

Digitalizzazione e terzo settore: "manca una visione strategica"

LINK: <http://www.agenzia.redattoresociale.it/Notiziario/Articolo/591384/Digitalizzazione-e-terzo-settore-manca-una-visione-strategica>

Digitalizzazione e terzo settore: "manca una visione strategica" Le realtà non profit utilizzano le innovazioni portate dalla digitalizzazione, ma non tengono conto "delle potenzialità di questa innovazione" e di come potrebbe aiutarli nella fidelizzazione dei donatori. Indagine di **Italia non profit** su un campione di 450 professionisti del terzo settore: solo uno su tre dichiara di lavorare per organizzazioni che hanno buone competenze nell'uso dei social media 03 agosto 2018 - 15:41 MILANO - La digitalizzazione fa parte ormai della vita quotidiana del mondo non profit. Ma associazioni, cooperative, enti e fondazioni non hanno ancora "una visione strategica", non tengono conto "delle potenzialità di questa innovazione" di come potrebbe aiutarli nella fidelizzazione dei donatori, dei volontari o magari anche dei beneficiari dei loro progetti. È quanto emerge dall'indagine condotta da **"Italia non profit"**, attraverso un questionario on line che ha coinvolto oltre 450 professionisti del settore suddivisi tra operatori interni e consulenti esterni agli enti (per un totale di 227 risposte complete). Solo il 33% dei rispondenti dichiara di lavorare con organizzazioni con buone competenze nell'utilizzo dei social media che rappresentano ad oggi un importante strumento di lavoro per tutte le realtà siano esse profit o non profit. Per il 40% degli intervistati "il board dell'ente non ha ancora una visione chiara di quello che il digitale potrebbe fare per aiutarli". Nonostante ciò, per il 23% dei 176 operatori, gli enti hanno "incorporato il digitale in tutto ciò che fanno", e per il 34% il digitale è utilizzato, anche se, confermano, senza "approccio strategico". Queste due risposte sono le più frequenti indipendentemente dalle dimensioni economiche dell'organizzazione: anche il 33% dei 42 operatori che lavorano in enti di piccole dimensioni (con entrate inferiori a 50K) dichiara infatti di utilizzare il digitale, ma senza una visione di più ampio respiro. Gli operatori che dichiarano di avere difficoltà ad accedere agli strumenti digitali di base (6%) lavorano nel 57% dei casi in enti di piccolissime dimensioni, segnaliamo però - dato interessante - che lo stesso problema si riscontra in alcune organizzazioni con entrate tra i 50.000 e i 300.000 euro. Dalla ricerca emerge che ci sono competenze digitali molto forti come l'uso dei social media e l'e-mail marketing, ma diverse aree ancora da sviluppare soprattutto in termini di know-how, come ad esempio la SEO e la cybersecurity. Per i collaboratori interni agli enti incrementare le competenze digitali significa incidere positivamente sulla raccolta fondi (56%) e sullo sviluppo del proprio network (39%); per i professionisti esterni, incrementare le competenze digitali degli enti significa invece aumentare il network dell'ente (53%) e migliorare il perseguimento della strategia generale (37%). Sia gli operatori interni sia i consulenti sentono di non essersi ancora adeguatamente preparati sul Digital Fundraising, tema ricorrente fra le sfide che più preoccupano, insieme alla "SEO", alla "gestione dei dati e dei temi connessi alla privacy", e "all'engagement delle nuove generazioni". (dp) © Copyright Redattore Sociale