**WEBINARIUM 9 lipca 2021 godz.10.00**

**Kilka słów na temat webinarium związanego z „**

**Efektywnym marketingiem z ngo działających na terenach wiejskich”**

|  |
| --- |
|  |

|  |
| --- |
|  |

|  |
| --- |
|  |
| |  |  |  | | --- | --- | --- | | |  |  | | --- | --- | | |  | | --- | | **Czy Twój marketing byłby efektywniejszy z budżetem 10 tyś dolarów?**  **Jedną z najlepszych form promocji organizacji jest kampania Google Ads,** program Google Ad Grants pozwala organizacjom Non-profit otrzymać dofinansowanie w wysokości 10 tyś. USD miesięcznie na tego typu reklamę (reklama tekstowa w wyszukiwarce Google).  Co ciekawe, **wciąż mały odsetek organizacji korzysta** z tego programu. Pewnie dlatego, że ciężko w niego uwierzyć (piszemy tutaj z doświadczenia). Aby pomóc Ci w niego uwierzyć, przesyłam link do oficjalnej strony Google dot. programu: https://www.google.pl/grants/  **Jak skorzystać z dofinansowania?**  . Co powinniśmy posiadać, to przede wszystkim:   * Przede wszystkim, aby skorzystać z dofinansowania **nie musimy posiadać statusu Organizacji Pożytku Publicznego (OPP)**stronę internetową (zabezpbiecznoną certyfikatem SSL = https) zawierającą informację o misji oraz celach statutowych organizacji * aktualny statut organizacji * aktualny odpis z KRS   **Korzyści:**  Korzyści programu są oczywiste – posiadając stronę internetową i i wymienione powyżej dokumenty, **w ciągu 14 dni** możemy otrzymać dofinansowanie, które zwiększy nasz budżet reklamowy o prawie 40 tyś. zł miesięcznie!  Taki budżet reklamowy znacznie zwiększy ruch na stronie organizacji, co w efekcie przełoży się na:łatwiejsze **szerzenie inicjatywy organizacji**, **nowych odbiorców** oraz łatwiejsze **dotarcie do wolontariuszy i darczyńców**. | | |  |  |  |  | | --- | --- | --- | | |  |  | | --- | --- | | |  | | --- | | **Brzmi ciekawie?**  **Umów spotkanie** z naszym zespołem. Podczas konsultacji przedstawimy najskuteczniejsze elementy strategii marketingowej dla organizacji non-profit. | | | |

Mail:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | |  |  |  | | --- | --- | --- | | |  |  | | --- | --- | | |  | | --- | | Czy prowadzisz kampanie **remarketingowe** swojej organizacji? Może uważasz, że to **zbyt trudne**?  **Każdy z nas** na co dzień spotyka się z reklamami retargetującymi. Co oznaczają one w praktyce? Gdy odwiedzamy np. sklep internetowy przeglądając na nim czerwone buty sportowe - te same buty "**śledzą**" nas później na **facebooku**, **instagramie**, czy **innych portalach**.  W teorii może wydawać się to zbyt trudne lub zbyt drogie - w praktyce - to jedna z **najtańszych i najbardziej efektywnych form reklamy**. Co więcej, jej konfiguracja jest na prawdę prosta.  W dzisiejszym mailu pominę kwestie techniczne - tym zajmiemy się na naszym **piątkowym webinarze** (**link do zapisów poniżej**), pokażemy na nim jak **krok po kroku** uruchomić tego typu reklamę. Spójrzmy natomiast na to jak remarketing pozwala **zwiększyć efektywność działań marketingowych NGO** - w tym kampanii fundraisingowych:  **Oszczędność budżetu marketingowego**  Najprawdopodobniej Twoja organizacja już **cieszy się grupą odbiorców** na swojej stronie internetowej lub mediach społecznościowych. Może wydajesz budżet marketingowy na rozbudowę tej społeczności?  Remarketing pozwala **robić to lepiej**. Po pierwsze - gdy wydamy już budżet marketingowy na pozyskanie użytkownika do naszej społeczności, chcemy aby jak najczęściej **obcował** z naszą **marką**. W ramach kampanii remarketingowym możemy wyświetlać wybrane przez nas treści (np. grafiki zachęcające do **wsparcia finansowego** organizacji) dla osób, które już miały okazję odwiedzić nasz profil na facebooku, lub stronę internetową. Co więcej, **płacimy tylko** w momencie, gdy użytkownik **kliknie** w grafikę i przejdzie na określoną przez nas stronę docelową!  Po drugie - platformy reklamowe (takie jak facebook) pozwalają określić tzw. **grupę lookalike** - to platforma w naszym imieniu znajdzie użytkowników **o podobnych cechach do naszej grupy docelowej** (osób, które już weszły w interakcję z organizacją). To **bardzo ułatwia** określanie kierowania naszej kampanii.  **Większa rozpoznawalność**  Dzięki kampaniom remarketingowym **każdy z użytkowników** w naszej grupie docelowej będzie **częściej obcował z naszą marką**, grafikami powiązanymi z działalnością organizacji, publikowanymi przeze nas postami, itd. Tym sposobem naprawdę **niewielkim kosztem** znacznie zwiększymy r**ozpoznawalność naszej organizacji** wśród osób, na których nam **zależy**. | | |  |  |  |  | | --- | --- | --- | | |  |  | | --- | --- | | |  | | --- | | **Brzmi ciekawie?**  **Umów spotkanie** z naszym zespołem. Podczas konsultacji przedstawimy **najskuteczniejsze elementy** strategii wykorzystania kampanii remarketingowych w **promocji organizacji NGO**. | | |  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | |  | | --- | |  | | |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | |  |  |  | | --- | --- | --- | | |  |  | | --- | --- | | |  | | --- | |  | | | | | |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | |  | | --- | |  | | |  | | --- | | :  Umów się: https://calendly.com/webup/strategycall | | |  |  |  |  | | --- | --- | --- | | |  |  | | --- | --- | | |  | | --- | | **Webinar:**  **9 lipca** 2021r. o godz. **10:00** odbył się **webinar "Efektywny Marketing w NGO działających na terenach wiejskich"**. Podczas wydarzenia przekazano informacje o:   * **Google Ad Grants** - dofinansowaniu **10 tyś USD**/msc na reklamę organizacji non-profit, w tym: procesie aplikacji do programu, najczęstszych błędach oraz najlepszych praktykach korzystania z finansowania. * metodach **zwiększenia efektywności** działań marketingowych (w tym kampanii **fundraisingowych**) dzięki zastosowaniu narzędzia **marketing automation**, **powiadomień push**, czy **chatbota**, * jak z niewielkim budżetem zwiększyć **rozpoznawalność organizacji** dzięki kampaniom remarketingowym | | |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | |  |  |  | | --- | --- | --- | | |  |  | | --- | --- | | |  | | --- | |  | | | |  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | |  | | --- | |  | | |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | |  |  |  | | --- | --- | --- | | |  |  | | --- | --- | | |  | | --- | |  | | | | | |  |  |  |  | | --- | --- | --- | | |  | | --- | |  | |  | |  |  |  |  | | --- | --- | --- | | |  |  | | --- | --- | | |  | | --- | |  | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | |  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | |  |  | | --- | --- | | **Oskar Sznajder**  Współzałożyciel  tel. [+48 502 686 855](imap://figa%40idealnagmina%2Eorg%2Epl@imap.gmail.com:993/fetch%3EUID%3E/INBOX%3E27203) | http://pliki.webup-dev.pl/webup.png | | |  |  | | --- | --- | | [www.web-up.pl](https://app3.emlgrid.com/smrd.htm?url=https%3A%2F%2Fwww.web-up.pl%2F&smclient=24a2f89b-bcbd-11eb-8678-18cf24ce389f&utm_medium=email&utm_campaign=default&smconv=b7d47522-6b16-4529-8238-f8c6bc5c4abc&smlid=5) | [https://files.missiveusercontent.com/7cf21815-7e13-4164-8ba0-196f16d022c9/linkedin.png](https://app3.emlgrid.com/smrd.htm?url=https%3A%2F%2Fwww.linkedin.com%2Fcompany%2Fweb-upp&smclient=24a2f89b-bcbd-11eb-8678-18cf24ce389f&utm_medium=email&utm_campaign=default&smconv=b7d47522-6b16-4529-8238-f8c6bc5c4abc&smlid=6)[https://files.missiveusercontent.com/8cd86f32-5375-4097-af68-ea234350fe7c/facebook.png](https://app3.emlgrid.com/smrd.htm?url=https%3A%2F%2Fwww.facebook.com%2Fwebup.us&smclient=24a2f89b-bcbd-11eb-8678-18cf24ce389f&utm_medium=email&utm_campaign=default&smconv=b7d47522-6b16-4529-8238-f8c6bc5c4abc&smlid=7)[https://files.missiveusercontent.com/cec8da4f-1887-4a40-b5e3-fa3781901280/instagram.png](https://app3.emlgrid.com/smrd.htm?url=https%3A%2F%2Fwww.instagram.com%2Fwebup.us%2F&smclient=24a2f89b-bcbd-11eb-8678-18cf24ce389f&utm_medium=email&utm_campaign=default&smconv=b7d47522-6b16-4529-8238-f8c6bc5c4abc&smlid=8) | | | | | | |  |  |  |  | | --- | --- | --- | | |  |  | | --- | --- | | |  | | --- | |  | | | |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | |  | | --- | | Z programu Google Ad Grants korzysta już **ponad 30 tyś organizacji non-profit** na całym świecie!  Program pozwala organizacjom Non-profit **otrzymać dofinansowanie w wysokości 10 tyś. USD** **miesięcznie** na **reklamę tekstową w wyszukiwarce Google**. Link do oficjalnej strony Google dot. programu - [https://www.google.pl/grants/](https://app3.emlgrid.com/smrd.htm?url=https%3A%2F%2Fwww.google.pl%2Fgrants%2F&smclient=24a2f89b-bcbd-11eb-8678-18cf24ce389f&utm_medium=email&utm_campaign=default&smconv=05963649-815d-4a51-a7c7-d7889d803611&smlid=2)    O tym **kto może skorzystać** z programu i **jakie są jego korzyści** pisałem w jednym z poprzednich maili. Dzisiaj chciałbym skupić się na tym jak kampanie prowadzone z ramienia programu mogą pomóc nam **dotrzeć do nowych odbiorców** oraz **zwiększyć liczbę darczyńców** wspierających organizację.    **Pokaż się w wyszukiwarce**  Kampanie Google Ads **wyświetlają reklamy** w **wyszukiwarce** użytkownikom, którzy szukają organizacji podobnych do Twojej. Dzięki temu możesz **dotrzeć do osób**, które do tej pory nie słyszeli o Twojej działalności – kierując tym samym komunikat reklamowy do **wybranej grupy docelowej**, tj. **całemu światu** lub **osobom** **w Twoim otoczeniu**.      **Zyskaj więcej darczyńców**  **Im łatwiej znaleźć** Twoją organizacje **tym** **łatwiej zostać jej darczyńcą**. Dzięki kampaniom w ramach programu Google Ad Grants możemy **zbudować liczne grono odbiorców** spośród określonej przez nas grupy docelowej. Dostosowując treści strony internetowej tak, aby odpowiadała na zapotrzebowanie tej grupy możemy **osiągnąć naprawdę dużo**! | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| |  |  | | --- | --- | | |  | | --- | | **Brzmi ciekawie?**  **Umów spotkanie** z naszym zespołem. Podczas konsultacji przedstawimy **najskuteczniejsze elementy** strategii wykorzystania programu Google Ad Grants w **promocji organizacji NGO**. | | |