

Ψηφιακό Μάρκετινγκ για μη κερδοσκοπικές οργανώσεις: Διαφημίσεις στο διαδίκτυο



Advancing the Third Sector
through Innovation & Variation

Απαραίτητα Εργαλεία Διαδικτύου

- Email



- Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης



- Διαφήμιση στο Διαδίκτυο



Ο Αντίκτυπος των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης

Η επιτυχία μιας εκστρατείας ενημέρωσης/διάχυσης στα κοινωνικά δίκτυα μπορεί να μετρηθεί με τη χρήση διαφορετικών δεικτών.

Οι δείκτες αυτοί περιλαμβάνουν τον αριθμό των φίλων, τον αριθμό των ακολούθων και/ή τον αριθμό των συνδρομητών.

Παράδειγμα #1: Οι ακόλουθοι του Donald Trump στο Twitter

Twitter Home About Search Twitter Have an account? Log in

Donald J. Trump

@realDonaldTrump

45th President of the United States of America

Washington, DC

[Instagram.com/realDonaldTrump](https://www.instagram.com/realDonaldTrump)

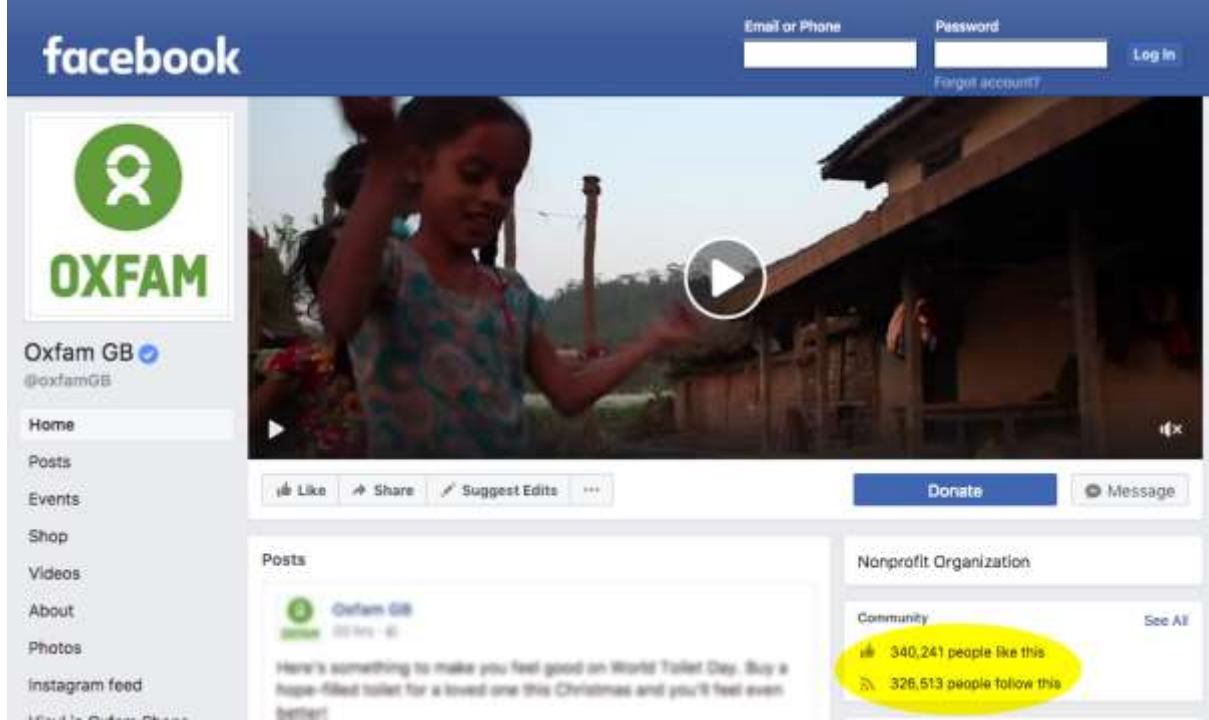
Joined March 2009

Tweets 36.4K Following 45 Followers 43M Likes 23 Moments 6 Follow

Tweets Tweets & replies Media

Donald J. Trump @realDonaldTrump · 11m
Marshawn Lynch of the NFL's Oakland Raiders stands for the Mexican Anthem and sits down to boo for our National Anthem. Great disrespect! Next time NFL should suspend him for remainder of season. Attendance and ratings way down.
2.2K 1.6K 5.6K

Donald J. Trump @realDonaldTrump · 9h
Banshihnan Kamatwa and woshlwa uash hant to nat Tax Cuts and Tax Reform



Παράδειγμα #2: Οι
ακόλουθοι στο
Facebook των *Oxfam*
UK και *Oxfam USA*



Social Media Impact

- metrics of posts':
likes/shares and
comments/reactions to
their content



LinkedIn likes/shares

- Twitter likes/shares



Facebook reactions



Like Comment Share

Ο Αντίκτυπος των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης

Αριθμός «κλικ» σε
ηλεκτρονικές σελίδες και
αριθμός θεάσεων

Αναφορές στα ΜΜΕ.



The Charity Social 100 Index (UK)

Σε αυτόν τον δείκτη, οι φιλανθρωπικές οργανώσεις αξιολογούνται με βάση τα έσοδά τους, την απήχηση του brand τους και τις επιδόσεις τους σε κοινωνικά μέσα όπως Facebook, Twitter, LinkedIn και YouTube και γενικότερα, τη συμπεριφορά τους στα κοινωνικά μέσα.

THE CHARITY SOCIAL 100 INDEX											
Digital, smart, socialised organisation											
Rank	Organisation	Brand Strength Score	Financial Strength Score	Followers	Sales	Likes	Followers	Subscribers	Over Community	Responsive?	Total Score
1		1	3	22,476	847	140,409	1,855	997	●	●	830
2		7	13	13,645	562	100,105	791	570	●	●	750
3		14	7	23,233	1,441	60,823	4,361	2,994	●	●	729
4		4	32	18,126	575	78,550	979	262	●	●	727
5		3	41	24,768	806	349,142	474	659	●	●	689
6		37		33,116	1,804	47,853	4,356	3,648	●	●	684
7		22	5	42,725	1,768	30,514	1,805	369	●	●	684
8		19	8	12,769	628	65,006	5,600	1,230	●	●	677
9		10	14	17,385	987	17,617	1,175	882	●	●	671
10			35	431,473	9,395	285,849	2,030	5,481	●	●	656

Διαφήμιση στο Διαδίκτυο

Η διαφήμιση στο διαδίκτυο δεν περιλαμβάνει μόνο τη χρήση του email και των κοινωνικών μέσων δικτύωσης αλλά και άλλα είδη προβολής διαφημίσεων όπως τα banners. Η τεχνολογία μας δίνει τη δυνατότητα να στοχεύουμε τις διαφημίσεις σε αποδέκτες με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά (πχ. δημογραφικά) και συγκεκριμένη συμπεριφορά στο διαδίκτυο.

Η διαφήμιση στο διαδίκτυο **ΔΕΝ** είναι δωρεάν. Ωστόσο, το κόστος της στο Facebook, στο Google Search και στο Twitter είναι σχετικά προσιτό.

A young child with blonde hair and blue eyes is crying, with tears visible on their face. A hand is holding an otoscope to the child's ear. The background is blurred, showing what appears to be a medical setting.

MAKE A CHILD CRY. SAVE HER LIFE.

One child dies every 7 seconds due to lack of medical care.
Make a donation on makeachildcry.com



Τα Εργαλεία που χρησιμοποιούν οι Γιατροί Χωρίς Σύννορα για να προσελκύσουν δωρεές



Bullying kills a child's self-esteem. Donate now to make a difference

IN INDIA

Make a donation

- ☐ Rs.500 one-time
- ☒ Rs.1000 one-time
- ☐ Other amount one-time

DONATE

HOW TO JOIN YOUR EFFORTS SAVE LIVES CORPORATE TOOLS I AM REGISTERING



FUNDRAISING PAGE

Create your personal collecting page and mobilise your friends and acquaintances!



FACEBOOK PROFILE PICTURE

Display your diary here and share with your friends



FACEBOOK COVER IMAGE

Display your diary here and share with your friends



EMAIL SIGNATURE

Add it to your day-to-day emails to engage more supporters



FUNDRAISING TIPS

Tips for raising funds easily

Ηθικό δίλημμα... ζήτημα «εκπόρνευσης της φτώχειας», δηλ. η εκμετάλλευση οπτικοακουστικού περιεχομένου και προσωπικών μαρτυριών που δείχνουν ακραία ανέχεια με στόχο την αύξηση της ευαισθητοποίησης, αγνοώντας παντελώς την αξιοπρέπεια αυτών που υποφέρουν.



Πηγή: <https://lindaraftree.com/2013/06/26/when-fundraising-harms-dignity/>

Blogging

Το χαμηλό κόστος καθιστά το blogging ένα ιδανικό εργαλείο για μη-κερδοσκοπικές οργανώσεις. Ώντας λιγότερο «στατικά» και επίσημα από τις ιστοσελίδες φιλανθρωπικών οργανισμών, τα blogs είναι ένας σπουδαίος τρόπος να εκφράσεις τις απόψεις σου και να πυροδοτήσεις μια δημόσια συζήτηση. Η μεγαλύτερη έκτασή τους, σε σχέση με τις δημοσιεύσεις σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης, επιτρέπει στον/ην συγγραφέα τους να πραγματοποιήσει εκτενείς αναλύσεις.

Τα πλεονεκτήματα του Blogging

Μέσα από τη λειτουργία ενός blog μπορείς:

- Να μοιραστείς την ιστορία σου, δίνοντας έμφαση στα ισχυρά σημεία των δραστηριοτήτων σου.
- Να μοιραστείς περιεχόμενο. Το blogging αφορά στον καθορισμό μιας άποψης/ιδέας/είδησης με στόχο να καταστεί σημείο αναφοράς και να διαχυθεί ευρέως.
- Να δείξεις τον αντίκτυπό σου. Το blog περιλαμβάνει αρκετό χώρο να εξηγήσεις λεπτομερώς τι κάνεις και να δείξεις ποιοτικές πτυχές της δράσης σου που δεν μπορούν εύκολα να κοινοποιηθούν με τη χρήση άλλων μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Πετυχημένο Blogging

- Οι αναρτήσεις πρέπει να δείχνουν ότι έχει ανακύψει μια επείγουσα ανάγκη την οποία η οργάνωσή σου προσπαθεί να αντιμετωπίσει. Αυτό πρέπει να επιχειρείται με τρόπο που να καθιστά τον αναγνώστη της ανάρτησης συμμετόχο.
- Να αξιοποιείς σχετικές και χρήσιμες πληροφορίες.
- Οι διαδοχικές αναρτήσεις πρέπει να δείχνουν και να φαίνονται οικείες. Πρέπει να υπάρχει συνοχή.
- Ένα κρίσιμο συστατικό μιας στρατηγικής blogging είναι ότι οι αναρτήσεις πρέπει να εμπνέουν στους αναγνώστες τους την ανάγκη να ασχοληθούν ουσιαστικά.

Συμβουλές για Bloggers I

- Είναι απαραίτητη η σωστή χρήση της γλώσσας. Να κάνεις ορθογραφικό/γραμματικό έλεγχο του περιεχομένου πριν το αναρτήσεις.
- Να αποφεύγεις βαριές εκφράσεις και χρήση ακατάληπτης γλώσσας.
- Να χρησιμοποιείς πολλά παραδείγματα, εικόνες, βίντεο και γραφικά.
- Να απαντάς στα σχόλια και την ανατροφοδότηση γρήγορα και αποτελεσματικά.
- Να ενθαρρύνεις τρίτους να κάνουν αναρτήσεις για να αποκτήσεις πιστούς αναγνώστες.
- Να έχεις τακτικές αναρτήσεις. Πρέπει να υπάρχει μια ακολουθία στη συχνότητα των αναρτήσεων, ανεξάρτητα αν πρόκειται για δυο αναρτήσεις το μήνα ή τέσσερις αναρτήσεις τη βδομάδα. Οι αναγνώστες σου πρέπει να μπορούν να βασιστούν σε εσένα για νέα πληροφόρηση.

Συμβουλές για Bloggers II

- Δώσε χρόνο. Τα blogs είναι συνήθως μια αργή διαδικασία εγκατάστασης ενός καναλιού επικοινωνίας, κατά τη διάρκεια της οποίας δημιουργείται σταδιακά μια ομάδα μυημένων αναγνωστών που διαχύουν την πληροφόρηση.
- Να κάνεις έκκληση για ανάληψη δράσης. Θα συνεισφέρει στην αύξηση των αναγνωστών και θα πολλαπλασιάσει τις ευκαιρίες ενασχόλησης τρίτων ατόμων με το αντικείμενο της εκστρατείας.

Κάνε γνωστό το blog σου

- Ενημέρωσε τον κοινωνικό σου κύκλο και το δίκτυό σου για το blog της οργάνωσής σου. Θα πρέπει να γίνει γνωστό ότι υπάρχει!
- Να κάνεις όλες τις απαραίτητες ενέργειες για να εμφανίζεται σε όλες τις μηχανές αναζήτησης.
- Να χρησιμοποιείς κατάλληλα tags. Με τον τρόπο αυτό θα σε βρουν αναγνώστες με τους οποίους δεν έχεις άμεση σχέση.
- Να διαβάζεις και να σχολιάζεις τα blogs άλλων οργανώσεων και να εισάγεις σύνδεσμους σε αυτά τα blogs στις δικές σου σελίδες.

Το *Crowdrise* (<https://www.crowdrise.com/>) είναι μια πλατφόρμα στην οποία μεμονωμένα άτομα μπορούν να ξεκινήσουν τις δικές τους προσωπικές εκστρατείες για λογαριασμό φιλανθρωπικών οργανώσεων ή για την αντιμετώπιση επείγουσων καταστάσεων.

The leading online fundraising platform
for nonprofits, companies, and events.

Get started Learn more Are you an individual looking to raise money for a charity or a person? click here

crowdrise Create Explore Find Search Log In

Social media has forever changed the way that people interact with charities, brands and online giving. Crowdrise is the most powerful social fundraising website for your organization, event or corporation.

Explore All-in-One Fundraising Features →

“Shops to donate” και “Charity Malls”

- Το «κατάστημα για δωρεές» (Shop to donate) είναι η ιστοσελίδα που δίνει σε φιλανθρωπικές οργανώσεις την προμήθεια που λαμβάνει από ηλεκτρονικά καταστήματα επειδή κατευθύνει σε αυτά πελάτες για προϊόντα και/ή υπηρεσίες τους.
- Το «Φιλανθρωπικό Πολυκατάστημα» (Charity Mall) είναι μια ιστοσελίδα που έχει συνάψει συμφωνίες με διάφορα ηλεκτρονικά καταστήματα προκειμένου να τους στέλνει πελάτες και να λαμβάνει σε αντάλλαγμα προμήθεια υπέρ φιλανθρωπικών οργανώσεων.

Παράδειγμα Charity Mall: iGive.com

(<https://www.igive.com/welcome/lp16/cr64a.cfm>)



 Login with Facebook

OR

Start Helping Today

Next: Choose a Cause

By clicking the above you agree to our
[Terms of Service.](#)

Want to help your favorite
cause at no extra cost to
you?

1. Choose Your Cause
2. Use the iGive Button at Over
1,700 Online Stores
3. Your Cause Gets Money - Free



Παράδειγμα Charity Mall: Goodshop

<https://www.goodsearch.com/give>



The screenshot shows the Goodshop Give website interface. At the top, there is a blue header with the 'goodshop' logo, a search bar for coupons, and links for 'Categories', 'Log In', and 'Sign Up'. Below the header, a black navigation bar contains links for 'Halloween', 'Gumdrop', 'goodshop Give', and 'Goodsearch'. The main content area features the 'goodshop Give' logo and the tagline 'Powerful Coupons. Effortless Giving. Shopfunding.' Below this, a paragraph explains the service: 'The world's first-ever shopfunding site. Tell us who you want to support, or create a new cause or campaign of your own. Then, when you shop at thousands of stores, a percentage of what you spend will be donated to them! (learn more)'. Two prominent buttons, 'Support a Cause' (green) and 'Create a Cause' (blue), are displayed. A row of logos for partner organizations follows, including abc NEWS, TODAY, Oprah, The New York Times, USA TODAY, and Parents. A search bar indicates 'Search over 114,000 causes'. A statement 'We've donated over \$12 million so far' is shown. At the bottom, four featured causes are listed in cards: 'Create Your Own Cause' (with a plus icon), 'Communitas Mater Domini' (amount raised: \$2,238.03), 'American Red Cross - National Headquarters' (amount raised: \$34,910.18), and 'Art Exhibit for Youth Experiencing Homelessness' (amount raised: \$775.31).

Το *JustGive* (<https://www.justgive.org/>) είναι ένας ιστότοπος στον οποίο οι χρήστες μπορούν να επιλέξουν ανάμεσα σε 1,8 εκατ. φιλανθρωπικούς σκοπούς και οργανώσεις για να προσφέρουν στήριξη με δωρεές, με χρέωση πιστωτικής κάρτας.

JustGive.org
The destination for online charitable giving™

Find a charity **Go**
Search Options »

Donor Login »
Nonprofit Login »

JUSTGIVE JOINS FORCES WITH JUSTGIVING

We've joined forces with the world's largest social giving platform to help you reach more people, raise more money, and change more lives.

[Start Fundraising On JustGiving](#)

Donations

Through the end of the summer you can still donate through JustGive.org, just [search here](#) for your charity.

Starting in the fall, all new donations will need to be made through [JustGiving](#). Check it out now - it's awesome!

Gift Cards

JustGive.org no longer supports charity gift cards.

If you wish to purchase a charity gift card, we recommend those from [TieBest Philanthropy](#).

Gift cards that were not redeemed will be allocated to five national charities.

Fundraisers

Existing fundraising pages can [still be managed](#) and receive donations through the end of the summer.

New fundraising pages can be created through [JustGiving.com](#). Raise more money and change more lives with JustGiving.

Donors

Although new donations can't be completed after summer 2017, you will still be able to [access your giving history](#) through April 2018.

You can already donate to any registered 501(c)(3) through [JustGiving.com](#). Find your favorite charities and give!

Nonprofits

Starting in fall 2017 JustGive will stop processing donations and all new donation traffic will be redirected to JustGiving.

You will still be able [access your reporting](#) through April 2018.

Go to [JustGiving.com](#) and claim your charity account today.

Μέτρο !

- Σε κάθε εκστρατεία μάρκετινγκ είναι κρίσιμο να καθορίζεις το κοινό σου και να οριοθετείς με σαφήνεια τον στόχο και το όραμα σου.

Παράδειγμα 1: Δείκτες Απήχησης σε Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Social Media Metrics

Klipfolio

Social Media Followers



Facebook Daily Reach (90 Days)



Facebook Engaged Users and Page Impressions (Final)



LinkedIn Key Metrics (Last 30 Days)



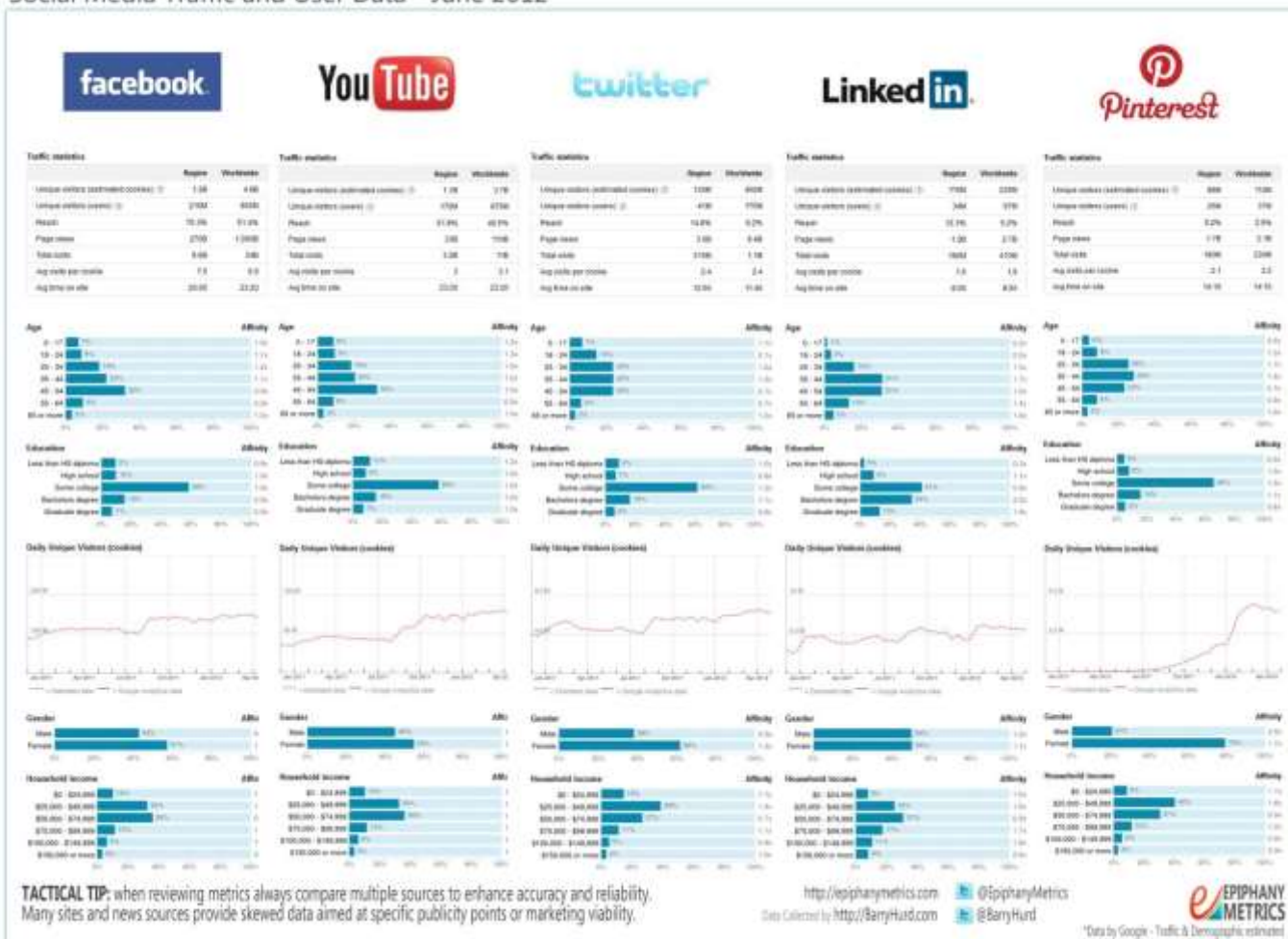
AWARENESS

	Jul 16	Aug 16	% MoM	Sep 16	% MoM	Oct 16	% MoM	Nov 16	% MoM	Dec 16	% MoM
Facebook Posts	45	26	▼ -43.1%	17	▼ -35.5%	17	▲ 1.8%	16	▼ -6.8%	22	▲ 40.0%
Facebook Fans	7,403	5,248	▼ -29.1%	5,402	▲ 2.9%	3,912	▼ -27.6%	5,232	▲ 33.7%	5,242	▲ 0.2%
Twitter Followers	-	-	NaN	-	NaN	-	NaN	-	NaN	9,930	-
Brand Mentions	-	-	NaN	-	NaN	-	NaN	-	NaN	3,053	-
Branded Search	33,975	49,315	▲ 45.2%	47,226	▼ -4.2%	43,406	▼ -8.1%	64,058	▲ 47.6%	41,443	▼ -35.3%

The dashes in this Klip mean there is no data available for the month.

Παράδειγμα 2: Δείκτες Απήχησης σε Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Social Media Traffic and User Data - June 2012



Να ακούς και να αποτιμάς!

- Να ακούς. Η δεκτικότητα σε εισαρχόμενα μηνύματα είναι μια κατάλληλη τακτική για κάθε οργάνωση ανεξάρτητα από τον σκοπό ή το μέγεθός της.
- Να αλληλεπιδράς με τους υποστηρικτές σου.
- Να αποτιμάς το κοινό σου.
- Να αξιολογείς την οργάνωσή σου.

Nonprofits attribute their social media success to¹¹:

41%

Developing a
detailed social
media strategy

37%

Having executive
management
make social media
a priority

28%

Dedicating a
current or new
position specifically
to social media

Πηγή: Avectora

Πρόσθετες Πηγές

- <http://www.seerc.org/atsiv/vle/>
- <https://www.facebook.com/trainingNGOs/>
- www.ngotraining.eu

Αυτό το υλικό αποτελεί μέρος ενός εξειδικευμένου εκπαιδευτικού υλικού για ΜΚΟ που αναπτύχθηκε στο πλαίσιο του έργου *Advancing the Third Sector through Innovation & Variation* (ATSIV).

Το ATSIV είναι ένα έργο το οποίο χρηματοδοτείται από το ERASMUS+ KA2, το οποίο υλοποιήθηκε την περίοδο 2016-2019 από μια σύμπραξη φορέων από την Ελλάδα, τη Βουλγαρία, την Πολωνία και τη Ρουμανία. Βασικός στόχος του έργου αποτελεί η ανάπτυξη των επαγγελματικών δεξιοτήτων των εργαζομένων σε ΜΚΟ , αναπτύσσοντας και παρέχοντας πρόσβαση σε μία διαδικτυακή πλατφόρμα εκπαίδευσης μέσω ενός παιχνιδιού.



Erasmus+



Advancing the Third Sector
through Innovation & Variation

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Οι Εταίροι



LAW AND INTERNET
FOUNDATION
RESEARCH CENTER FOR LAW AND
INFORMATION TECHNOLOGIES



Erasmus+