

Ψηφιακό Marketing για Μη Κερδοσκοπικές Οργανώσεις: Τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης



Advancing the Third Sector
through Innovation & Variation



Erasmus+

Βασικά Διαδικτυακά Εργαλεία

- Email



- Μέσα Κοινωνικής
Δικτύωσης

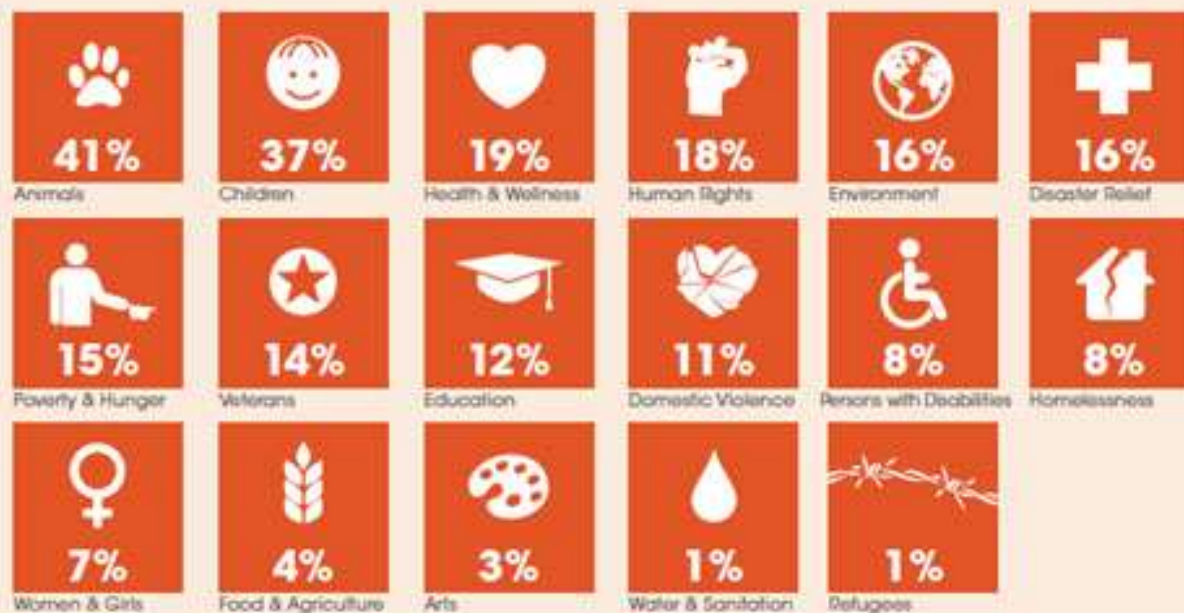


- Διαδικτυακή διαφήμιση



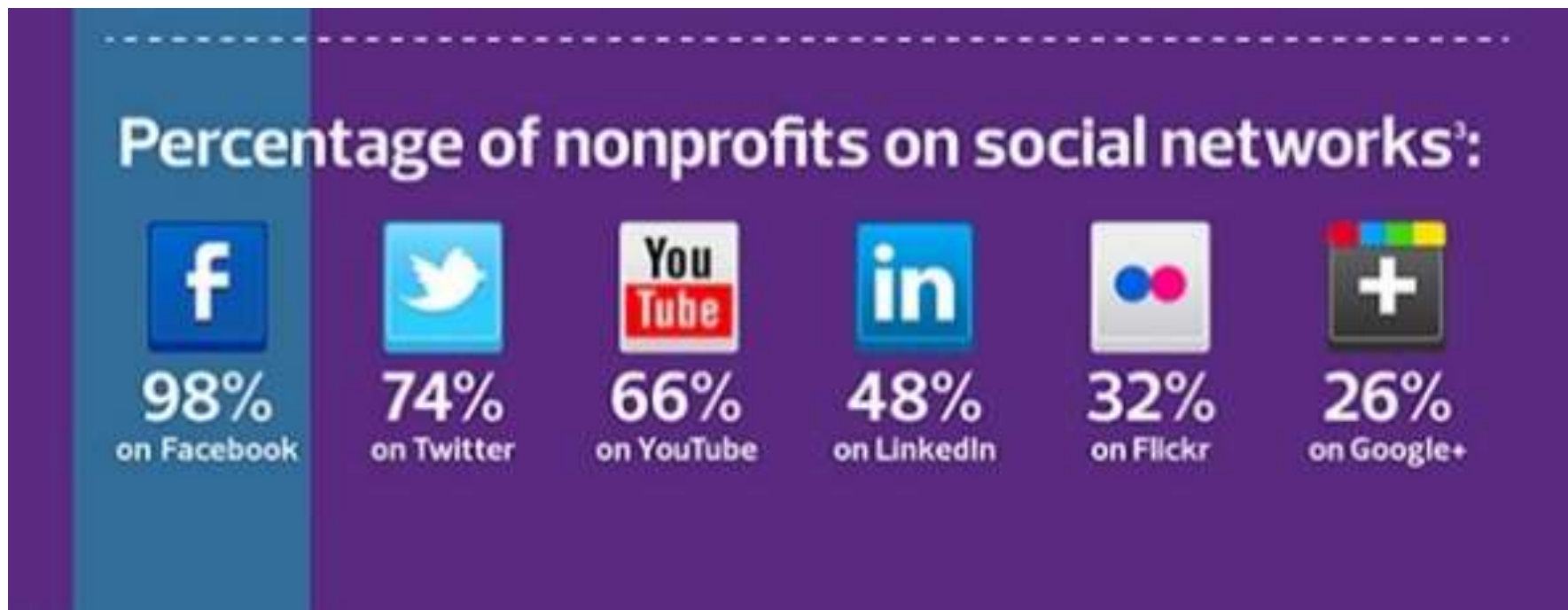
POPULAR CAUSES ON SOCIAL MEDIA

A major goal of many organizations and causes today is to spark conversation among social media supporters. So which causes are succeeding the most at this today?



Πηγή: Apectra

Ποσοστό Μη Κερδοσκοπικών Οργανώσεων σε Κοινωνικά Δίκτυα (ΗΠΑ)



Source: Avectra



Causes is the place to **discover, support and organize** campaigns, fundraisers, and petitions around the issues that impact you and your community 🌍

◦ NONPROFITS HAVE A STRONG PRESENCE ON FACEBOOK, TWITTER, AND YOUTUBE.

Percentage of Nonprofits on Social Networks:



◦ FUNDRAISING ON FACEBOOK

For nonprofits, the most common fundraising tactic on Facebook is to ask for an individual donation.

Top Fundraising Tactics on Facebook



Πηγή: <http://fedobe.com/raise-your-charitable-fund-through-non-profit-organization-online-marketing-guide/>



Η επιτυχία μιας εκστρατείας στο Facebook εξαρτάται από τον σχεδιασμό της. Σε γενικές γραμμές, η επιρροή της είναι μεγαλύτερη εάν:

- Έχει συναρπαστικό τίτλο που τραβά την προσοχή.
- Απευθύνει έκκληση για άμεση δράση.
- Φέρει απλό, καθαρό και σύντομο μήνυμα.
- Υποστηρίζεται από πολυμεσικό περιεχόμενο πχ. φωτογραφία ή βίντεο.
- Φιλοδοξεί να φθάσει σε ένα ευρύτερο κοινό.

Για κάθε 1.000 συνδρομητές σε ηλεκτρονικό ενημερωτικό δελτίο (e-newsletter), οι φιλανθρωπικές οργανώσεις έχουν 149 υποστηρικτές στο Facebook



Πηγή: M+R and NTEN

Παράδειγμα #1

Εκστρατεία Ευαισθητοποίησης στο FB



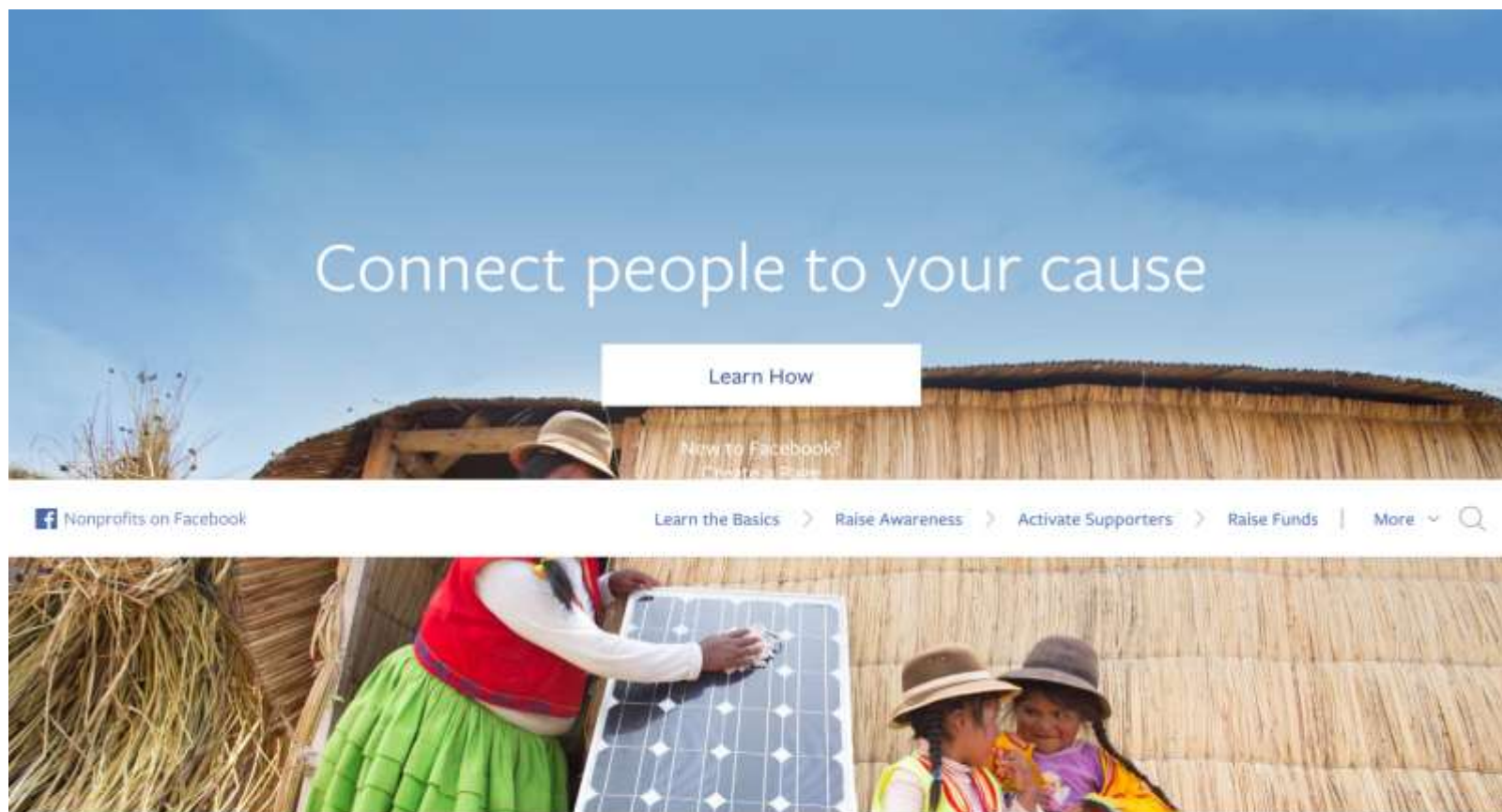


Και Έκθεση
Αποτελεσμάτων....

Παράδειγμα #2
Εκστρατεία
Ευαισθητοποίησης στο
FB



Δείτε το εκπαιδευτικό υλικό που έχει δημιουργήσει το Facebook για να βοηθήσει Μη Κερδοσκοπικές Οργανώσεις: <https://nonprofits.fb.com>



How to use Facebook to help your cause

67% των χρηστών του Facebook έχουν κάνει “Like” σε μια φιλανθρωπική οργάνωση για να δηλώσουν δημόσια στους φίλους τους την υποστήριξή τους στην οργάνωση αυτή



Πηγή: Waggener Edstrom

43% των χρηστών του Facebook κάνουν “Unlike” σε μια φιλανθρωπική οργάνωση γιατί τους κατακλύζει με αναρτήσεις και μηνύματα



Source: Waggener Edstrom

Προσοχή ! Τα “Likes” έχουν όρια !

**Like us on
Facebook,
and we will
vaccinate
zero children
against polio.**



We have nothing against likes, but vaccine costs money. Please buy polio vaccine at unicef.se. It will only cost you 4 €, but will save the lives of 12 children.

unicef 



Το Twitter μπορεί να χρησιμοποιηθεί για να ανανεώσει ή να επικαιροποιήσει μια εκστρατεία συνηγορίας ή μια εκστρατεία εύρεσης πόρων και για να παροτρύνει τη συμμετοχή σε μια εκδήλωση. Το Twitter έχει τη δική του γλώσσα και ορολογία. Μπορείτε να ξεκινήσετε ακολουθώντας μερικές μη κερδοσκοπικές οργανώσεις στο Twitter.

Παράδειγμα μιας ανάρτησης στο twitter σχετικά με μια εκστρατεία



UN Refugee Agency ✓
@Refugees

Follow

There's a lot we can say with [#280characters](#) but what matters most for [@Refugees](#) can be said with four:

[#Home](#)



3:55 AM - 9 Nov 2017

487 Retweets 754 Likes



UN Refugee Agency, Filippo Grandi, Melissa Fleming and 6 others

33 487 754



Μερικές συμβουλές για μια αποτελεσματική εκστρατεία στο Twitter:

- «Τιτιβίστε» (tweet) με σαφείς και κατάλληλα διατυπωμένες προτάσεις. Αποφύγετε τις πολλές συντομογραφίες και τα hashtags. Ακόμη, αφιερώστε χρόνο για να μάθετε την ορολογία του Twitter για να τηρείτε το όριο των 280 χαρακτήρων.
- Μοιραστείτε περιεχόμενο που προέρχεται από αξιόπιστες πηγές για να αυξήσετε την αξιοπιστία σας.
- Προσθέστε συνδέσμους (links), infographics και άλλο πολυμεσικό (multimedia) περιεχόμενο (π.χ.. video, φωτογραφίες) στα «τιτιβίσματά» σας.
- «Τιτιβίστε» συχνά για να αυξάνεται συνέχεια ο αριθμός αυτών που σας ακολουθούν (followers).
- «Τιτιβίστε» στα Σαββατοκύριακα με τη βοήθεια συγκεκριμένων εφαρμογών «κατανομής χρόνου» (scheduling apps).

Παράδειγμα ανάρτησης για εκστρατεία στο Twitter



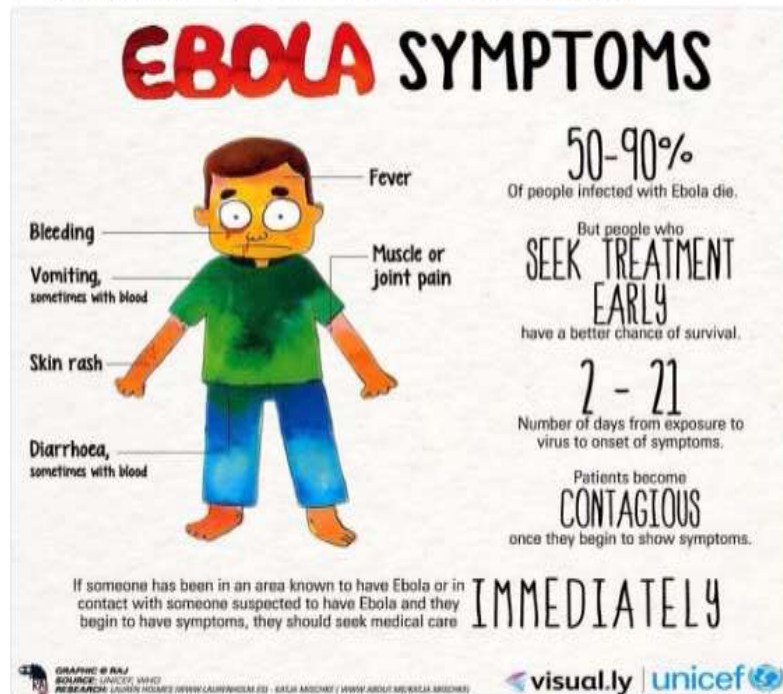
Παράδειγμα εκστρατείας στο Twitter με infograph



1:43 Boy Band
@143boyband

Follow

KNOW THE SYMPTOMS OF EBOLA and be safe. Share this infograph from Unicef on the contagious disease. [#WisdomManila](#)



7:57 AM - 12 Oct 2014

45 Retweets 16 Likes



1

45

16

Παράδειγμα εκστρατείας στο Twitter με infograph



Ο αριθμός όσων ακολουθούν φιланθρωπικές οργανώσεις στο Twitter αυξήθηκε κατά 264% το 2012



Πηγή: M+R and NTEN

Η χρήση του Twitter κατά τη διάρκεια φιλανθρωπικών έρανων μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα τη συγκομιδή δεκαπλάσιων πόρων.



Πηγή: MDG Advertizing

Τα βίντεο έχουν αξιοσημειωτο αντικτυπο.

Μερικές συμβουλές για μια πετυχημένη εκστρατεία στο YouTube:

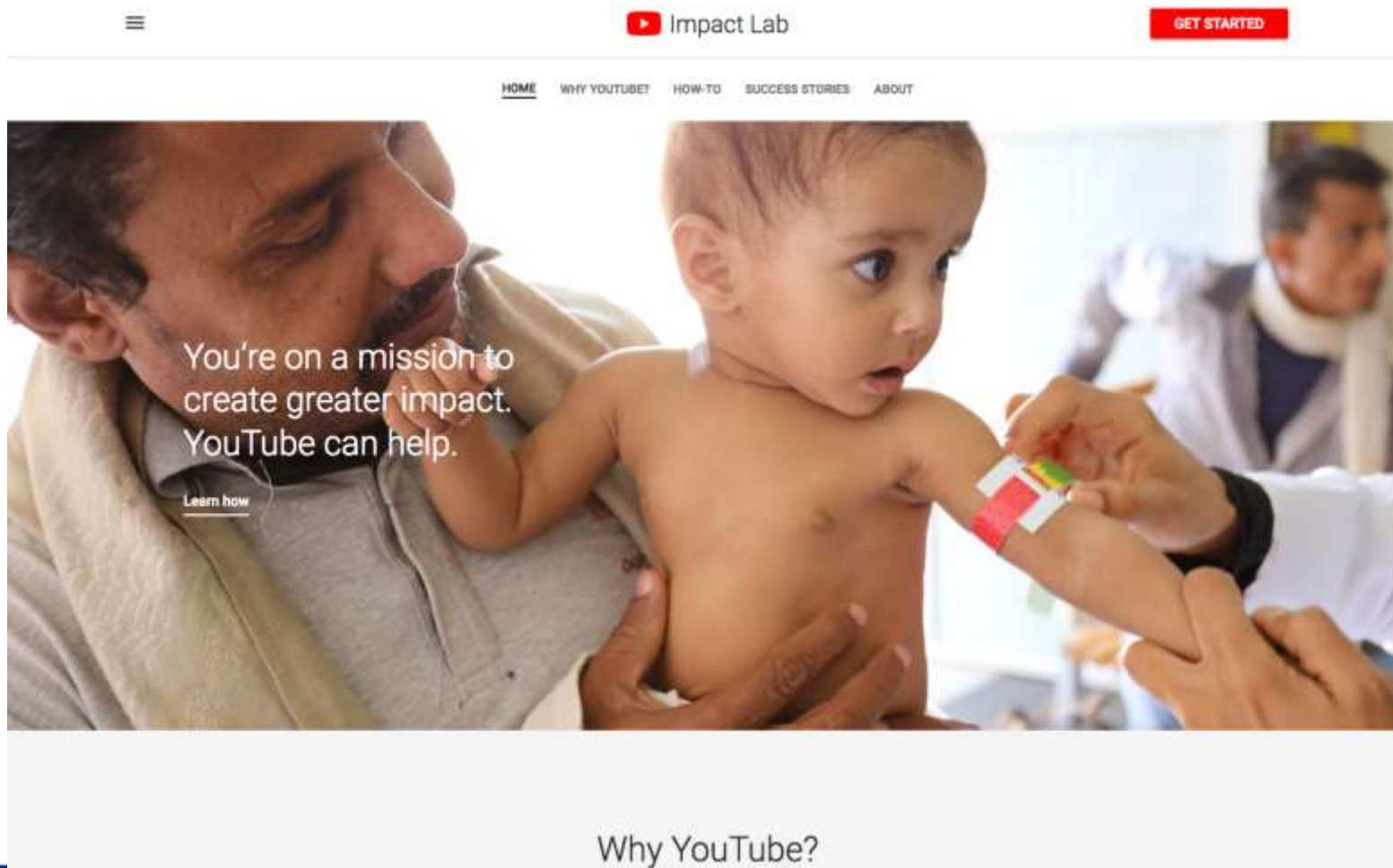
- Να αναρτάς συχνά πολυμεσικό περιεχόμενο στο κανάλι σου.
- Να δημιουργείς μικρά βίντεο και να διαχέεις απλά μηνύματα.
- Να χρησιμοποιείς ταυτόχρονα διαφορετικά μέσα κοινωνικής δικτύωσης (π.χ. facebook, twitter κλπ) για τη διάδοση των βίντεο σου.

YouTube



- Να αξιοποιείς διαφορετικά κοινωνικά μέσα μέσω της παράλληλης οργάνωσης διαφορετικών αλλά συμπληρωματικών δράσεων, πχ. έναν φιλανθρωπικό έρανο στο Facebook ταυτόχρονα με μια εκστρατεία ευαισθητοποίησης (με τη χρήση βίντεο) στο YouTube και το Twitter.
- Να θυμάσαι ότι ο λογαριασμός σου σε κάθε κοινωνικό μέσο δικτύωσης έχει διαφορετικούς ακόλουθους και η επιρροή που εξασφαλίζουν είναι αθροιστική.

Το “Impact Lab” σε βοηθά στα πρώτα βήματα αξιοποίησης του καναλιού YouTube και επίσης, καταχωρεί τον οργανισμό σου στο κανάλι του YouTube για φιλανθρωπικές οργανώσεις: <https://www.youtube.com/yt/impactlab/>



Οι φιλανθρωπικές οργανώσεις μπορούν να αξιοποιήσουν το LinkedIn για να βρουν:

- Πληροφόρηση σχετικά με άτομα με τα οποία πρόκειται να συναντηθούν ή να συνεργαστούν.
- Εξειδικευμένη γνώση που χρειάζεται να προσλάβουν.
- Τα άτομα που κατέχουν συγκεκριμένα πόστα σε άλλους οργανισμούς και τα στοιχεία επικοινωνίας μαζί τους.
- Επικαιροποιημένα στοιχεία επικοινωνίας ατόμων.

Παράδειγμα: Η χρήση του LinkedIn από τη *Human Rights Watch*

Recent updates

Human Rights Watch
45 updates • 98,163 followers

Follow

Follow us to stay up to date with Human Rights Watch.

Human Rights Watch 2w
We're seeking a Coordinator to provide operational support and research/advocacy assistance in Sao Paulo. Apply today! <https://lnkd.in/eaJDDyP>
152 Likes · 3 Comments

Like Comment Share

Human Rights Watch 2w
We're seeking a fixed-term Campaign Associate in our New York office. Apply today! <https://lnkd.in/eYwN8ip>
83 Likes · 1 Comment

Like Comment Share

Human Rights Watch 3w
We're hiring a full-time Associate for our Development and Outreach Team in London. This is an administrative - not legal - position. Apply today! <https://lnkd.in/etJfAY9>
195 Likes · 7 Comments

Like Comment Share

Το LinkedIn έχει δημιουργήσει ιστοσελίδα υποστήριξης της χρήσης του από φιλανθρωπικές οργανώσεις : <https://nonprofit.linkedin.com/>



How to use LinkedIn to power your
nonprofit organization

Pinterest και Instagram

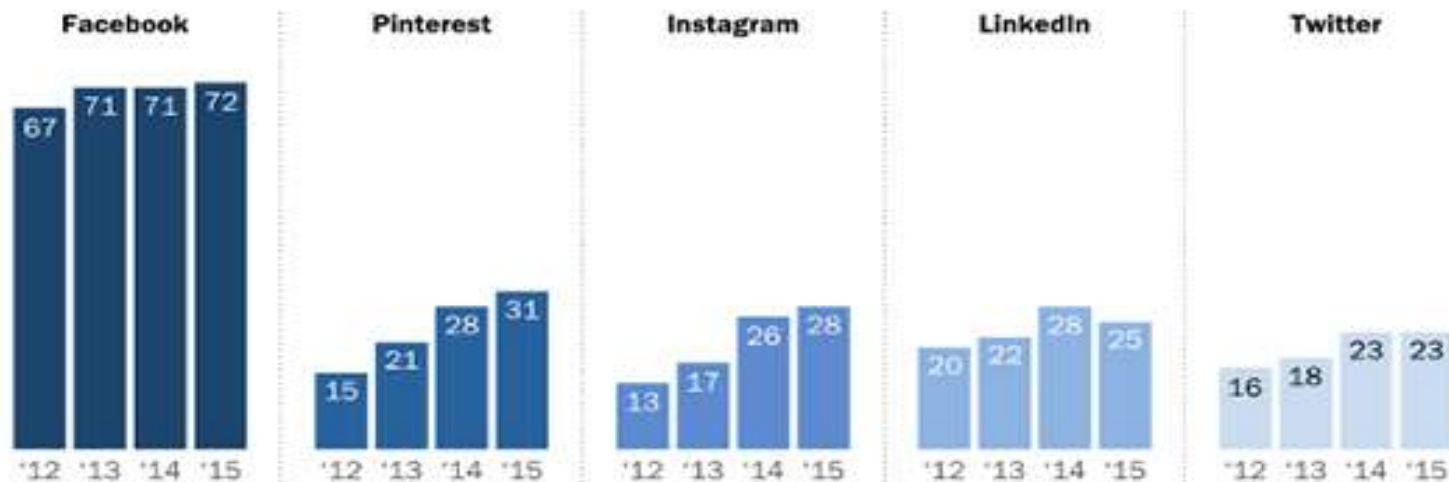


Η φράση «μια εικόνα αξίζει όσο 1000 λέξεις» είναι πολύ επίκαιρη την εποχή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Μια φιλανθρωπική οργάνωση μπορεί να εκπέμψει ισχυρά μηνύματα προς τους αποδέκτες της αξιοποιώντας το Pinterest και το Instagram. Οι ακόλουθοί τους αναμένουν να δουν εικόνες που τραβούν την προσοχή τους και αξίζει τον κόπο να τις μοιράσουν περαιτέρω.

Το Instagram έχει περίπου 100 εκατ. ενεργούς χρήστες σε μηνιαία βάση και είναι πολύ δημοφιλές ανάμεσα στους νέους (ηλικίες 18-29). Το Pinterest δεν είναι τόσο δημοφιλές όμως χρησιμοποιείται ευρέως από άτομα με υψηλό εισόδημα.

Pinterest and Instagram Usage Doubles Since 2012, Growth on Other Platforms is Slower

% of online adults who say they use the following social media platform, by year



Pew Research Center Survey, March 17-April 12, 2015.

PEW RESEARCH CENTER

Εικόνες και οπτικό υλικό με σύντομα μηνύματα!

Μια φιλανθρωπική οργάνωση μπορεί να κάνει τη βέλτιστη χρήση του **Pinterest** και του **Instagram** αν αναρτά φωτογραφίες και οπτικό υλικό που εστιάζει στην αποστολή και τις δράσεις της. Η χρήση γραφικών και μικρών παραγράφων μπορεί να συμπληρώσει το μήνυμα που εκπέμπεται με τη φωτογραφία. Το **Instagram Direct** και το **Pinterest** σου δίνουν τη δυνατότητα να απευθύνεις το μήνυμα με τη φωτογραφία σε συγκεκριμένο άτομο. Αυτό επιτρέπει τη στοχευμένη αναζήτηση πόρων.

Παράδειγμα #1: Instagram



world_wildlife



Follow



World Wildlife Fund Our planet faces many big conservation challenges. No one person or organization can tackle these challenges alone, but together we can.
[wwf.to/1ZRRu3x](https://www.wwf.to/1ZRRu3x)

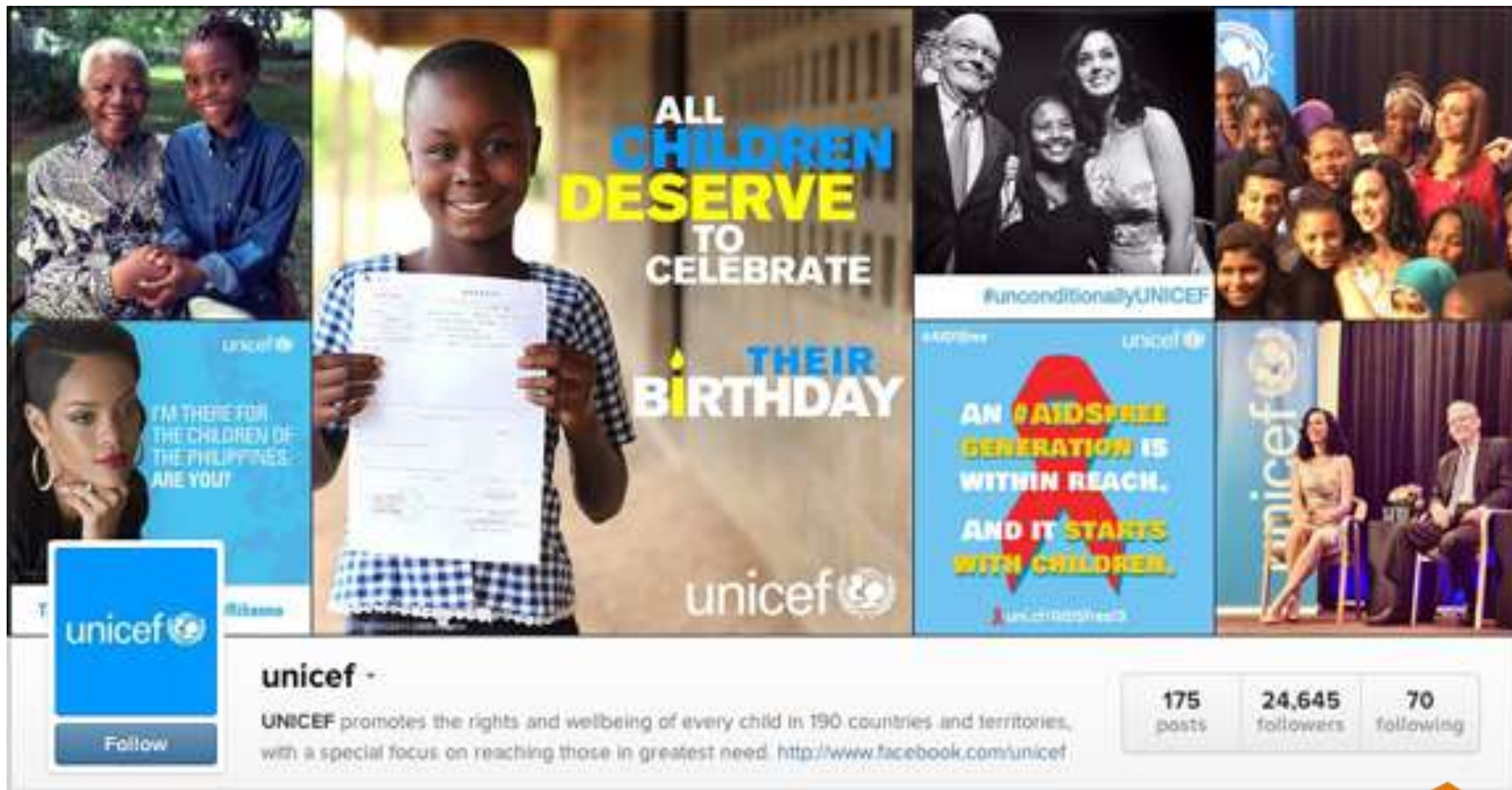
385 posts

454k followers

19 following



Παράδειγμα #2: Instagram



Be Remarkable On Instagram: A Nonprofit's Quick Guide



Use human-centric photos

Show smiling, hopeful expressions



Tell stories with pictures & show context

Demonstrate project needs



Honor partners and fundraising efforts

Filter images to make them more
shareable



Show off founders, brand
collaborations, and celebrity supporters

Drive conversations through hashtag
movements and commenting



Create videos and giphys to entertain
and inspire

Host live events with Instagram updates



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+