DONOR CARD

Trasformiamo il valore quotidiano in impatto reale

30 LUGLIO 2026

LO SCENARIO

Un settore centrale, ma in tensione

+950.000



PERSONE

+368.000



ORGANIZZAZIONI

-10%



DONATORI DAL 2008 AL 2023

DIPENDENZA DAL FUNDRAISING CRESCENTE

COMPETIZIONE ELEVATA

Il valore esiste già, ma non viene distribuito automaticamente

I cittadini utilizzano quotidianamente strumenti di pagamento digitale che sono totalmente scollegati da logiche di impatto sociale.

Non una startup, ma un acceleratore di valore

TECNOLOGIA

Brevetti
Infrastrutture digitali

EXECUTION

Carte pagamento
Modelli digitali

SCALABILITÀ

Struttura snella
Go-to-market rapido

APPARTENENZA

Azionariato non profit

Un'infrastruttura pensata e posseduta dalle non profit per le non profit.

Un ecosistema in cui il Terzo Settore è parte attiva della proprietà e ne definisce le priorità.

IL RUOLO DI BEING

Il ponte tra tecnologia e non profit

Analisi

- Simulazioni sulla base dei dati
- Analisi di fattibilità

Sviluppo

- Proposte creative
- Integrazione strategica

Garanzia

- Riservatezza
- Minimo impatto operativo

Attraverso una stretta collaborazione operativa, **supportiamo le organizzazioni nelle fasi chiave** dello sviluppo dei progetti, dall'analisi di fattibilità personalizzata, alla predisposizione delle proposte dedicate, **garantendo la massima riservatezza**.

being
I COMUNICATORI DEL NON PROFIT

Il prodotto

DONOR CARD

INSIGHT

Il futuro del Terzo Settore non risiede nel chiedere donazioni sempre più frequenti, ma nel rendere il gesto del dono parte integrante dell'infrastruttura quotidiana delle persone.

Il donatore moderno non vuole solo essere sollecitato; vuole essere abilitato a sostenere la sua causa senza attriti.

Il valore reale per un'ONG non è più solo il database di contatti, ma la capacità di essere presenti nella routine del sostenitore, trasformando ogni sua azione in un pilastro di sostenibilità per la missione.





donorcard

La carta che dona, ogni volta che la usi.



donorcard

La carta che dona, ogni volta che la usi.



donorcard

The card that gives, every time you spend.



donorcard

The card that gives, every time you spend.

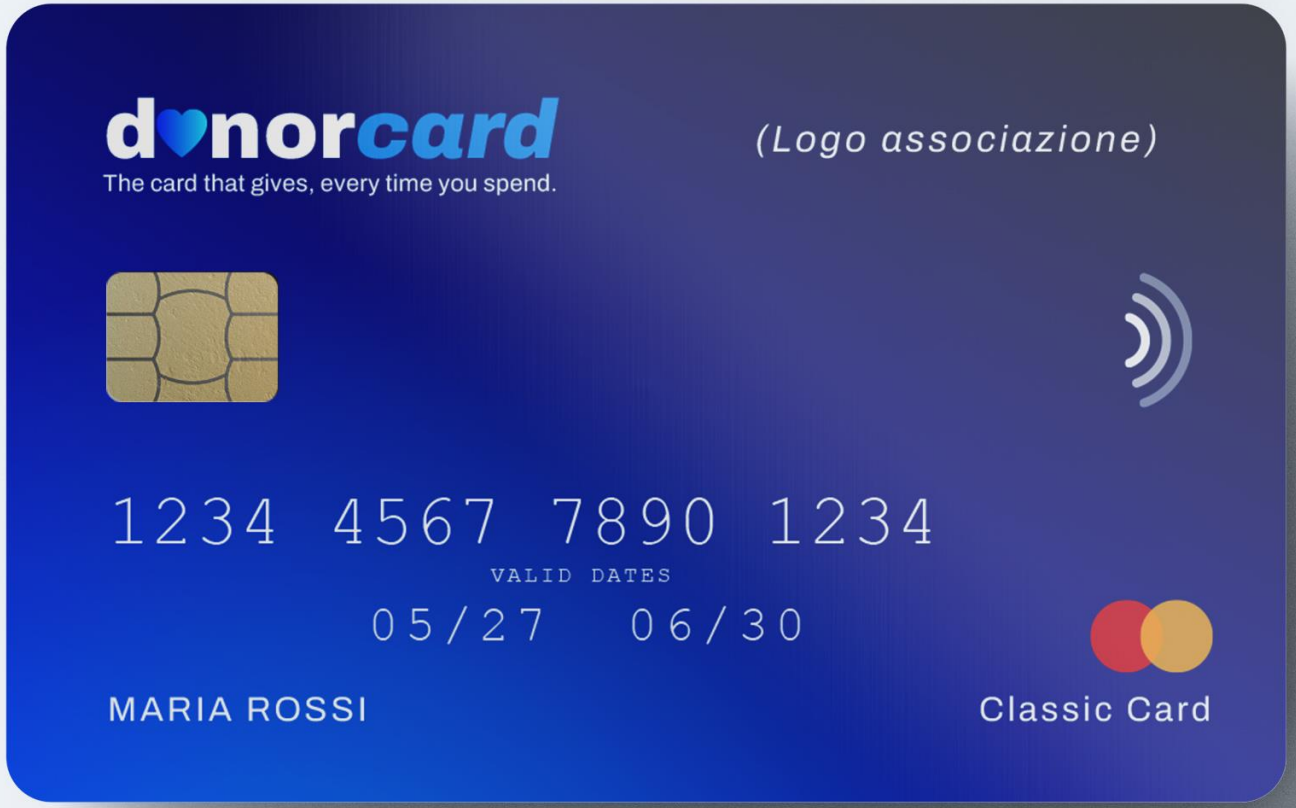

donorcard
La carta che dona, ogni volta che la usi.
Classic Card
1234 4567 7890 1234
VALID DATES
05/27 06/30
MARIA ROSSI
(Logo associazione)


donorcard
La carta che dona, ogni volta che la usi.


donorcard
La carta che dona, ogni volta che la usi.


donorcard
The card that gives, every time you spend.


donorcard
The card that gives, every time you spend.


donorcard
The card that gives, every time you spend.
(Logo associazione)
1234 4567 7890 1234
VALID DATES
05/27 06/30
MARIA ROSSI
Classic Card

L'infrastruttura che rende la generosità un'abitudine

Donazione automatica

0,5% su ogni transazione
Nessun costo per l'utente

Flessibilità

Supporto immediato alla causa
Ogni acquisto genera valore

Infrastruttura

Sistema brevettato
Scalabile e integrato

Non una semplice carta, ma un ecosistema di pagamento.

Nato per integrare l'impatto sociale nella vita quotidiana del donatore e per affiancare le strategie di fundraising delle organizzazioni.

I VANTAGGI

Crescita sostenibile, senza fatica operativa



Risorse

Entrate incrementali
Zero sforzo interno



Fundraising

Donazione invisibile
Attiva 365 giorni l'anno



Relazione

Rapporto autentico
Nessuna pressione

Uno strumento che valorizza la missione

Rafforza il legame con la tua base, lasciando il rapporto con il donatore autentico e non condizionato.

DISTRIBUZIONE

Come arriviamo agli utenti finali

1 ACQUISIZIONE

Organizzazioni del Terzo Settore

Principale canale di distribuzione.

2 FIDELIZZAZIONE

Donor Journey

Integrazione nei canali di comunicazione e raccolta fondi e nel ciclo di vita del donatore. Attivazione continua.

3 CAMPAGNE PERIODICHE

Supporto

Pacchetti dedicati, coerenza con l'identità dell'organizzazione. Un nuovo mezzo a sostegno dell'acquisizione.

Un nuovo mezzo a sostegno dell'acquisizione Face to Face

Una carta sostenitore personalizzabile a seconda del cluster di donatori

CTA dedicate durante le campagne di raccolta fondi di Natale, Pasqua, Back to school, Black Friday...

FACE TO FACE

Acquisizione diretta ad alto potenziale

L’acquisizione tramite face to face permette di intercettare, in luoghi di grande passaggio quali aeroporti, stazioni, centri commerciali e centro città, potenziali donatori regolari. Queste donazioni consentono all’ente di ricevere, su base mensile, una donazione continuativa tramite addebito diretto su conto corrente o carta di credito.

Un buon canale di promozione potrebbe quindi essere proprio questo: **il potenziale donatore potrebbe essere esortato a domiciliare la propria donazione regolare proprio sulla DonorCard, generando quindi un ulteriore valore per l’organizzazione.**

LE ATTIVITÀ DEL PACCHETTO OFFERTE DA BEING

- ✓ **Integrazione materiali di acquisizione esistenti o studio e realizzazione dei nuovi materialidi acquisizione**
- ✓ **Street Welcome e Welcome Pack DonorCard**

Rafforzare il legame con i donatori

Le Organizzazioni Non Profit strutturate hanno spesso messo a punto dei **programmi utili a fidelizzare i donatori e i sostenitori**. Tali programmi si differenziano spesso non solo per l'entità della somma donata, ma anche per la sua periodicità, e possono includere azioni utili a riattivare donatori «dormienti».

La DonorCard potrebbe essere inserita all'interno dei programmi di fidelizzazione dei donatori come un **segno di appartenenza**, al posto della classica Tessera Sostenitore: oltre al valore morale, consentirà di amplificare il proprio sostegno grazie al «cashback solidale» generato e potrà essere arricchita con reward utili a costruire e rafforzare rapporti con donatori corporate dell'organizzazione stessa.

LE ATTIVITÀ DEL PACCHETTO OFFERTE DA BEING

- **Studio dei processi di fidelizzazione e proposta di integrazione con la DonorCard**
- **Pacchetto di promozione on e offline comprendenti gli strumenti base: DM cartaceo/DEM di accompagnamento DonorCard, DEM dedicata ai vantaggi della DonorCard + integrazioni customizzate**

Integrare Donor Card nelle attivazioni

La pianificazione delle strategie di raccolta fondi e comunicazione della maggioranza delle grandi Organizzazioni Non Profit è scandita dalla **presenza di campagne periodiche** quali quella di Natale e Pasqua e appelli di raccolta fondi occasionali quali quelli legati alla Festa della Mamma e del Papà, al Back to School, al Black Friday.

Queste campagne possono essere **integrate con appelli all'attivazione e all'utilizzo della DonorCard** per gli acquisti sugli store solidali, per le proprie donazioni e anche per gli acquisti generici. Anche questi appelli potrebbero essere sostenuti da forme di reward – scontistiche, promozioni, ... – promossi dall'Organizzazione stessa o dai partner corporate.

LE ATTIVITÀ DEL PACCHETTO OFFERTE DA BEING

- **Ideazione e realizzazione dei materiali offline per la promozione delle campagne – DM cartacei, flyer, locandine per gli store fisici**
- **Ideazione e realizzazione dei materiali online per la promozione delle campagne – landing page, DEM, materiali social**

Il ruolo delle aziende

Le collaborazioni con le aziende diventano motori di distribuzione della Card, coinvolgendo attivamente i dipendenti in un circolo virtuoso di responsabilità sociale.

Nell'ambito di queste collaborazioni abbiamo individuato due opportunità:

1. Coinvolgimento delle aziende nel **sistema di reward collegato alla DonorCard**: scontistiche su prodotti e servizi, premi al raggiungimento di un monte spesa, ecc.

2. Coinvolgimento delle aziende nella **distribuzione presso i dipendenti**: in cambio di una donazione all'Organizzazione, l'azienda può ricevere le DonorCard da omaggiare ai propri dipendenti. L'attivazione diventa quindi un meccanismo di «matching gift», dove il dipendente rilancia moralmente l'impegno della propria azienda contribuendo con i propri acquisti a generare valore per l'Organizzazione.

LE ATTIVITÀ DEL PACCHETTO OFFERTE DA BEING

- ✓ **Ideazione kit di promozione dell'iniziativa: locandina da apporre in azienda, comunicazione cartacea e online.**

Grazie