

THE FUND RAISING SCHOOL

Internet e Fundraising

Introduzione

Internet è arrivato: sembra essere ovunque è diventato uno dei media più “bollenti”.

Chi realmente ha capito la potenzialità del mezzo, non può fare a meno di:

realizzare un sito web;

tentare di generare un “qualificato” traffico di visitatori verso il sito creato.

Presentazione

- ✓ Perché abbiamo bisogno di internet;
- ✓ Gli strumenti di internet;
- ✓ Il marketing su internet;
- ✓ Internet: un po' di psicologia e qualche tecnica;
- ✓ una campagna di marketing su Internet.

Perché il marketing su Internet? I

Un'organizzazione realizza il proprio sito su internet. Aspetta, aspetta e aspetta ma non accade nulla.

Visitatori pochi, traffico inesistente, interattività...??!

Il sito è ottimo ma ...

...non interessa a nessuno

PERCHE'

Perché il marketing su Internet? I

**Per avere successo
on line
è necessario
attuare
un efficace
piano di marketing**

Perché il marketing su Internet? II

- ✓ Pensa al sito Internet come ad un luogo dove il visitatore può vedere informazioni e prodotti ed eventualmente fruirne
- ✓ Pensa ai motori di ricerca come alle pagine gialle
- ✓ Pensa alla posta elettronica (e-mail) come a un normale ufficio postale

Perché il marketing su Internet? III

Per ricevere visite, il sito ha bisogno di essere visibile online.

Deve essere presente nelle pagine gialle...

Bisogna farlo conoscere spedendo tante lettere (e-mail)...

...bisogna promuoverlo utilizzando gli strumenti a disposizione

Perché il marketing su Internet? IV

- ✓ Internet: la più grande opportunità mai esistita per rendersi visibili.
- ✓ Milioni di persone navigano su internet ogni giorno.
- ✓ Ogni giorno le attività su internet occupano la vita (lavoro, ricerca, divertimento) di milioni di persone

tutte le attività che hanno avuto successo su internet hanno qualcosa in comune...

Perché il marketing su Internet? V

- ✓ Un sito web
- ✓ Un'efficace campagna di internet marketing

Perché il marketing su Internet? VI

- ✓ La pubblicità su riviste e quotidiani può costare diversi milioni.
- ✓ Uno spot sulla radio può costare davvero moltissimo, ogni volta che è mandato in onda.

La pubblicità su Internet è gratis o
praticamente gratis.

Perché il marketing su Internet? VII

La pubblicità tradizionale è molto costosa.

Su Internet, pubblicità e marketing sono
praticamente gratuiti (quasi 😊)

Perché il marketing su Internet? VIII

- ✓ Il marketing online è “più veloce” del marketing tradizionale.
- ✓ Non è necessario attendere mesi per apparire su una rivista.
- ✓ E non ci sono:
stampa, buste da chiudere affrancare e spedire.

Perché il marketing su Internet? IX

Internet livella il campo di gioco

La struttura piccola e sconosciuta può presentarsi con la stessa professionalità e rapidità, che contraddistinguono (talvolta) le grandi e famose organizzazioni

Operare con professionalità e infondere fiducia nei visitatori, in conseguenza di un piano di marketing ben definito, è quello che serve.

Perché il marketing su Internet? X

- ✓ Migliaia di persone possono visitare il sito on line, 24 ore al giorno, tutti i giorni...
- ✓ Puoi apportare cambiamenti al sito web, in tempi ristretti.
- ✓ Hai la libertà di aggiungere nuove informazioni e/o servizi, e cambiare la grafica quando vuoi
- ✓ Le modifiche possono essere apportate in un arco di tempo estremamente ridotto.

Perché il marketing su Internet? XI

- ✓ Con grande rapidità ed estrema facilità si possono collezionare informazioni demografiche e statistiche
- ✓ Si può testare e misurare...
- ✓ ...e modificare se necessario in pochissimo tempo

Perché il marketing su Internet? XII

- ✓ Un grande numero di potenziali “interessati”, tanti “prospects” per poter affermare senza ombra di dubbio che vale la pena investire nell’attività di marketing su internet
- ✓ I “prospects” con la mente predisposta ad acquisire quelle determinate informazioni
- ✓ Dialoghi semplici e mirati (si spera)... per dialogare (interattività)

Perché il marketing su Internet? XII

Per sintetizzare:

- ✓ I tempi di risposta sono piuttosto immediati;
- ✓ Si possono apportare modifiche con facilità e rapidità;
- ✓ le attività per la promozione sono “quasi” gratuite;
- ✓ il media livella il terreno di gioco;
- ✓ molti potenziali clienti hanno già la mente predisposta a ricevere “quelle” informazioni
- ✓ Si può dialogare

Perché il marketing su Internet? XIII

Domandate a voi stessi:

- ✓ Mi piacerebbe avere una fonte conveniente, e sempre aggiornata da cui attingere informazioni per usufruire di opportunità legate a potenziali sussidi per la mia organizzazione?
- ✓ Mi piacerebbe aumentare il numero dei membri?
- ✓ Mi piacerebbe identificare potenziali nuovi donatori o aumentare le donazioni di quelli esistenti?
- ✓ Mi piacerebbe ricevere consigli sulle strategie di raccolta fondi e tattiche che funzionano? Oppure quelle che non funzionano?...

Perché il marketing su Internet? XIV

- ✓ Mi piacerebbe migliorare la mia abilità nello scrivere le mie richieste di sovvenzioni, nel condurre un evento speciale, o sollecitare donatori individuali?
- ✓ Mi piacerebbe essere abile nel porre domande a un gran numero di colleghi e ricevere solide, e tempestive risposte?

Se la risposta è sì a una qualsiasi di queste domande, allora dovrebbe farvi piacere sapere che internet e il www possiedono alcuni dei tesori oggetto della vostra ricerca. Paul G. Ventura – President Civil Society Advocates
Presentation to the 1997 New England Nonprofit Exposition

Internet Marketing Introduzione

✓ Che cosa serve

- Prodotti oppure servizi e/o informazioni
- Un sito web
- Un piano di marketing (traffico)

Internet Marketing - Le cinque fasi

1. Attrarre visitatori al sito
2. Rendere il sito visitabile e che:
 - ✓ sia “surfable”
 - ✓ sia “search engine friendly”
 - ✓ coinvolga il visitatore
3. Far ritornare i visitatori
4. Coltivare il back-end
5. Costruire (e/o ricostruire dove necessario) con statistiche e test

Internet Marketing - Le cinque fasi

1. Attrarre visitatori al sito

- ✓ I visitatori debbono pur venire da qualche parte inizialmente. Come si può ottenere questo contatto iniziale con un cliente? Come possono aver sentito del nostro sito?

Internet Marketing - Le cinque fasi

1. Attrarre visitatori al sito tramite:

- ✓ I link
- ✓ I banner
- ✓ Gli award
- ✓ I generatori automatici di traffico
- ✓ I motori di ricerca, le directory list, i metamotori, i portali ver.
- ✓ La posta elettronica (e-mail)
- ✓ I newsgroup
- ✓ I forum
- ✓ Le liste di discussione
- ✓ I guestbook
- ✓ La chat room
- ✓ Le newsletter

Internet Marketing - Le cinque fasi

1. Attrarre visitatori al sito tramite:

✓ I link

La formula per affermare in modo personale e convincente un... "qualcosa" da sviluppare e a cui si vuol dare seguito

B - Believable / Q - quantified / 3...P - 3rd Party / U - unsolicited / T – testimonial

Il messaggio deve essere:

- credibile
- quantificabile
- formulato da terzi
- non sollecitato
- che abbia dei testimonial

Internet Marketing - Le cinque fasi

1. Attrarre visitatori al sito tramite:

✓ I link – Reciproci (link back)

Se collezioni molte risorse, per cui le tue pagine generano molto traffico, lo scambio è più probabile, viceversa è quello da richiedere più insistentemente.

- Posizionare il link del sito da cui riceviamo più visite, in una posizione migliore
- Links strategici (collaborazione con siti complementari etcc..)
- Altri siti a cui chiedere links (chi offre awards, referral partner programs, etcc..)

Internet Marketing - Le cinque fasi

1. Attrarre visitatori al sito tramite:

- ✓ I banner devono
 - avere Appeal
 - includere una immagine facile da identificare con una inconfondibile identità verbale
 - ritrarre la propria identità in una luce positiva
 - essere mostrati molte volte prima di ottenere risultati
 - essere parte di un progetto che coinvolga una campagna di "branding" ed una puntuale campagna di risposta diretta

Internet Marketing - Le cinque fasi

1. Attrarre visitatori al sito tramite:

✓ I banner – I costi

- Calcolando un costo medio di 20 dollari per CPM (costo per 1000 impressions) per banner non "targhetizzati" (minimo se ne devono comprare 20.000), si ottiene in media l'1% di CT (click through). Scomodando la matematica l'1% di 1000 fa 10, per cui ogni click ci è costato 2 dollari. Acquistando le 20.000 impressions sosteniamo una spesa di 400 dollari ottenendo 200 CT. Se ogni 25 CT forniamo un servizio spendiamo quindi 50 dollari per ogni servizio fornito. Se da ogni servizio fornito l'utile ricavato è di 50 dollari, allora chiudiamo in pareggio, altrimenti...

Internet Marketing - Le cinque fasi

1. Attrarre visitatori al sito tramite:

- ✓ I banner – circuiti exchange
 - Si ottiene meno di quello che si dà;
 - molta gente posiziona il suo banner in angoli sperduti del sito;
 - un banner generico sul proprio sito certamente non accresce la credibilità, anzi...;
 - non si ha il controllo su quali banner saranno esposti sul proprio sito...
 - ...nemmeno si sa su quali siti viene esposto il proprio;
 - non si ottiene un considerevole numero di click in cambio, perchè se ciò fosse non si avvertirebbe il bisogno di scambiare il banner...

Internet Marketing - Le cinque fasi

1. Attrarre visitatori al sito tramite:

- ✓ Gli award
Innanzitutto bisogna essere estremamente onesti con sè stessi quando si riceve un award, la maggior parte delle volte, servono solo a generare traffico per chi li ha concepiti.
- ✓ Ricevere un award può significare:
 - generare più traffico sul sito anche se solo per un breve periodo, specialmente se il sito è stato inserito bene in vista negli archivi di chi lo ha concesso
 - dare credibilità al proprio sito. La possibilità di poter affermare che il sito è stato premiato con un award, può consentire al sito di stesso di ottenere una certa credibilità.

Internet Marketing - Le cinque fasi

1. Attrarre visitatori al sito tramite:

- ✓ Gli award - Concedere award
 - può rappresentare un valido sistema per generare traffico
 - la grafica deve essere accattivante
 - mettere in evidenza il proprio logo
 - inserire la propria URL nel banner (per far sapere chi lo concede).
 - organizzare e collocare i nomi dei siti vincitori in una zona del sito molto trafficata. Una tale operazione deve avere un certo significato.
 - il messaggio di ringraziamento va spedito in ritardo, per evitare che si perda insieme a probabili tanti altri messaggi simili.
 - dopo aver scelto il vincitore, spedisce un premio di consolazione ai secondi classificati, uno sconto speciale, una newsletter etcc..
 - chiedi al vincitore, senza insistere eccessivamente, di collocare il logo del premio, in una buona posizione sul suo sito

Internet Marketing - Le cinque fasi

1. Attrarre visitatori al sito tramite:

- ✓ I generatori automatici di traffico
 - **Lo script "dillo a un amico" – La cartolina – Il brano musicale**
 - In una pagina si può richiedere ai visitatori di far conoscere il sito ad altre persone interessate alle tematiche trattate, si tratterà di compilare un modulo (form) con: nome, e indirizzo e-mail sia di chi spedisce sia delle persone a cui si intende far arrivare l'informazione.
 - Il messaggio che introduce la compilazione del modulo deve essere colloquiale, e per fare in modo che il visitatore compili il modulo con più piacere è opportuno offrire qualcosa in cambio: un articolo particolare, uno sconto esclusivo per esempio,
 - Bisogna fare in modo che il messaggio che arriva al destinatario sia del tipo "è un'informazione che ti viene offerta da..." inoltre in copia il messaggio deve arrivare all'organizzazione e al mittente.

Internet Marketing - Le cinque fasi

1. Attrarre visitatori al sito tramite:

✓ I Motori di ricerca

- Altavista
- Google
- Lycos
- Excite
- Hot Bot
- Arianna
- Ecc..

Internet Marketing - Le cinque fasi

1. Attrarre visitatori al sito tramite:

- ✓ **Le Directory list**
 - Yahoo
 - LookSmart
 - Open Directory
 - Virgilio

Internet Marketing - Le cinque fasi

1. Attrarre visitatori al sito tramite:

✓ I Meta motori di ricerca

- Metacrawler
- Inference Find

Internet Marketing - Le cinque fasi

1. Attrarre visitatori al sito tramite:
 - ✓ **I portali verticali**

Internet Marketing - Le cinque fasi

1. Attrarre visitatori al sito tramite:

✓ E-mail

- formatta la lettera in modo appropriato 45-55 caratteri / linea
- apporta tutte le correzioni prima di spedirla
- chiedi sempre il permesso prima di spedire, fai sapere esattamente alla gente come utilizzerai il loro indirizzo e-mail
- offri qualcosa di valore in ogni lettera che spedisce
- sii cortese e colloquiale
- elabora uno scopo chiaro per ogni lettera
- spiega sempre come fare per non riceverla più
- sii breve (se possibile)
- non usare lettere maiuscole perché è considerato come se stessi urlando (a meno che non serva)
- Sig file

Internet Marketing - Le cinque fasi

1. Attrarre visitatori al sito tramite:

- ✓ E-mail - Autoresponder
 - è un indirizzo e-mail che quando riceve un messaggio, risponde immediatamente con un altro messaggio pre-programmato, per un immediato "instant feedback".
 - combina l'autoresponder con il sig file e poi scrivi di inviarti le richieste ad un altro indirizzo specificato, per ulteriori dettagli.
 - offri "una ragione" per richiedere le informazioni...
 - usa la netiquette
 - È opportuno fare arrivare i visitatori al sito, in quanto la sorpresa di ricevere immediatamente un messaggio di risposta, potrebbe esaurirsi se il visitatore non si sente soddisfatto da un messaggio ricevuto tramite una lettera
 - se possibile è utile tenere traccia della provenienza dei messaggi

Internet Marketing - Le cinque fasi

1. Attrarre visitatori al sito tramite:

✓ Newsgroup - Usenet

- Per motivi storici (questo scambio di informazioni si è inizialmente sviluppato in una sottorete di Internet denominata Usenix Network) i newsgroup sono spesso chiamati gruppi Usenet, o conferenze Usenet. L'inizio di questo servizio è datato 1980.
- I newsgroup su Internet sono fondamentalmente bacheche elettroniche, dedicate ciascuna a uno specifico argomento. I newsgroup esistenti sono moltissimi: si calcola ne esistano ormai diverse decine di migliaia. Si consultano collegandosi via Internet a una sorta di stanza delle bacheche', denominata *news server*, e scegliendo la conferenza che interessa. E' necessario un programma client: uno dei più diffusi si chiama Free Agent, e un programma multifunzione come Netscape o Internet Explorer.

Internet Marketing - Le cinque fasi

1. Attrarre visitatori al sito tramite:

✓ I forum on line

- la risposta WEB agli usenet
- Un posto dove trovare migliaia di forum
- <http://www.forumone.com/>

Internet Marketing - Le cinque fasi

1. Attrarre visitatori al sito tramite:

✓ Le liste di discussione

- Sono dei gruppi molto dinamici e come i newsgroup e i forum sono incentrati su argomenti specifici. La partecipazione pertinente e intelligente a tali attività può essere di grande aiuto: sia a chi partecipa passivamente in quanto raccoglie informazioni, sia a chi partecipa attivamente, in quanto, fornendo informazioni agli altri assume il ruolo del “guru” del settore, e quindi di fatto diventa punto di riferimento, in definitiva ottimo soggetto a cui chiedere informazioni in caso di necessità. Si dialoga tramite e-mail

Internet Marketing - Le cinque fasi

1. Attrarre visitatori al sito tramite:

✓ I guestbook

- in aggiunta alle pagine web potrebbe rappresentare un'altra forma di convogliatore di traffico sul sito
- usare il sig file in modo appropriato

Internet Marketing - Le cinque fasi

1. Attrarre visitatori al sito tramite:

- ✓ La chat room - la sala delle “chiacchiere”
 - livello elevato di interattività,
 - tutto viaggia in tempo reale
 - sistemi efficaci ed economici di soluzioni orientate alla customer satisfaction.
 - grande quantità di traffico, oppure pagina triste e desolata se nessuno partecipa all’evento
 - chat room funzionante solo in alcuni periodi, con un invitato speciale in diretta
 - chat room attiva solo in alcune ore della giornata con consigli e consulti gratuiti.

Per avere qualche spunto in più <http://www.volano.com> .

Internet Marketing - Le cinque fasi

1. Attrarre visitatori al sito tramite:

✓ La newsletter

- Costa poco
- è immediata
- è diretta
- è la benvenuta.
- è lo strumento principe per far ritornare la gente al sito.

Internet Marketing - Le cinque fasi

1. Attrarre visitatori al sito tramite:

✓ La newsletter

L'efficacia di una newsletter dipende da molteplici fattori:

- A quanti viene spedita
- quanto viene recepita e quanto diverte i lettori
- la qualità del messaggio
- la qualità delle informazioni a cui si linka (tutto deve essere a posto sul sito)

Internet Marketing - Le cinque fasi

2. Rendere il sito visitabile

- ✓ **Esistono diversi modi per strutturare un sito, ma sostanzialmente gli approcci di base sono tre:**

- **Sito istituzionale**
- **Processo intrigante**
- **Un colpo un centro**

Per trattenere i visitatori all'interno del sito quanto più tempo è possibile, di solito, si usa una combinazione di questi approcci.

Riveste un'importanza fondamentale capire quale può funzionare meglio. La risposta in ogni caso è sempre la stessa: provare.

E' importante realizzare un sito che contenga informazioni o prodotti per cui valga la pena soffermarsi e informarsi.

Internet Marketing - Le cinque fasi

2. Rendere il sito visitabile

✓ Parole e azioni

- **attenzione** – che catturi “l’occhio” in modo dinamico promettendo un beneficio o l’eliminazione di un disagio;
- **vantaggio** – inteso non in senso generico, ma quale vantaggio personale che il visitatore può ottenere;
- **prova** (dimostrazione) – fatti, referenze e testimonial che possano garantire la veridicità e l’efficacia di quanto si afferma;
- **immediatezza** – persuadere il visitatore circa il vantaggio immediato e personale che si ottiene agendo immediatamente;
- **azione** - a questo punto è necessario dare una ragione per agire e indicare cosa bisogna fare per ottenere le informazioni e/o i prodotti.

Internet Marketing - Le cinque fasi

2. Rendere il sito visitabile

- ✓ **Parole e azioni**
 - Il messaggio on line deve essere breve, suscitare curiosità e deve essere compendioso (se non stabilito diversamente per strategia).
 - Tenendo conto anche della psicologia del navigatore che è alla ricerca di informazioni, usare le parole giuste significa fornire un buon servizio a quel navigatore occasionale, che magari può diventare un navigatore fedele.

Internet Marketing - Le cinque fasi

2. Rendere il sito visitabile

✓ Parole e azioni

➤ Parole da usare:

- Nuovo(a) oppure novità;
- gratis;
- offerta;
- come fare...
- facile;
- veloce;
- sorprendente
- la verità circa...

Internet Marketing - Le cinque fasi

2. Rendere il sito visitabile

✓ Parole e azioni

- Parole da usare con accortezza (meglio non usare):
 - ma – nega quanto affermato in precedenza;
 - tentare – presuppone un fallimento;
 - se – lascia intendere che potrebbe esistere la possibilità di una deficienza;
 - avrebbe, potrebbe, sarebbe – creano indecisione: forse sì, forse no
 - il non potere (in genere) – rappresenta una forte negazione

Internet Marketing - Le cinque fasi

2. Rendere il sito visitabile

✓ I testimonial

Credibilità: fattore di importanza estrema.

Ognuno, sul proprio sito può dichiarare ciò che vuole, e nel caso in cui effettivamente le informazioni e/o i prodotti offerti siano di notevole valore, si corre il rischio che il messaggio possa perdersi nell'immenso oceano del web che propone altri siti simili, magari di qualità inferiore ma di maggiore impatto in quanto realizzati con una grafica accattivante

Ciò che realmente può determinare la differenza è l'insieme delle dichiarazioni di quei terzi che avendo fatto uso delle informazioni e/o dei prodotti, sono in grado di esprimere la loro opinione in merito, naturalmente positiva.