THE FUND RAISING SCHOOL

aiccon alta formazione

LAB
Inbound Marketing per il Non Profit

Attrarre e ottenere nuovi donatori online

Bologna, 15 novembre 2018

€ 150 + IVA

Questo LAB si terrà a Bologna c/o Camplus Bononia Via Sante Vincenzi, 49.

La lezione comincerà alle 9.30. Dalle ore 9.00 è possibile effettuare la registrazione ed il ritiro del materiale didattico. I lavori termineranno alle ore 18.00 con la consegna degli attestati di partecipazione.

OBIETTIVI DEL CORSO

L'*inbound marketing* è l'insieme delle pratiche che, sfruttando strumenti digitali (dai *social network* ai *blog*, dalle *newsletter* ai *podcast*) intende attrarre verso sé un determinato pubblico per indurlo a compiere determinate azioni. L'inbound marketing è diventato uno dei *trend* più caldi nel mondo delle organizzazioni non profit ed è senza dubbio **uno dei mezzi più efficaci per la pianificazione di una campagna di raccolta fondi**.

Attraverso gli strumenti di *inbound marketing* viene generato un traffico rilevante sul sito delle organizzazioni ed un flusso costante di visite che si traducono in donatori e volontari. Il laboratorio vi farà comprendere gli strumenti per far crescere la vostra comunità e a coinvolgerla con regolarità, attrarre quindi potenziali donatori o volontari e misurare le *performance* attraverso Google Analytics.

È IL CORSO CHE FA PER TE SE:

- Ti occupi di raccolta fondi e comunicazione per un'organizzazione non profit e vuoi implementare le tue attività *online*
- Hai già le basi del *digital fundraising* e sei interessato a scoprire le opportunità messe a disposizione da Google per le organizzazioni non profit

PROGRAMMA E CONTENUTI

ORE 9.00 – 9.30 REGISTRAZIONE PARTECIPANTI

ORE 9.30 -18.00

1. **La Digital Transformation, conoscere il nuovo contesto**
    - Un metodo testato per l'era Digitale
    - Make marketing people love
    - Dal Marketing per le donazioni al "jobs to be done"
    - Le 4 azioni di marketing
    - L'inbound Marketing
    - Selezione dei contenuti e delle Keyword
    - Anatomia della landing Page
    - Il segreto è chiedere
    - Costruire la relazione CRM e Workflow
    - Mantenere la Relazione: Survey e Monitoraggio

2. **Lead Nurturing e Marketing Automation**
    - L'evoluzione dell'Email Marketing
    - Interruption vs Permission Marketing
    - Come evitare la trappola dello SPAM
    - I principi del Lead Nurturing
    - Segmentazione dei contatti
    - Email workflow design
    - Lead scoring: tracciare il comportamento degli utenti
    - La personalizzazione dei contenuti
    - Email A/B test
    - Le metriche da considerare
    - Open rate, come fare un'ottima prima impressione
    - Click-through Rate: lavorare sulla pertinenza
    - Bounce e disiscrizioni
    - Best Practice e Disiscrizioni
3. **Google Marketing Stack tools**
    - "We don't go online anymore, we live online"
    - Vincere i momenti che contano
    - 3 luoghi comuni da sfatare sul fundraising
4. **Digital Analytics usare i dati per prendere le decisioni migliori**
    - Data is the new oil
    - misurare la strategia, l'importanza del Measuring Plan
    - Vanity sv Relevant Metrics
    - Oltre i dati, l'importanza degli obiettivi
    - A/B Test everything
    - Hacking Google Analytics

AL TERMINE DI QUESTO CORSO:

- Comprenderai gli strumenti principali per creare la strategia di *Inbound marketing* della tua organizzazione
- Saprai organizzare e creare contenuti mirati per instaurare la relazione con i potenziali donatori e coinvolgerli
- Conoscerai gli strumenti per monitorare le *performance* attraverso Google Analytics.

DOCENTI

Alberto Giusti, Business Angel