

WEBINARIUM

Jak zorganizować skuteczną kampanię 1,5% podatku?

Oskar Sznajder, [Webup!](#)

3.02.2023. [Google Ad Grants](#)

Agenda

- **Co to jest lejek marketingowy?**
- **Typy reklamy**
- **Co to jest Google Ad Grants?**
- **Grupa docelowa kampanii 1,5% podatku**
- **Przygotowanie strony www**
- **Skuteczny lejek marketingowy**
- **BONUSY**



Oskar Sznajder

Współzałożyciel Webup!

Na co dzień jestem odpowiedzialny
za marketing i budowanie relacji z klientami

O Webup!

1500+

**Spółeczność ponad 1500
organizacji pozarządowych**

6 lat

**6 lat doświadczenia w
marketingu NGO**

Google Partner



**Nasz zespół posiada
certyfikat Google Partner**

2 fundacje

**2 organizacje prowadzone
wewnętrznie**



WEBUPAKADEMIA

webup.pl/akademia



Lejek marketingowy

Lejek marketingowy symbolizuje etapy "procesu zakupowego" naszej grupy docelowej

- ! **Nie wszystkie osoby, które szukają/wchodzą na stronę, chcą od razu dokonać konwersji**
- ! **Najczęstszym błędem jest koncentrowanie się tylko na ostatnim kroku - konwersji**



Lejek marketingowy

Konwersja = zamierzony efekt kampanii (przekazanie 1,5% podatku)

! Na poszczególnych etapach lejka **mierzymy skuteczność** kampanii poprzez **zachowanie i mikrokonwersje**



Typy kampanii

My szukamy
klienta

Klient szuka
nas

Typy kampanii

Sieć reklamowa (Google Display Network - GDN)

Youtube (video)

Discovery
(usługi Google)

Facebook/Instagram

Linked Sales Navigator

Sieć wyszukiwania
(AdWords - **Google Ad Grants**)



Typy kampanii - jak definiujemy odbiorców?

Zainteresowania

Demografia

Kontekst

Remarketing

Grupy podobnych odbiorców

Frazy wpisywane
w wyszukiwarce



Google Ad Grants

\$10 000 USD/msc

- dofinansowanie na czas nieokreślony.
- dla organizacji pozarządowych zarejestrowanych w KRS
- reklama tekstowa Google Ads
- możliwość promowania strony www

Google fundacja dla dzieci

Okolo 34 000 000 wyników (0,68 s)

Reklama · <https://www.fanimani.pl/>

Fundacja dzieciom Zdążyć z pomocą - wspieraj nas na FaniMani.pl

Pomagaj za darmo przy okazji zakupów w internecie. Sprawdź jak. Pomaganie przez Kupowanie. Całkowicie za Darmo. Pomoc w 3 Krokach.

[Więcej Informacji o Nas](#) · [Sklepy internetowe](#) · [Sprawdź Jak to Działa](#)

Reklama · <https://www.unicef.pl/>

Pomagaj Dzieciom z UNICEF - Wspieraj Nasze Działania

Twoja darowizna ma realny wpływ na życie **dzieci**. Przekaż swoje wsparcie dla...

[Przekaż Darowiznę](#) · [Akcje UNICEF](#) · [UNICEF Polska](#) · [Pomagaj Stale z UNICEF](#)

[Zestaw Higieniczny - 211,60 zł - Dla 5 osobowej rodziny](#) · [Więcej](#)

Reklama · <https://www.happykids.org.pl/> 42 649 23 05

Fundacja Happy Kids - Pomóż Rodzinom Zastępczym

Wspomóż Rodzinne Domy **Dziecka**. Zobacz jak Możesz Pomóc Samotnym **Dzieciom!**

Fundacja Happy Kids - Pomóż nam pomagać! Budujemy Domy Dziecka.

[Zostań Rodziną Zastępczą](#) · [Przekaż Darowiznę](#) · [Przekaż 1% Dzieciom](#) · [Wspomóż Nas](#)

Reklama · <https://www.sedeka.pl/> 22 486 96 42

Fundacja Sedeka - Działaj razem z nami

Fundacja Sedeka - bezpośrednia pomoc dla niepełnosprawnych. Potrzebujesz pomocy Fundacji? A może chcesz pomóc komuś? Rehabilitacja.



Google Ad Grants - proces aplikacji

- 1** Zarejestruj organizację na portalu www.techsoup.pl i uzyskaj token kwalifikacji (wymagane: odpis z KRS, statut)
- 2** Zarejestruj organizację w [Google dla Organizacji Non-Profit](#) korzystając z otrzymanego tokenu
- 3** [Aktywuj Google Ad Grants](#) na portalu Google dla Organizacji Non-Profit



Google Ad Grants



facebook.com/groups/GoogleAdGrants



Krok 1 - zdefiniowanie grupy docelowej

Im lepiej zrozumiemy **do kogo** kierujemy naszą kampanię, tym łatwiej będzie **zaprojektować komunikat**

- kto?
- gdzie?
- jakie ma potrzeby?

! grupa docelowa determinuje wygląd lejka marketingowego





Grupa docelowa

Osoby, które chcą
rozliczyć PIT

Osoby, które chcą
przekazać 1,5 podatku

Historyczni podatnicy

☰ Osoby, które chcą rozliczyć PIT

! Największa grupa docelowa pod kampanie 1,5% podatku

Kto?

- jakie frazy?
- jakie strony www?
- jakie zainteresowania?

Jakie potrzeby?

- rozliczenie pit online/program
- instrukcje, poradniki

Podane przez Ciebie słowa kluczowe		
<input type="checkbox"/>	rozliczenie pit	33 100
<input type="checkbox"/>	rozliczenie pit online	6 600
Propozycje słów kluczowych		
<input type="checkbox"/>	rozliczenie pit 2021	33 100
<input type="checkbox"/>	pit online	18 100
<input type="checkbox"/>	do kiedy pit	22 200
<input type="checkbox"/>	rozliczenie pit 2021 gov	3 600
<input type="checkbox"/>	pit 28 do kiedy	9 900
<input type="checkbox"/>	jak rozliczyć pit	6 600
<input type="checkbox"/>	rozliczenie pit 2020	260
<input type="checkbox"/>	mój e pit	8 100



Osoby, które chcą przekazać 1,5% podatku

! Druga pod względem wielkości grupa docelowa (kampanii 1,5%)

Kto?

- jakie frazy?
- jakie strony www?
- jakie zainteresowania?

Jakie potrzeby?

- CEL, osiągnięcia, plany
- zaufanie, social proof

Podane przez Ciebie słowa kluczowe		
<input type="checkbox"/>	opp	8 100
<input type="checkbox"/>	opp podatek	20
<input type="checkbox"/>	1 procent podatku	1 300
<input type="checkbox"/>	1.5 procent podatku	20
Propozycje słów kluczowych		
<input type="checkbox"/>	organizacje pożytku publicznego	4 400
<input type="checkbox"/>	opp policja	880
<input type="checkbox"/>	status opp	480
<input type="checkbox"/>	1 procent	390
<input type="checkbox"/>	1 procent podatku lista organizacji	390
<input type="checkbox"/>	jak przekazać 1 podatku	390

Historyczni podatnicy

**! Najmniejsza grupa docelowa
(kampanii 1,5% podatku)**

Kto?


- strona www, media społecznościowe, mail, sms
- jakie frazy?

Jakie potrzeby?

- przypomnienie
- osiągnięcia, plany



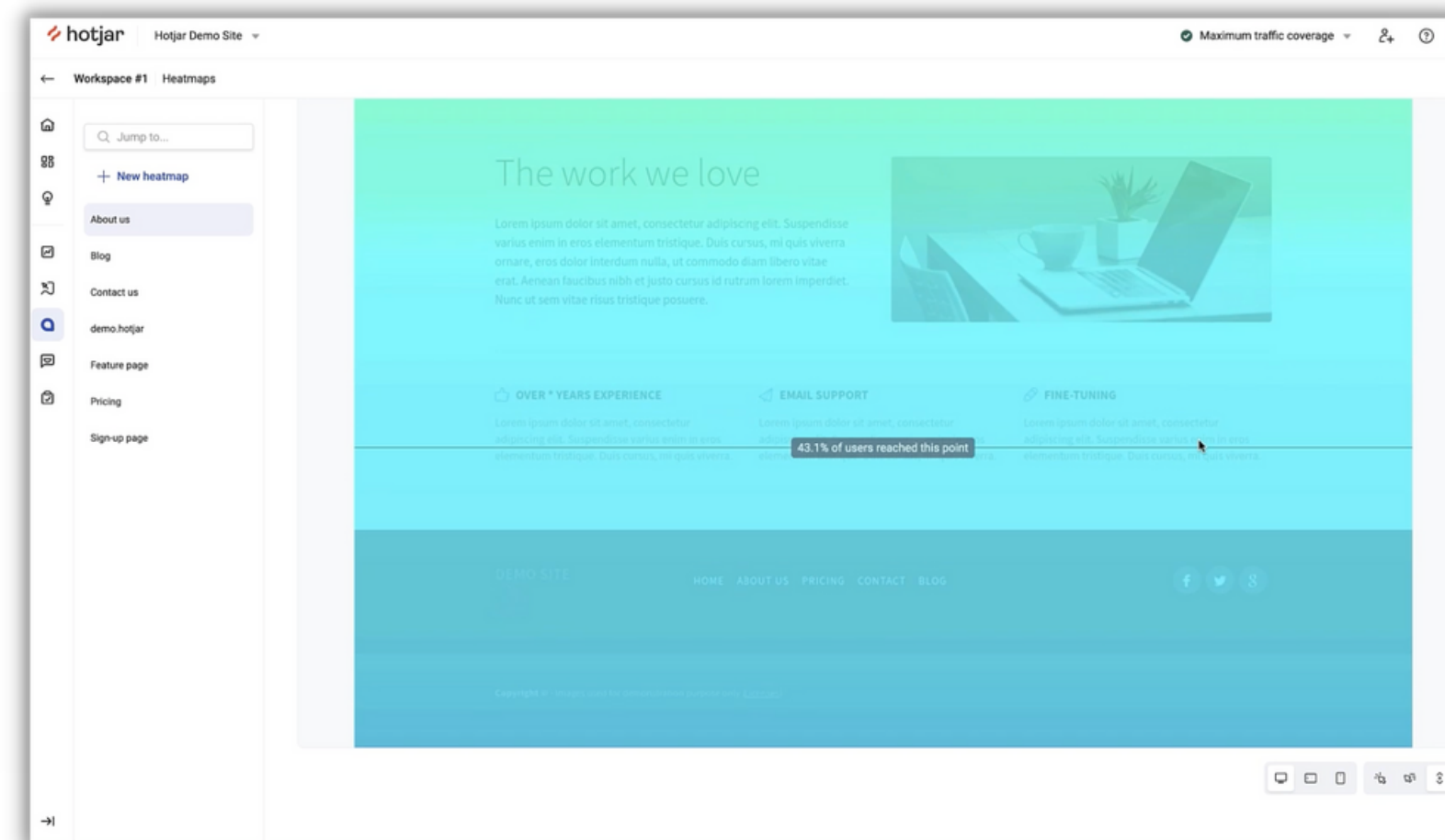
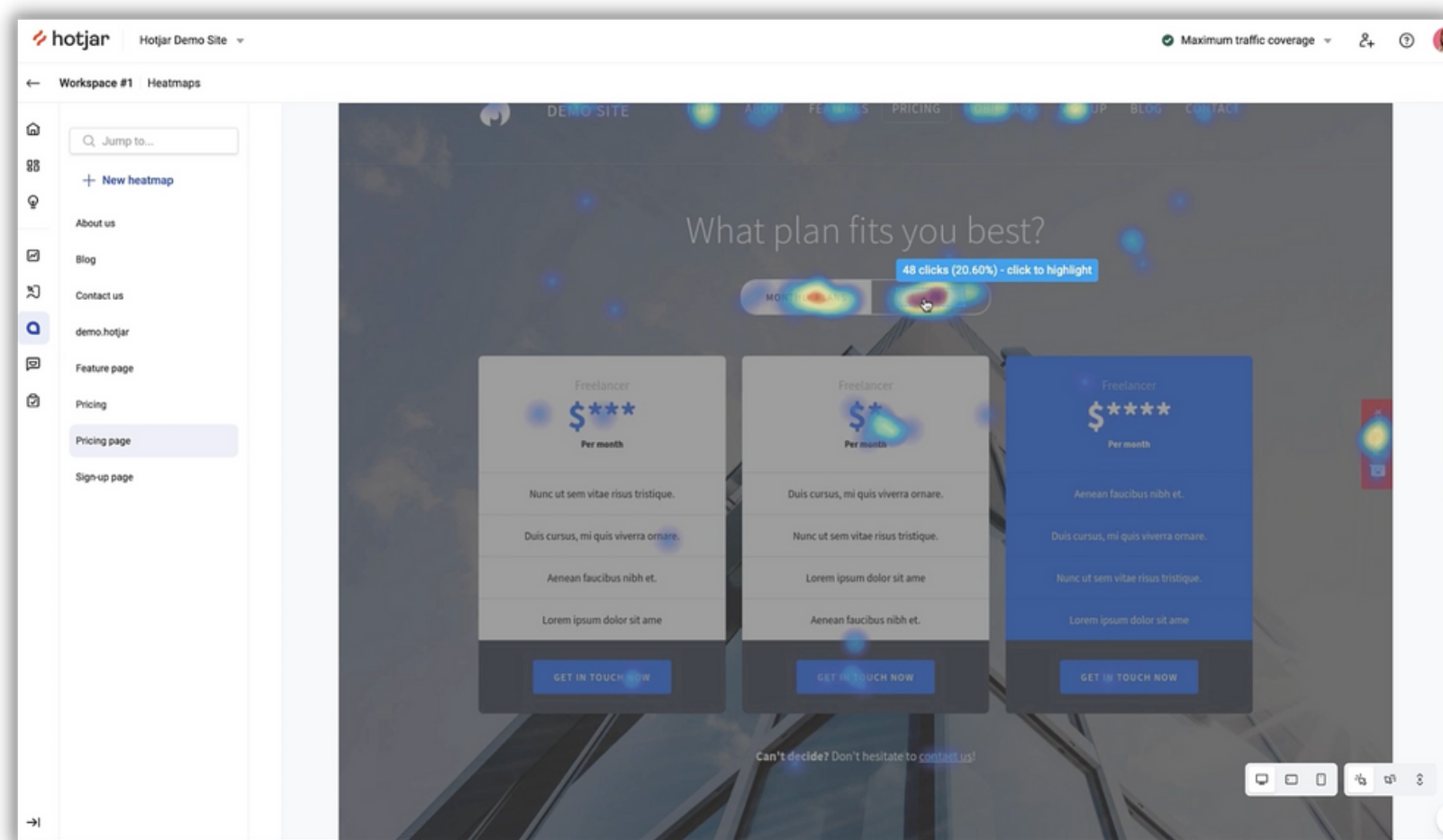
Strona www

- Google Analytics, Google Remarketing Tag, Facebook Piksel**
- Szybkość strony www - PageSpeed Insights**
- Certyfikat SSL**
-  **Strona odpowiada na potrzeby odbiorców**
- Zainstaluj HotJar i przeanalizuj**



Strona www

Zainstaluj HotJar i przeanalizuj



Zaprojektujmy lejek

Osoby, które chcą rozliczyć PIT



Jak przyciągnąć uwagę odbiorcy?

Osoby, które chcą rozliczyć PIT

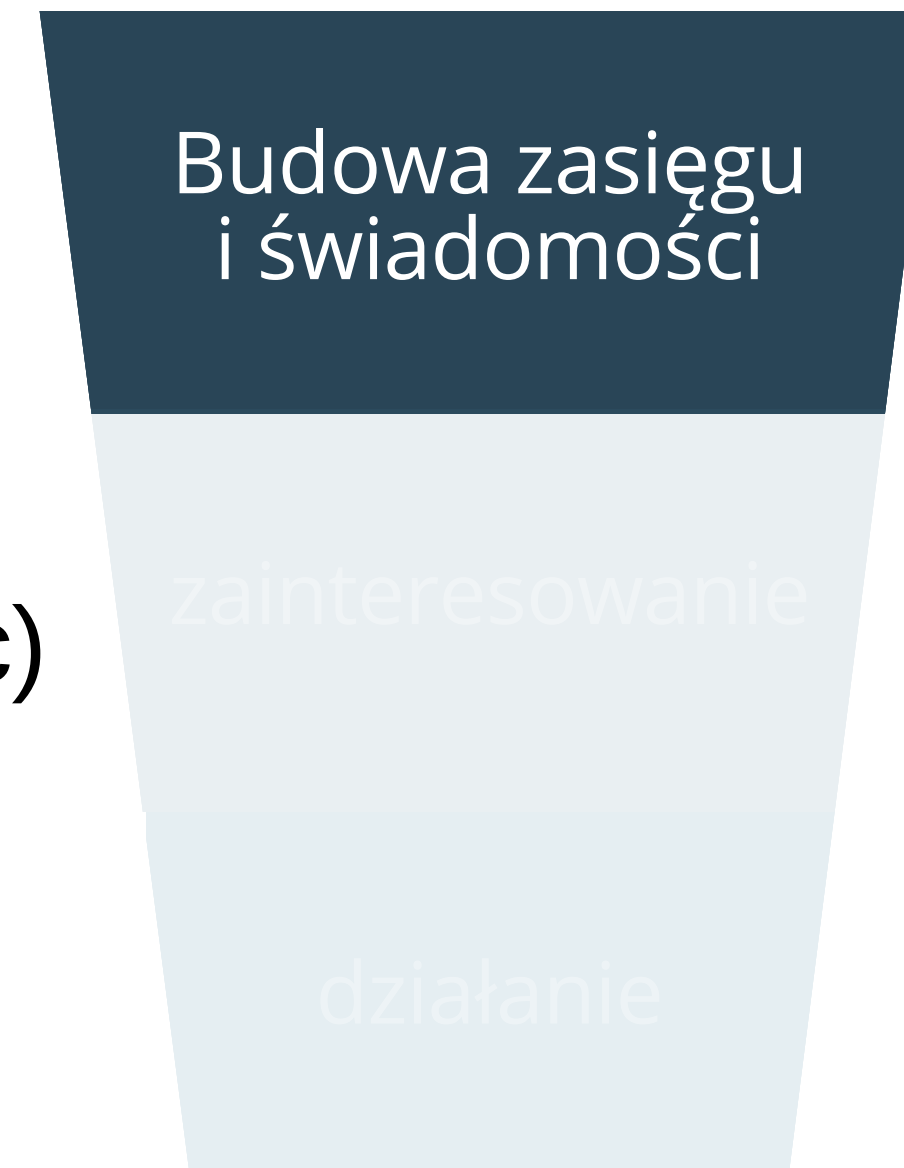
LinkedIn (Sales Navigator):
osoby na dobrze płatnych stanowiskach

Google Ad Grants:
rozliczenie pit, rozliczenie pit online (+1.600.000/msc)

Facebook/Instagram (zasięg)
Jak zdefiniować grupę odbiorców?

! Korzystając z Google Ad Grants

! Grupa podobnych odbiorców





Jak przyciągnąć uwagę odbiorcy?

Osoby, które chcą rozliczyć PIT

Youtube (in-stream)

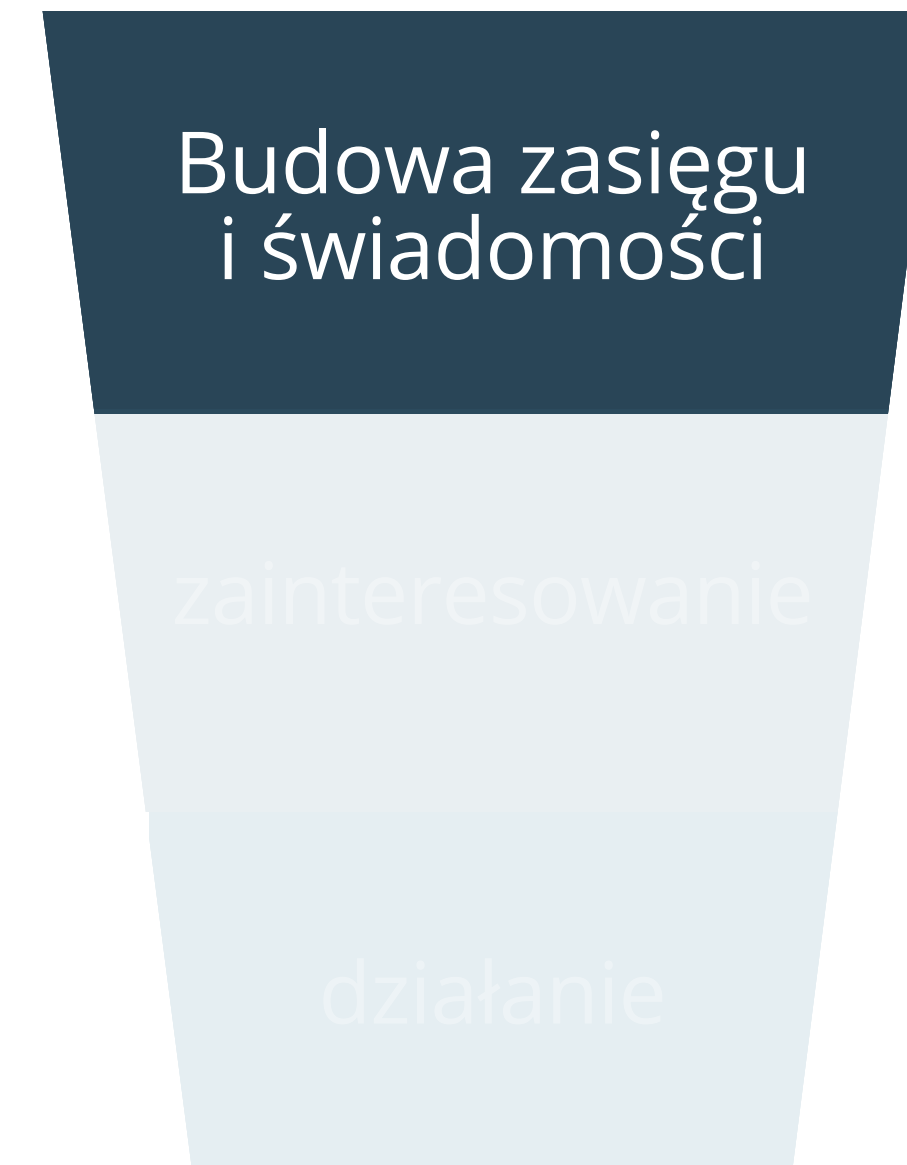
osoby, które odwiedziły strony (pitax.pl, pit.pl, itd.)

Discovery (Google)

osoby poszukujące haseł (rozliczenie pit) + osoby, które odwiedziły strony (pitax.pl, pit.pl, itd.)

! Wyklucz osoby, które były na stronie

! Nie optymalizuj pod konwersje, tylko zasięg





Jak przyciągnąć uwagę odbiorcy?

Osoby, które chcą rozliczyć PIT

Google Display Network

YouTube (in-feed)

Facebook/Instagram

! Ciepły ruch - osoby, które nie odwiedziły kluczowych podstron/nie kliknęły przycisków (rozlicz pit, pobierz program, skopiuj KRS)





Jak przyciągnąć uwagę odbiorcy?

Osoby, które chcą rozliczyć PIT

Google Display Network

YouTube (in-feed)

Facebook/Instagram

! Osoby, które kliknęły przycisk (14 dni)



Zaprojektujmy lejek

Osoby, które chcą przekazać 1,5% podatku
oraz historyczni podatnicy



Jak przyciągnąć uwagę odbiorcy?

Chcę przekazać 1,5% podatku oraz historyczni

LinkedIn (Sales Navigator):

osoby na dobrze płatnych stanowiskach (**wybierz**)

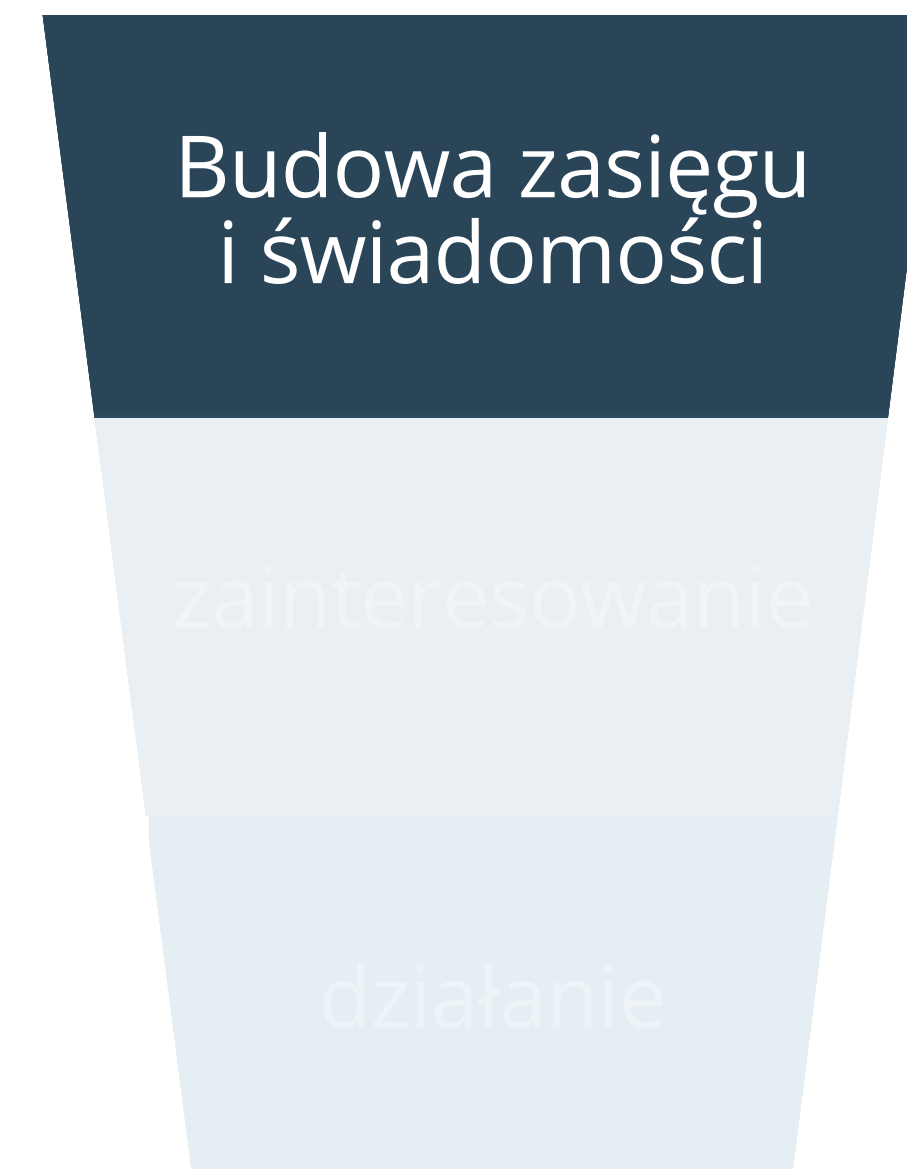
Google Ad Grants:

1/1,5 procent podatku, OPP, najlepsze OPP, itd.

Facebook/Instagram (zasięg)

z GAG, grupa podobnych odbiorców, baza mailowa

! Historyczni podatnicy: Mail, SMS, media społecznościowe





Jak przyciągnąć uwagę odbiorcy?

Chcę przekazać 1,5% podatku oraz historyczni

Youtube (in-stream)

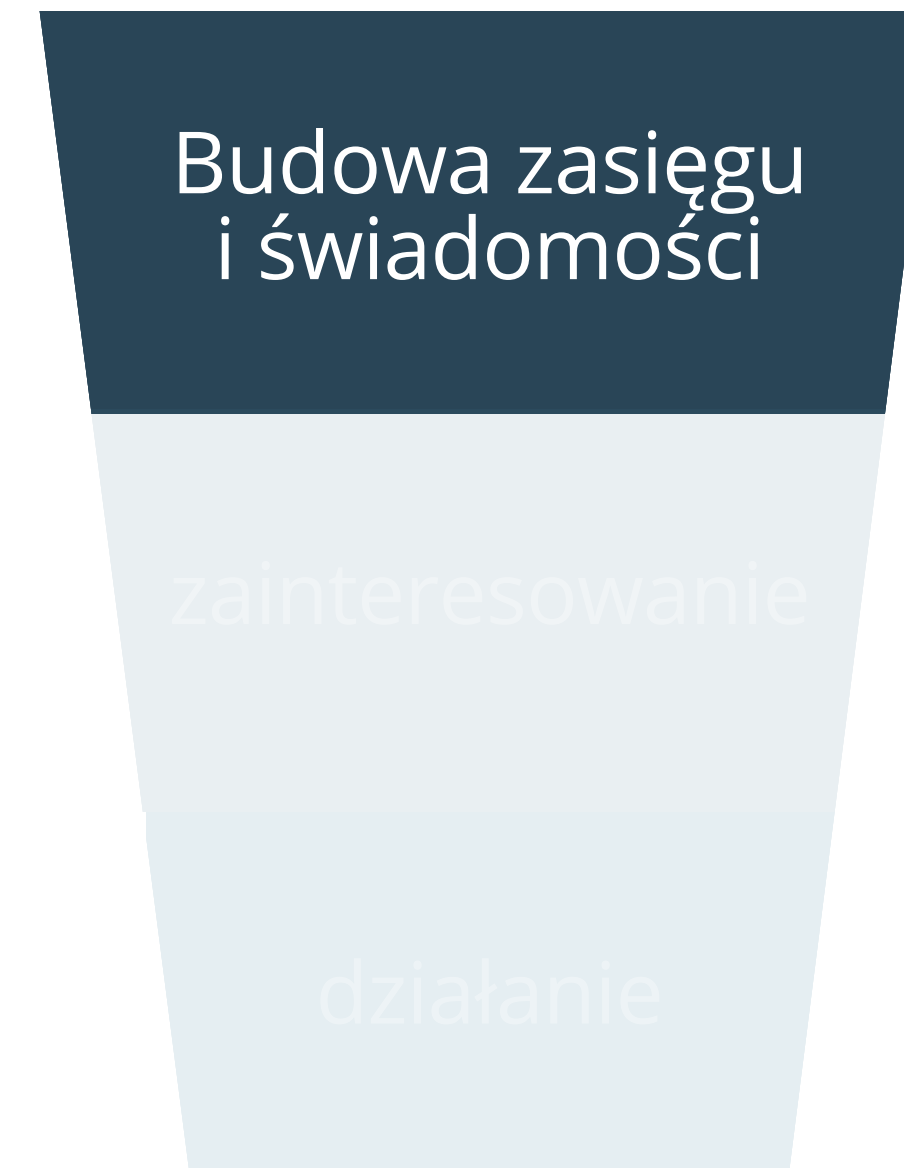
osoby, które odwiedziły strony konkurencji

Discovery (Google)

osoby poszukujące haseł (1,5 podatku) + osoby, które odwiedziły strony konkurencji

! Wyklucz osoby, które były na stronie

! Nie optymalizuj pod konwersje, tylko zasięg





Jak przyciągnąć uwagę odbiorcy?

Chcę przekazać 1,5% podatku oraz historyczni

Google Display Network

YouTube (in-feed)

Facebook/Instagram

! Ciepły ruch - osoby, które nie odwiedziły kluczowych podstron/nie kliknęły przycisków (nasze cele, na co wydamy 1,5% podatku, itd.)

! **Google Ad Grants** - obrona przed konkurencją kampania brandowa pod hasła związane z marką (nazwa 1,5% podatku, nazwa KRS)





Jak przyciągnąć uwagę odbiorcy?

Chcę przekazać 1,5% podatku oraz historyczni

Google Display Network

YouTube (in-feed)

Facebook/Instagram

! Osoby, które kliknęły przycisk (14 dni)



☰ Jak przyciągnąć uwagę odbiorcy?

! Nie kończ na tym kampanii, wykorzystaj media społecznościowe, maila, oraz:

- YouTube
- Facebook/Instagram
- Google Display Network

**CTA - zostaw mail, telefon, push
przypomnimy Ci za rok o rozliczeniu PIT**



Podcast - Klub NGO



odcinek 01
**JAK ZEBRAĆ 400 000 PLN
Z KAMPANII 1,5% PODATKU?**
Fundacja Zbieramy Razem


KLUB
NGO
webup.pl





@Webup



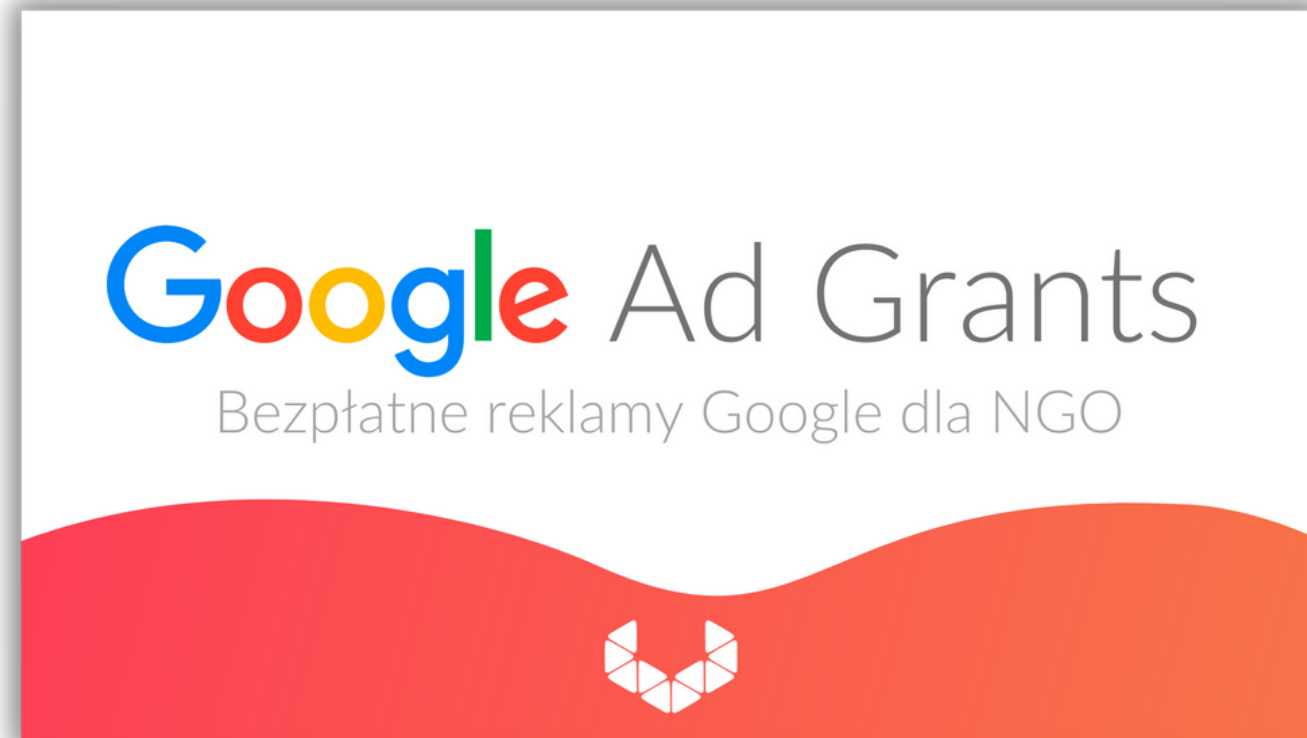
webup.pl

BONUSY






Kurs Google Ad Grants



 link.webup.pl/kurs
z kodem **OPPNGO**

Twoje zakupy

 Dostęp do portalu Webup! Akademia (rok)	- 1 +	249,00 zł
Suma:		249,00 zł
Kod rabatowy:		-249,00 zł
Dostawa:		0,00 zł
Koszt płatności:		0,00 zł
Do zapłaty:		0,00 zł

USUŃ

[+ Dodaj komentarz do zamówienia](#)



14 dni bezpłatnie Akademia PRO

od razu

Google Ad Grants

Bezpłatne reklamy Google dla NGO



od razu

LinkedIn dla Nonprofit

Skuteczny Fundraising



od 10.02

Canva dla Nonprofit

Projektowanie materiałów promocyjnych



od 10.02

Google Ads dla Nonprofit

Płatne reklamy Google dla NGO



od 13.02

facebook Ads dla Nonprofit

Skuteczne reklamy facebook dla NGO





Pakiet Fundraiser

Pakiet Fundraiser

Pakiet Fundraiser

Poniżej zebraliśmy najważniejsze informacje nt. narzędzi i najlepszych praktyk fundraisingowych dla Polskich NGO

Aa Name	Zniżka	Opis
Google Ad Grants	10 tyś USD/msc na reklamę	Każda kwalifikująca się organizacja ma dostęp do 10 000 dolarów miesięcznie w formie budżetu reklamowego przez czas nieokreślony (dopóki konto jest zgodne z Polityką Google Ad Grants).
Youtube dla Non-Profit	zwiększenie darowizn	Najważniejsze korzyści: <ul style="list-style-type: none"> • Karty z linkami do dowolnych lokalizacji Możesz skierować swoich widzów do zewnętrznych stron docelowych z informacjami o Twojej kampanii, korzystając z kart z linkami do dowolnej lokalizacji. • Optymalizacja treści - dostęp do YouTube Creator Academy, gdzie znajdziesz informacje jak tworzyć wysokiej jakości wideo • Specjalna pomoc techniczna pomoc YouTube'a w w rozwiązaniu problemów związanych z tworzeniem kanału organizacji non-profit w YouTube
1200 zł na dowolną reklamę Google Ads	dotatkowe 1200 zł budżetu	Dzięki promocji Google otrzymasz po wydaniu 1200 zł na Twoim koncie reklamowym dodatkowe 1200 zł w prezencie
Tidio	bezpłatne lub 15% zniżki na wyższe pakiety	<ul style="list-style-type: none"> • Livechat - odpowiadaj na żywo na wszystkie wiadomości, • Chatboty - automatyzuj sprzedaż (przykłady chatbotów poniżej),



Społeczność NGO



facebook.com/groups/GoogleAdGrants



Masz pytania?

Q&A

Bezpłatna konsultacja dot. marketingu

 link.webup.pl/ngopl

Bezpłatny kurs Google Ad Grants

 link.webup.pl/kurs
z kodem **OPPNGO**



Nagrania webinarów ngo.pl

poradnik.ngo.pl/webinaria

Zapraszamy!

Poradnik



POLSKO-AMERYKAŃSKA
FUNDACJA WOLNOŚCI

Portal ngo.pl powstał i rozwija się dzięki wsparciu Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności.