Santobono
sostenitori ospedale santobono onlus

Corporate Giving

6 MODI PER DIVENTARE UNA AZIENDA AMICA DEL SANTOBONO

1. LICENSING
2. Joint PROMOTION
3. Organizzazione RACCOLTA FONDI
4. SPONSORIZZAZIONE
5. Sensibilizzazione DIPENDENTI
6. CAUSE RELATED MARKETING

Corporate Giving

IN BREVE

CHE COS'È

Un'azienda fa *Corporate Giving* quando attiva delle donazioni (in denaro, beni o servizi) a favore di una causa sociale.

PERCHÉ FARE CORPORATE GIVING

Le aziende socialmente responsabili hanno oggi una marcia in più agli occhi dell'opinione pubblica, che dimo
di avere più fiducia in chi investe parte dei propri profitti nel bene della comunità.
Di fatto, sposare una buona causa può arricchire di prestigio e di significato il proprio brand agli occhi di ogni
di interlocutore: dipendenti, clienti, fornitori, investitori, istruzioni.

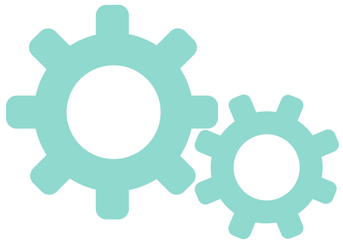
Puoi fare *corporate giving* scegliendo di diventare una
Azienda Amica del Santobono, l'ospedale pediatrico più grande del sud Italia.

PERCHÉ SCEGLIERE IL SANTOBONO

Il brand Sostenitori Ospedale Santobono è legato al più grande e storico ospedale pediatrico del Sud Italia
Perciò ha una riconoscibilità molto alta, soprattutto in Campania.
La causa si presta ad essere condivisa soprattutto da un target over 30.
I progetti sono concreti e tangibili, focalizzati su:
- miglioramento delle condizioni di degenza dei familiari e dei piccoli pazienti
- adeguamento tecnologico delle apparecchiature che spesso fanno la differenza per salvare la vita di un bambino.

Create a
Giving Culture

Licensing



COME FUNZIONA

L'azienda fa una donazione una tantum all'associazione che in cambio concede l'utilizzo per un anno del marchio **Azienda Amica del Santobono**

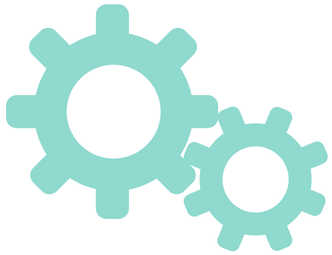
ESEMPI

Il bollino **Azienda Amica del Santobono** può essere utilizzato su tutti gli strumenti di comunicazione istituzionale: in calce alle email, sulla carta intestata, sul sito web, in pubblicità

VANTAGGI

- Miglioramento della reputazione del brand
- Crescita del livello di fiducia nell'azienda
- Possibilità di differenziarsi in modo originale

Joint promotion



COME FUNZIONA

L’azienda s’impegna a veicolare la buona causa dell’associazione contribuendo a diffonderne la conoscenza attraverso i propri canali di comunicazione.
E' una buona soluzione per le aziende con una rete di distribuzione ampia e capillare.

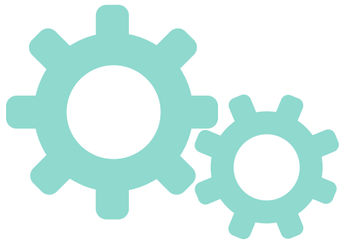
ESEMPI

- Esposizione di poster in eventuali punti vendita
- Distribuzione di brochure informative a tutti i propri clienti
- Articolo dedicato nella newsletter aziendale
- Post dedicato sui propri canali social
- Banner su pagina web

VANTAGGI

- Nessun impegno economico diretto
- Crescita del livello di fiducia nell’azienda
- Miglioramento dell’immagine aziendale percepita da parte dei clienti già in portfolio

Organizzazione raccolta fondi



COME FUNZIONA

L'azienda organizza in piena autonomia un evento di raccolta fondi, il cui ricavato viene devoluto in beneficenza.
L'associazione garantisce la presenza di un proprio rappresentante all'evento ed il supporto del proprio ufficio stampa.

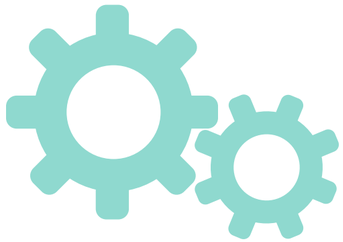
ESEMPI

- Cena di beneficenza in azienda
- Lotteria solidale per i propri dipendenti/clienti
- Torneo di calcetto

VANTAGGI

- Forte impatto mediatico

Sponsorizzazione



COME FUNZIONA

L'azienda si impegna a sostenere i costi di un'iniziativa di raccolta fondi organizzata dall'associazione, attraverso contributi economici oppure con fornitura di prodotti e servizi, in cambio di visibilità e ritorno in termini di relazioni.

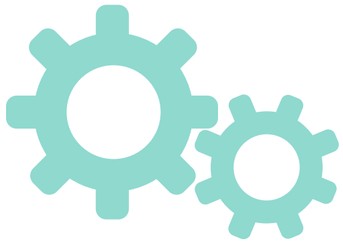
ESEMPI

- Uno chef famoso offre la propria disponibilità per il galà solidale di Natale.
- Una casa vinicola offre il vino che sarà servito durante la serata.
- Una banca offre un contributo in denaro per sostenere i costi dell'allestimento

VANTAGGI

- Visibilità presso i Major Donor dell'associazione,
- Ritorno in termini di visibilità
- Ottimo strumento per migliorare le pubbliche relazioni

Sensibilizzazione dipendenti



COME FUNZIONA

L'azienda si fa portatrice degli interessi dell'associazione e chiede ai propri dipendenti di condividerne la causa.

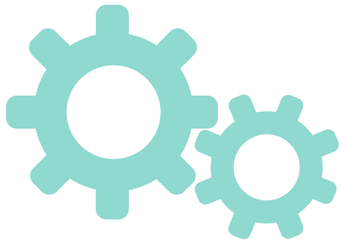
ESEMPI

- In fase di distribuzione dei CUD ai propri dipendenti, l'azienda può invitarli, tramite una lettera, a devolvere il proprio 5 per mille all'associazione.
- L'azienda può chiedere ai propri dipendente di aderire ad un programma di payroll giving, ossia autorizzare l'azienda a devolvere all'associazione una cifra fissa che viene detratta direttamente in busta paga.

VANTAGGI

- E' un ottimo strumento per fare team building tra i propri dipendenti e migliorare il clima aziendale

Cause Related Marketing



COME FUNZIONA

E' un'attività di marketing sociale. L'azienda invita i propri consumatori ad acquistare un proprio prodotto o servizio e s'impegna a devolvere all'associazione una percentuale prestabilita del ricavato delle vendite.

ESEMPI

In Italia la prima operazione di questo tipo è stata realizzata nel 1987 da Dash con l'iniziativa "Mille lire per un mattone".
- Un'azienda di abbigliamento realizza un capo solidale in Limited Edition
- Un ristorante devolve il 10% dell'incasso del mercoledì
- Il concessionario auto dona 10 € per ogni veicolo immatricolato e chiede al cliente di fare altrettanto.

VANTAGGI

- Incremento delle vendite
- Incremento della visibilità, anche presso nuovi segmenti di mercato
- Miglioramento dell'immagine del brand che viene associato ad una buona causa

Contatti

Resp. Corporate Giving

Fabrizia Denticedi Accadia

393 9931878 (anche whatsapp)

info@sostenitorisantobono.it

Associazione Sostenitori Ospedale Santobono O.N.L.U.S.
Via Mario Fiore 6, 80129 - Napoli
O.N.L.U.S. n° 2005/6108 del 27/05/2005
CF: 95047520630
www.sostenitorisantobono.it

Dal 2004 costruiamo un ospedale migliore.

L'Associazione Sostenitori Ospedale Santobono ONLUS è nata per iniziativa di alcuni medici con la finalità di trasformare il Santobono in un ospedale pediatrico d'eccellenza e a misura di bambino.
Ad oggi sono stati finanziati progetti per un valore di oltre un milione e mezzo di euro.