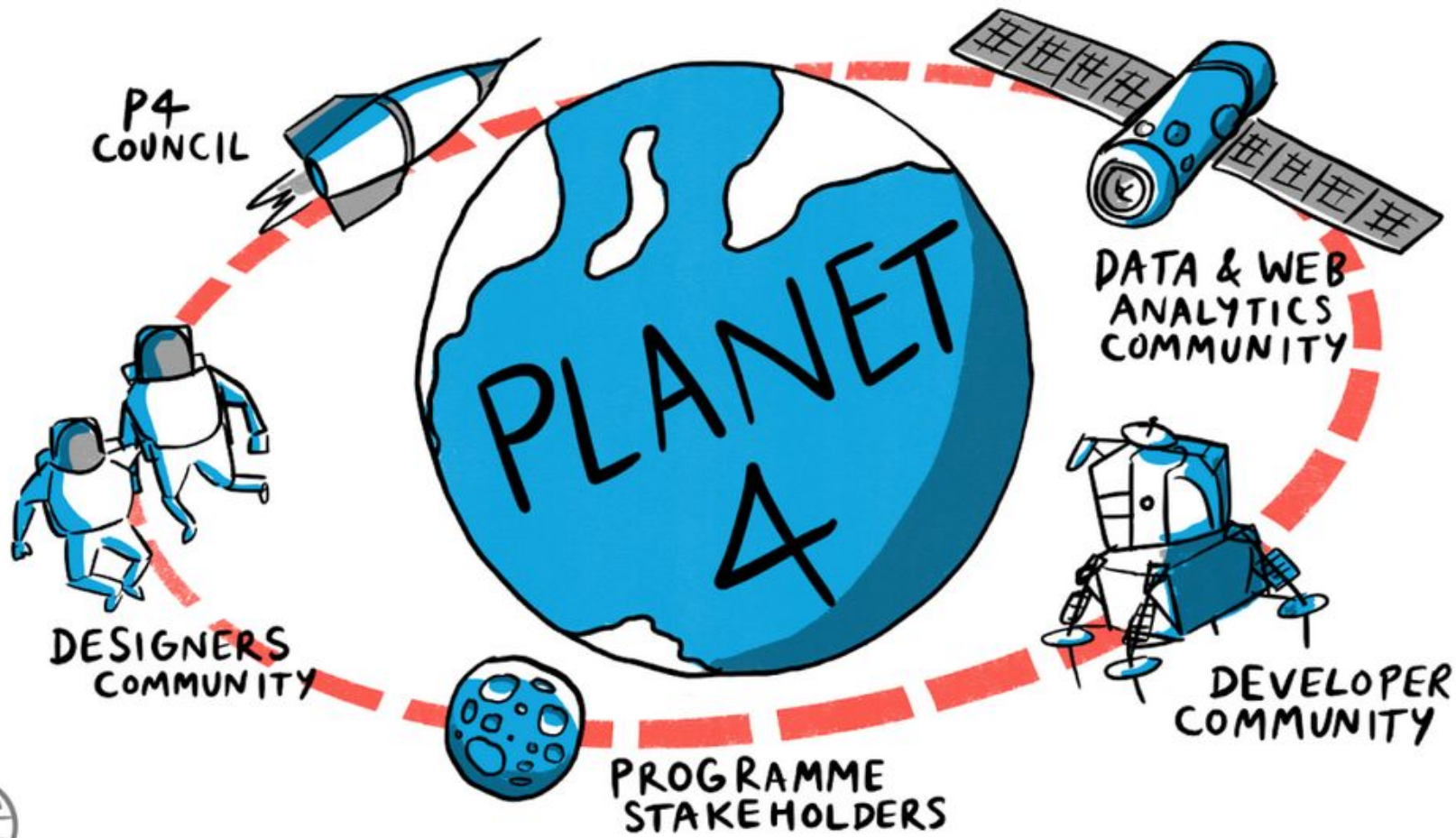
Artificial Intelligence in Cerebral Pa

SCOPRI IL PIU' GRANDE PROGETTO EUROPEO SULLE PARALISI
CEREBRALI

AINCP



Funded by
the European Union





La tua selezione di viaggi a basso costo

 Partenza da Arrivo a Oggi 1 passeggero[Trova](#)

La tua selezione di viaggi a basso costo

Non importa dove vai, in autobus



Fidati dei tuoi compagni di viaggio

Ci prendiamo del tempo per



Scorri, clicca e parti!

Prenotare un viaggio non è mai stato così facile! Grazie alla

COSA NON CAMBIA

La partecipazione dei membri avviene sempre su base **volontaria**.

SE COSI' NON FOSSE

- Prevarrebbe una relazione opportunistica
- Il coinvolgimento potrebbe non essere autentico
- Quantità vs qualità
- Scalabilità della ricompensa



PERCHE' MEMBRI E NON VOLONTARI?

COMMUNITY VS ASSOCIAZIONI?

UN'IDENTITÀ CHIARA E BEN COMUNICATA

1. Un obiettivo semplice, chiaro, facile da comprendere.
2. Una narrazione basata sui fatti e non sulle parole
3. Una comunicazione attenta, continua, multimediale.



FOREWORDS

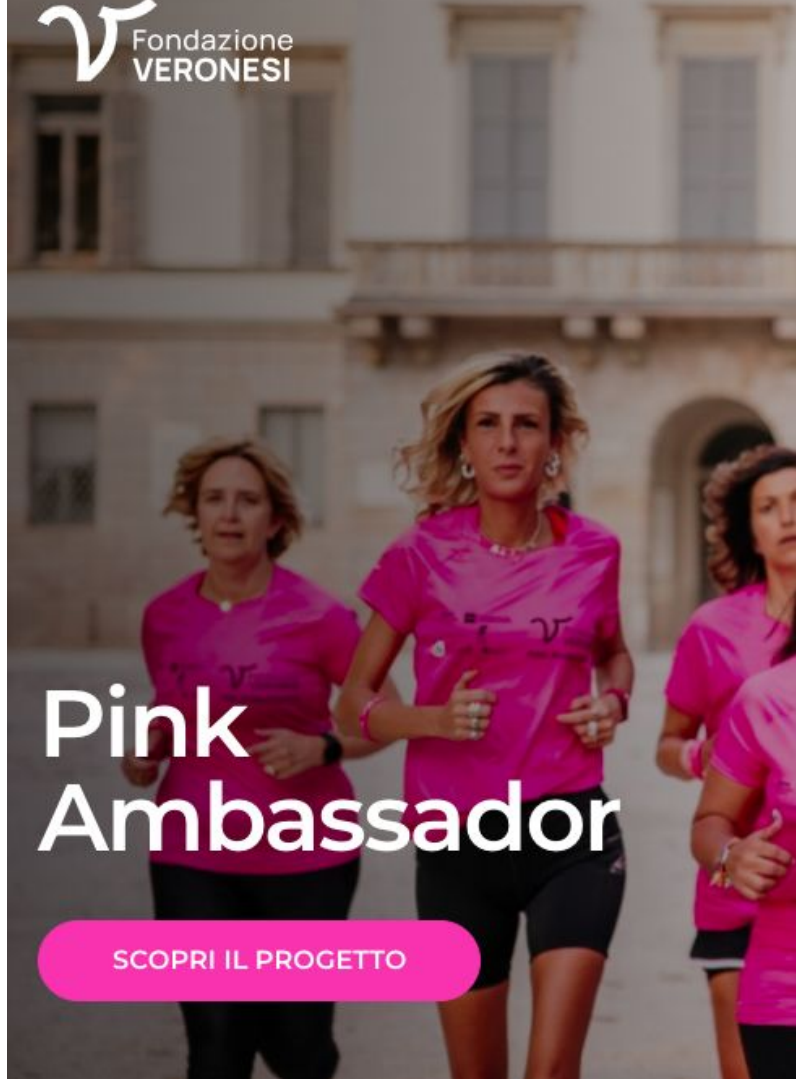
Precious Plastic's mission is to enable anyone on the planet to recycle plastic and tackle the plastic waste problem.

In our 10-year anniversary we're proud to share some of the data backing our thesis that a global, people-powered, small-scale plastic recycling system could significantly alleviate the plastic crisis. Welcome to the Precious Plastic Impact Report.

One of Precious Plastic core principles is to share everything free and open source. The impressive impact data collected are a testament of the power of open knowledge and how information, when kept free to spread and propagate, have the capacity to spread far and wide.

UNA COINVOLGIMENTO CONTINUO

1. Un piano di ingaggio strutturato e continuativo
2. Un sistema di canali efficaci
3. Un livello di coinvolgimento predisposto all'attivazione dei membri (co-progetta e co-gestisce)



**Pink
Ambassador**

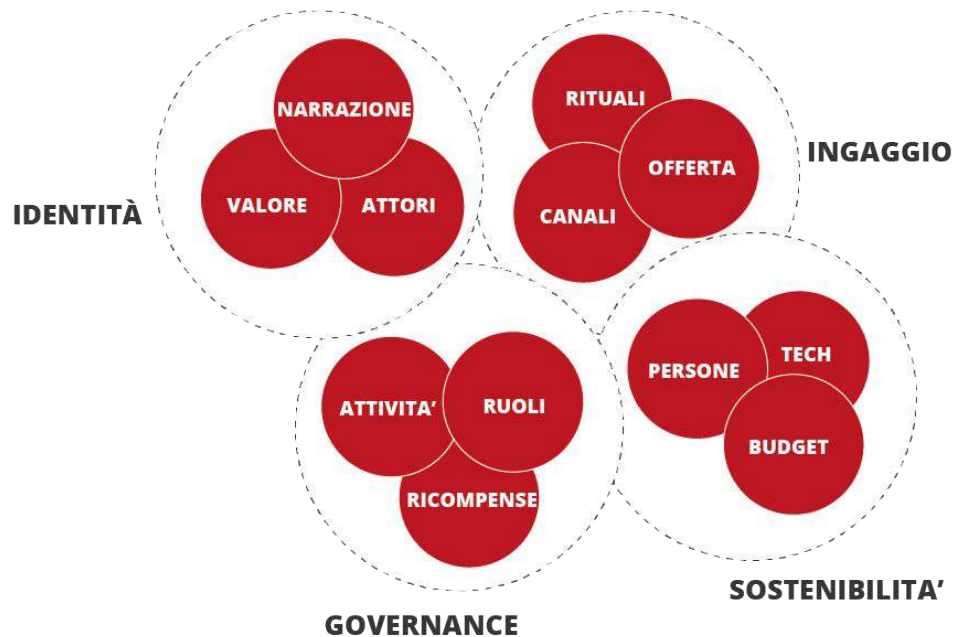
SCOPRI IL PROGETTO

UNA RELAZIONE CONTINUA E BEN STRUTTURATA

1. Un sistema di ruoli interni con attività chiare e ben distribuite
2. Una relazione continuativa e personalizzata
3. Un sistema di ricompense che ripaga chi partecipa di più.



UNA PROGETTUALITÀ CHE PASSA DA QUATTRO AREE





COSA NE PENSATE?

marta@collaboriamo.org
www.collaboriamo.org

