

# Promocja organizacji w Internecie.

**10 niedrogich  
i skutecznych sposobów.**

**ngo.pl**

**materiał z webinarium  
18 listopada 2015 r.**



Webinarium przeprowadzono w ramach projektu  
„Pozarządowe Centrum Informacji, Wiedzy i Opinii ngo.pl”.  
Projekt realizowany w ramach programu  
Obywatele dla Demokracji, finansowanego z Funduszy EOG.

# Promocja organizacji w Internecie.

## 10 niedrogich i skutecznych sposobów.

**ngo.pl**

**ekspertka: Gabriela Kunert**

prowadząca: Dorota Kostowska



Webinarium przeprowadzono w ramach projektu  
„Pozarządowe Centrum Informacji, Wiedzy i Opinii ngo.pl”.  
Projekt realizowany w ramach programu  
Obywatele dla Demokracji, finansowanego z Funduszy EOG.

# **dzisiaj rozmawiamy o...**

**tradycyjnych**

**sprawdzonych**

**oryginalnych**

**rewolucyjnych**

**sposobach na marketing w Internecie.**

**Marketing  
internetowy zaczyna  
się od Twojej strony  
internetowej.**

# Marketing internetowy zaczyna się od Twojej strony internetowej.

Jak optymalizować swoją stronę internetową?  
Jak prowadzić skuteczne kampanie online?

**1**

**Moje doświadczenie**

**2**

**Jak badać i optymalizować stronę docelową, landing page, stronę kampanii?**

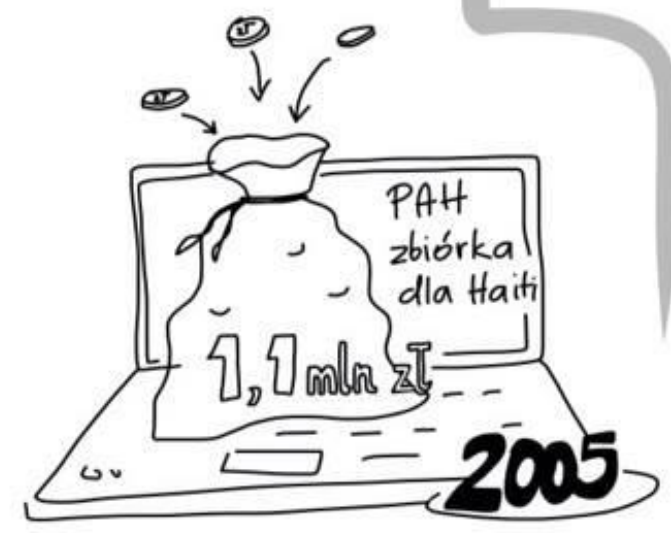
**3**

**9 kolejnych sposobów na marketing online**

moje  
doświadczenie

# AGORA

- ✓ redaktor
- ✓ koordynator
- ✓ kierownik rozwoju produktów internetowych



## GABRIELA KUNERT



WEASNA FIRMA

DYREKTOR  
MARKETINGU  
START-UP

Współtworzyłam  
profesjonalną  
platformę  
współpracy  
z blogerami



# Dlaczego dobrze sobie radzę?

## Mam ciekawą „trójstronną” perspektywę.



pracowałam po  
stronie mediów  
online



byłam „na  
swoim”



byłam szefową  
marketingu

# wierzę, że...

**Dobry marketing nie musi być drogi.**

**Nie trzeba za wszelką cenę podążać za trendami, snapchat nie jest dla każdego.**

**Podstawą sukcesu jest zbudowanie odpowiednich kompetencji w zespole i umiejętność pomiaru działań marketingowych online.**

**Internet jest cudowny dlatego, że daje nam wszystkie odpowiedzi.**

**Wszystko wyczytamy ze statystyk. Wszystko!**

**Jak badać  
i optymalizować  
stronę docelową,  
landing page,  
stronę kampanii?**

# SPOSÓB #1

**napraw  
i ulepsz swoją  
stronę  
internetową**



# musisz wiedzieć...

**Skąd użytkownicy przyszli na Twoją stronę?**

**W jakim celu na niej się znaleźli?**

# Musisz umieć założyć...

**...dlaczego tak szybko sobie poszli?**

**Dlaczego nie zdecydowali się zrobić na Twojej stronie żadnej akcji (zapisać się na newsletter – jeśli tak budujesz swoją bazę odbiorców, dokonać wpłaty online, poprzeć Twojej akcji)?**

# Które z tych narzędzi wykorzystujesz?



**nie korzystam z żadnego z tych narzędzi**

**Co to jest konwersja?**

**Po co ją mierzyć?**

**Jak ją mierzyć?**



# konwersja

**Kiedyś to był zakup lub zamówienie w sklepie internetowym. Dziś pojęcie konwersji jest szersze.**

**To realizacja zdefiniowanego celu dla naszych działań online, np.:**

**zamówienie produktu, zapis na newsletter, wpłata online lub przebywanie użytkownika więcej niż 5 minut na stronie, co może świadczyć o jego zaangażowaniu w przekaz.**

# cele konwersji

dokonanie wpłaty na cele statutowe

zostawienie danych kontaktowych w formularzu

zapisanie się na newsletter

pobranie ebooka

udostępnienie treści w social mediach

dłuższy czas przebywania użytkownika na stronie

zapoznanie się z misją organizacji

# Który z wymienionych celów konwersji jest też Twoim celem?

- 1. dokonanie wpłaty na cele statutowe**
- 2. zostawienie danych kontaktowych w formularzu**
- 3. zapisanie się na newsletter**
- 4. pobranie ebooka**
- 5. udostępnienie treści w social mediach**
- 6. dłuższy czas przebywania użytkownika na stronie**
- 7. zapoznanie się z misją organizacji**
- 8. jeszcze nie mam zdefiniowanego celu konwersji**

# wskaźnik konwersji

$$\text{WSKAŹNIK KONWERSJI} = \frac{\text{liczba konwersji,} \\ \text{czyli akcji na której nam zależy}}{\text{liczba użytkowników}} \times 100\%$$

# wskaźnik konwersji

$$\text{WSKAŹNIK KONWERSJI} = \frac{\text{liczba konwersji,} \\ \text{czyli akcji na której nam zależy}}{\text{liczba użytkowników}} \times 100\%$$

W marketingu internetowym jest to podstawa, punkt odniesienia i najważniejszy wskaźnik, który musimy znać, aby go nieustająco podnosić.

# Jak podnosić i optymalizować konwersję na stronie?

**założenia i sprawdzanie założeń za pomocą  
analityki**

# Jak podnosić i optymalizować konwersję na stronie?

## **ZAINTERESOWANIE TREŚCIĄ STRONY**

**zły dobór treści, komunikatów, sloganów reklamowych,  
masz tylko 3 sekundy na to, by przykuć uwagę odbiorcy**

**zły układ strony, nieczytelny układ strony/projekt graficzny**

**dostęp strony na różnych urządzeniach**



# Dream Vacation Sweepstakes

Subscribe & Enter to win the vacation of your dreams! Worth \$250,000!



We'll send you our next issue to try risk-free. If you like what you see, you'll get 11 more issues (12 in all) for just \$18.00. If not, return the bill marked "cancel" and keep the trial issue with no further obligation. You'll still be eligible to win the sweepstakes.

**NO PURCHASE IS NECESSARY TO ENTER OR WIN.** If you'd prefer to enter the sweepstakes without starting a trial subscription to O, The Oprah Magazine or if you are already a subscriber, [click here](#).

Plus, you could be a lucky **MONTHLY winner!**

- 1st prize: **\$1,000**
- 2nd prize: **\$100**

- [official rules](#)
- [privacy policy](#)

Fill in the form to start a **FREE** trial subscription to O, The Oprah Magazine and be automatically entered for the chance to win:

First Name:

Last Name:

Address:

City:

State/Zip:  please select

Email:

**Continuous Service Guarantee:** Your subscription will continue unless you ask us to stop. Each year you'll receive a reminder notice followed by an invoice for the low renewal rate then in effect. You can cancel at any time and receive a refund on all unmailed issues.

**Submit**

# NIE

presented by



HEARST *magazines* HEARST *digital media*

\*O, The Oprah Magazine US cover price \$4.50 per issue. Sales tax will be charged where applicable. O, The Oprah Magazine published by Hearst Magazines Division.



# GiviGIV

Now dinner with friends makes a difference.

NKLA is a coalition of animal welfare organizations, city shelters and passionate individuals. Led by Best Friends Animal Society, we're dedicated to ending the killing of healthy and treatable pets in L.A. shelters.



# NKLA

Full Name

Email \*

Submit

# TAK

Select an Experience



+

Send to a Friend (or Yourself)



=

Donation to NKLA at No Extra Cost



Sign up now, and you will be entered to win \$100 in Givi Bucks



# Jak podnosić i optymalizować konwersję na stronie?

**ZAINTERESOWANIE WYKONANIEM AKCJI  
(WPŁATA, NEWSLETTER, INNE)**

**złe „call to action”**

**złe copy**

**zbyt skomplikowane formularze**

**niewystarczająco podkreślone pozytywne skutki  
akcji – mów językiem korzyści**

**Wszystko to można ulepszać**  
**używając prostych narzędzi do AB**  
**testów poprawiać stronę, jej**  
**funkcjonalności, treści, nagłówki,**  
**przyciski „call to action”**  
**i zwiększać KONWERSJĘ!**



Google Analytics  
Content Experiments

**Optimizely**



Visual Website  
Optimizer



**unbounce**

# 9 kolejnych sposobów na marketing online

# SPOSÓB #2

**SEO**

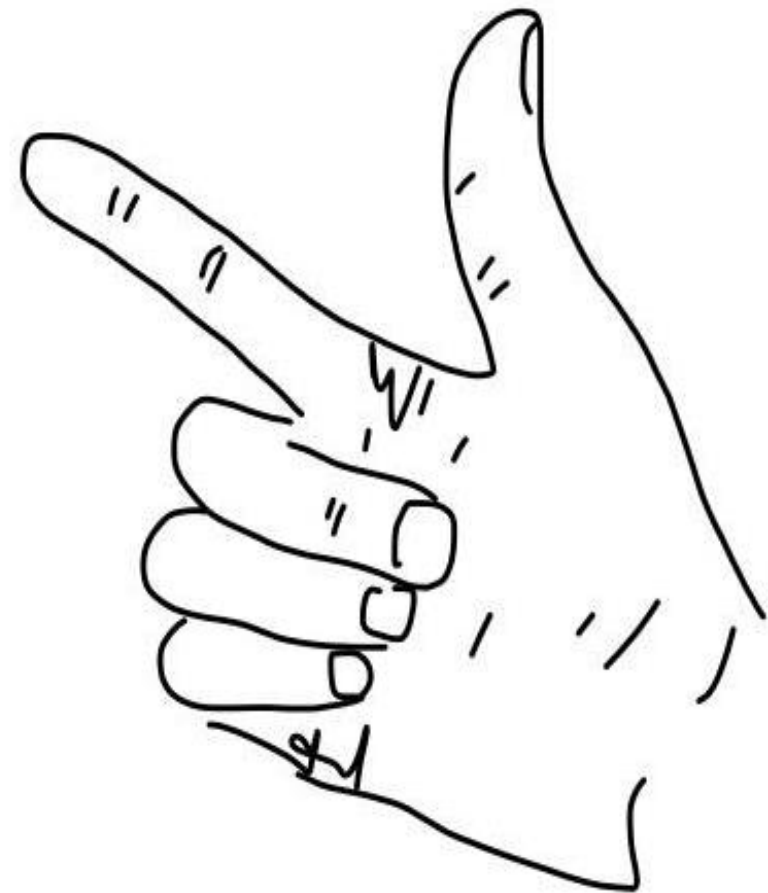
**Search**

**Engine**

**Optimization**

**Czy warto?**

**Tak! Zawsze!**



# SEO – czyli optymalizacja stron pod kątem obecności w wyszukiwarkach

**sprawdź widoczność swojej strony internetowej,  
zleć audyt profesjonalistom**

**popraw treści i nagłówki pod kątem SEO  
(zalecenia z audytu)**

**inwestuj w długotrwałe pozycjonowanie strony  
znajdź swoją niszę | co to jest długi ogon | skąd  
brać pomysły?**

# SEO

**podstawowe frazy SEO**

**co to jest długi ogon?**

**skąd brać pomysły?**



dzieci niepełnosprawne w|

dzieci niepełnosprawne w **szkole**

dzieci niepełnosprawne w **szkole masowej**

dzieci niepełnosprawne w **polsce**

dzieci niepełnosprawne w **żłobku**

Naciśnij Enter, aby wyszukać.



**Jak definiujesz swoje podstawowe  
słowa kluczowe podstawowe?**

**A jakie mogą być „frazy długiego  
ogona”?**

# SPOSÓB #3

**SEM**

**Adwords**

**PPC**

**GDN**

**Czy warto? Tak!**

**Czy zawsze? Nie!**



# SEM, Adwords, PPC, GDN

**Testuj wybraną paczkę słów kluczowych w niskim budżecie, w krótkim wybranym sensownie okresie (unikaj świąt i weekendów).**

**Z niektórymi frazami możesz mieć więcej ruchu, ale z innymi bardziej wartościowy ruch. Inwestuj w te słowa, z których jest lepsza konwersja.**

# SEM, Adwords, PPC, GDN

**Nigdy nie zaczynaj kampanii bez odpowiedniego ustalenia CELU kampanii w Google Analytics.**

**Nigdy nie zaczynaj kampanii bez upewnienia się, że zostały poprawnie podpięte wszystkie kody zliczające i analizujące.**

# SEM, Adwords, PPC, GDN

Na tym etapie spróbuj ustalić tzw. *Lifetime value swojego odbiorcy*.

Jeśli pozyskanie 1 użytkownika kosztowało Cię 2 PLN – upewnij się, że w długim biegu ten użytkownik wpłaci na Twoje konto co najmniej 3 PLN.

Czy można to sprawdzić? TAK!

# SEM, Adwords, PPC, GDN

**Warto kampanię Adwords wesprzeć dużo tańszą i pozornie dużo mniej efektywną kampanią banerową w Google Display Networks.**

**Kampania obrazkowa zwiększy świadomość Twojej kampanii, choć raczej nie będziesz miał z niej „klików” i wesprze konwersje kampanii słów kluczowych**

# SEM, Adwords, PPC, GDN

**Retargeting** – używaj opcji wyświetlania reklam użytkownikom, którzy już odwiedzili Twoją stronę.

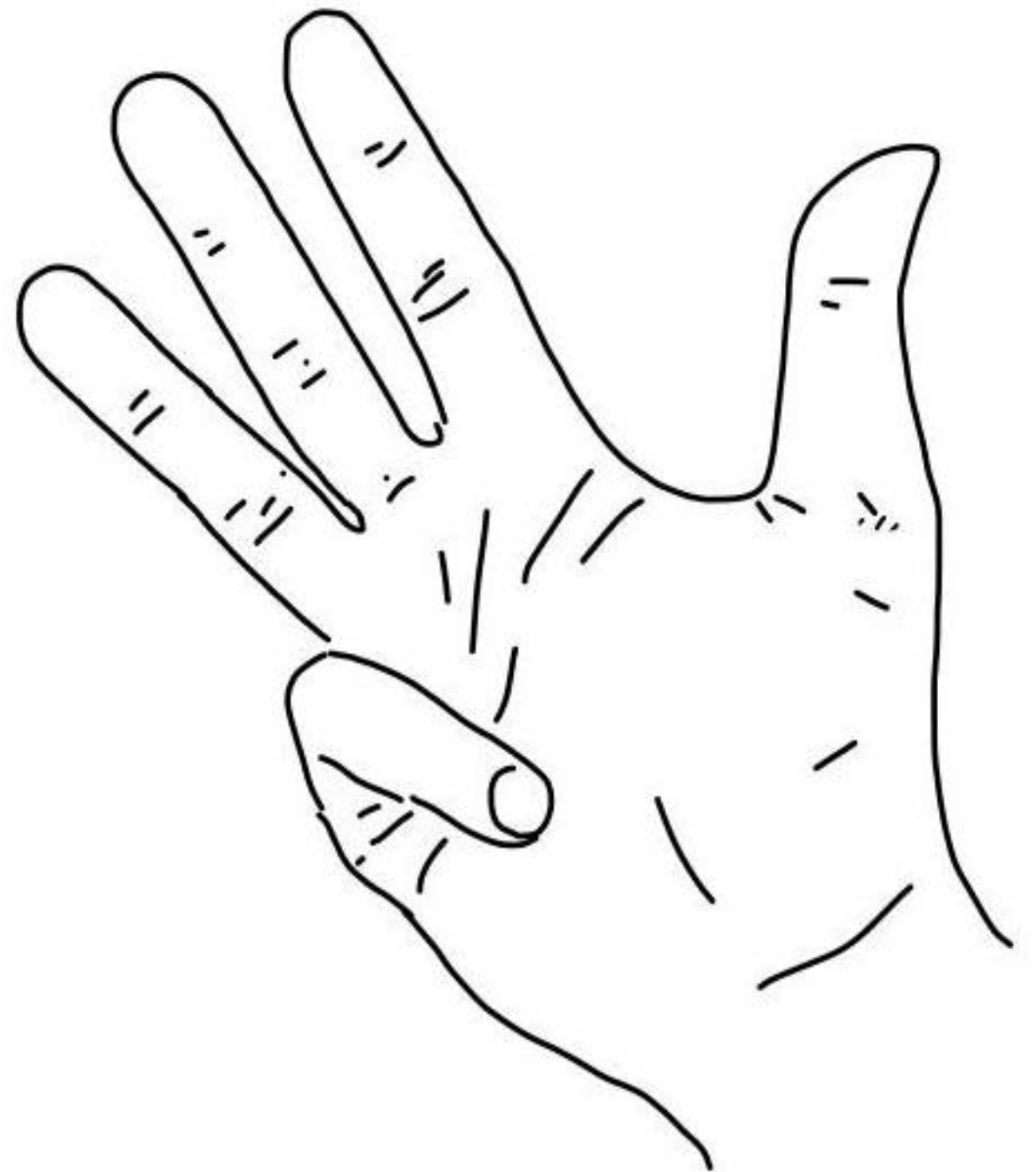
Tak, wiem, że jest to irytujące, ale niestety wszystko wskazuje na to, że to po prostu działa. Natomiast ważne, aby retargetingu używać mądrze.

# SPOSÓB #4

**inne formy  
kampanii  
płatnych (PPC  
– pay per click)**

**Czy warto? Tak!**

**Czy zawsze? Nie!**





# inne formy kampanii płatnych (PPC – pay per click)

Mogą mieć wyższą skuteczność i lepszy zwrot z inwestycji, ponieważ dają lepsze opcje targetowania - wiek, płeć, lokalizacja, historia, zachowania i zainteresowania, a nawet zajmowane stanowisko.

# inne formy kampanii płatnych (PPC – pay per click)

Facebook (piksel konwersji, custom audience –  
OKAZJA)

Twitter

Instagram

Adtaily



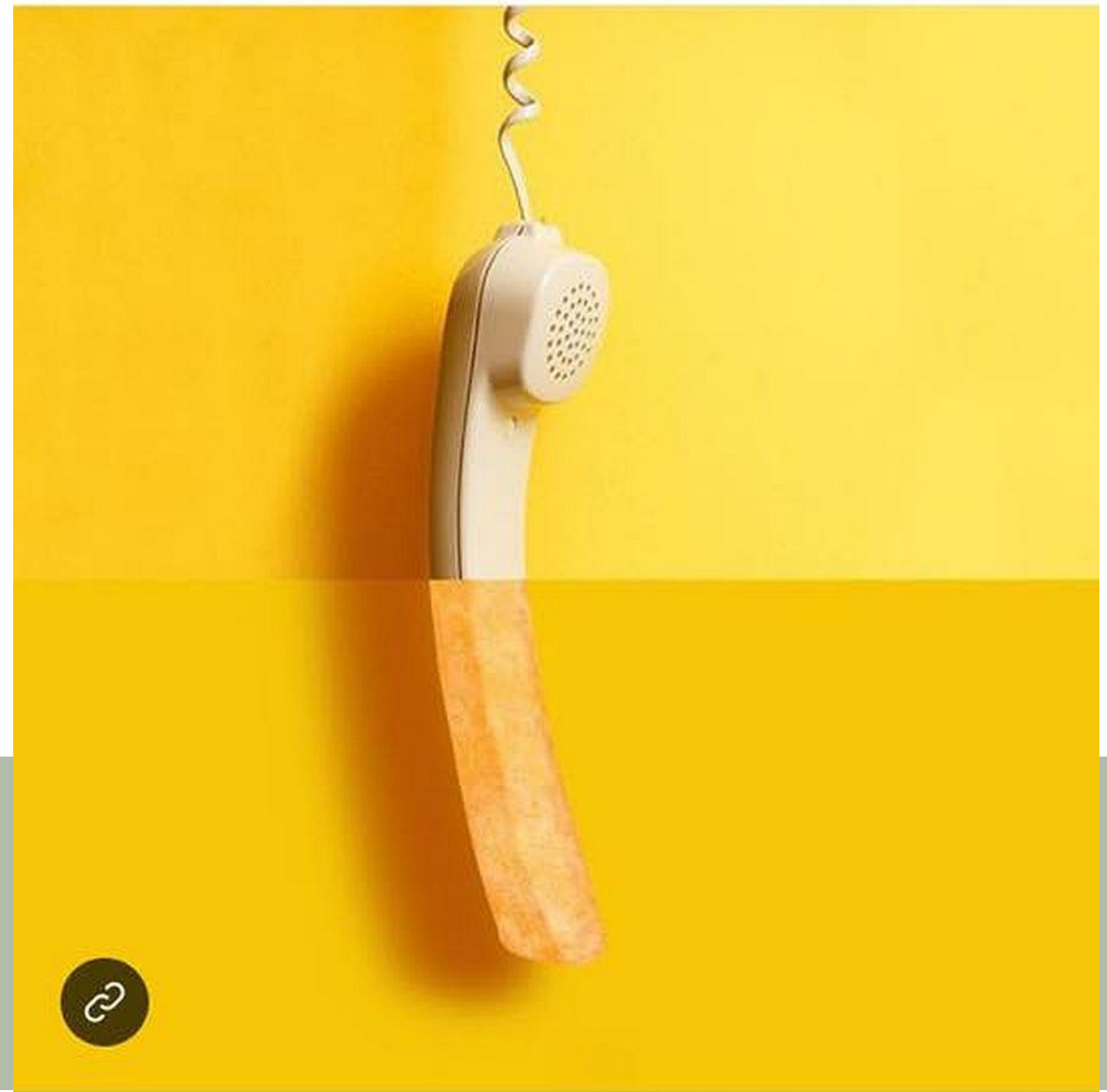
facebook

instagram



mamsmakanamaka

Sponsorowane



WIĘCEJ INFORMACJI

Polubienia: 7 100



**Sam Mazaheri**  
@sammmmer

TWEETS 1,731 FOLLOWING 435 FOLLOWERS 619

Who to follow · Refresh · View all

**RUHM** @RuhmInc  
Followed by Jimmy Mackin  
Follow Promoted

**Pat Hong** @PatLinkdex  
Follow

**Amelia Pratt** @Amelia\_Pratt  
Followed by Steve Cameron...  
Follow

Find people you know · Popular accounts

Trends · Change

- #TheApprentice
- #RuinAComedian
- #Election2014
- #websummit
- Republicans
- #CallMeCam
- Senate
- Zelda
- Alex
- Christmas

What's happening?

**Om Malik** @om · 53s  
A peaceful little plaza that was hidden in middle on Porto. It was great to just sit here and enjoy... [instagram.com/p/vCYyz0KTgv/](https://www.instagram.com/p/vCYyz0KTgv/)

Jeff Allen retweeted

**Jon Cooper** @PointBlankSEO · 7m  
This >> RT @recalibrate There are 100 women in Congress for the first time ever. [dadaviz.com/i/1690](http://dadaviz.com/i/1690)

**Ars Technica** @arstechnica · 5m  
Orbital Sciences to shift ISS resupply launches to other rockets [ars.to/1u1AB98](http://ars.to/1u1AB98) by @j\_timmer

Followed by Sam Owen, Afshin and Paul Kragthorpe.

**Amazon** @amazon · Nov 3  
Explore Hundreds of This Year's Top Picks From Our Holiday #Toy List! [amazon.com/gp/holidaytoyl...](http://amazon.com/gp/holidaytoyl...)



**Holiday Toy List**

Promoted by Amazon

**Alexia Tsotsis** @alexia · 5m  
That's it. No more work computer for me [techcrunch.com/2014/11/05/lyf...](http://techcrunch.com/2014/11/05/lyf...)

# twitter ads



niestosowne? Drogie panie, to już nie wypada!" [FORUM]

lukru. Zrozumieją tylko matki? [ZABAWNE ILUSTRACJE]

Kasi Tusk [ZDJĘCIA]

Wszystko, co powinnaś wiedzieć o wszechstronnej pielęgnacji olejkami

kg pokarmu dziennie? O pracy w tajskiej wiosce słoni opowiada polska wolontariuszka

obniżyć jego kaloryczność

**SUKIENKI**

**DOMODI**

ZOBACZ WIĘCEJ >

**DO 70% PROMOCJA**

**FFINITONE**  
PIGMENTAMI HD

**SEKRET?**

Reklama

**SPRAWDŹ!**

PRZETESTOWANE W PORTLAND, OREGON

GOZIE ŚMIEG JEST TAK MIĘKKI JAK BETON

Columbia

**Pralki VarioPerfect®.**

Promocja z kartą podarunkową 200 zł.

**BOSCH**

**Modnych Świąt czas!**

mayofal

**KUP TERAZ >**

**ZOBACZ**

by dziubka

**NOWY TREND KOBALT**

**Pralki VarioPerfect®.**

Promocja z kartą podarunkową 200 zł.

**BOSCH**

**Włosy silne i nie wypadają**

Zamów>>

[Reklamuj się na Kobieta.gazeta.pl - kliknij tu!](http://Kobieta.gazeta.pl)

AdTaily.pl

# adtaily



# inne formy kampanii płatnych (PPC – pay per click)

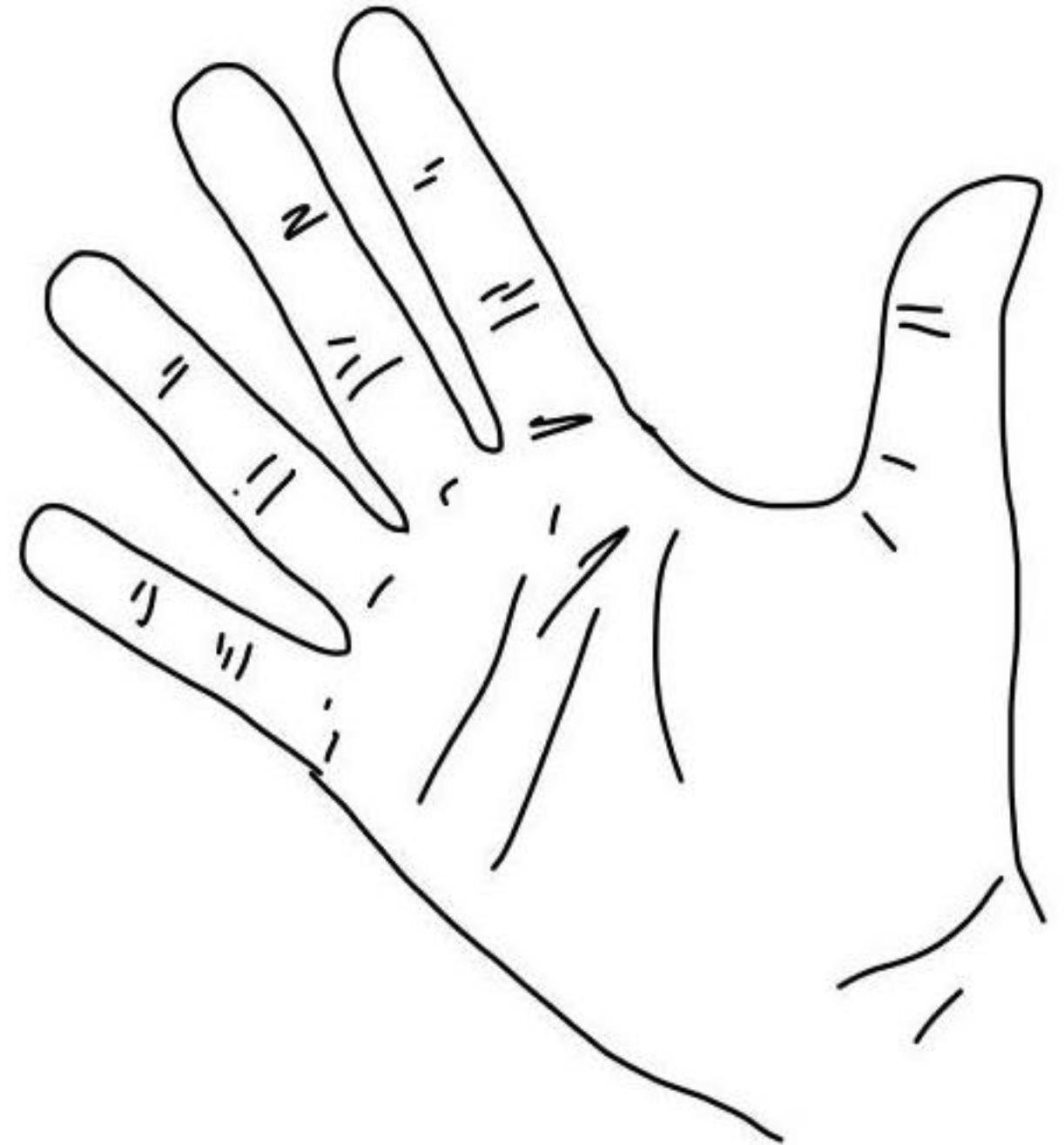
Warto sprawdzić, jak 1 wydana złotówka przekłada się na efekty naszej kampanii.

Może się okazać, że z jakiegoś powodu dla naszej organizacji skuteczniej będzie kupować reklamy na Twitterze i całkowicie zrezygnować z popularnych Adwordsów.



# SPOSÓB #5

## E-mail marketing





# e-mail marketing

**Zbieraj e-maile gdzie się da i nigdy nie kupuj cudzych baz. Pamiętaj o niezbędnych zgodach.**

# e-mail marketing

Swoją bazę odbiorców dziel na jakościowe segmenty, to pozwoli na:

**personalizowanie wysyłek**  
**zautomatyzowanie wysyłek**



Hi Georgiana,

Landing pages are crucial for [generating leads on your website](#), but optimizing them doesn't stop with writing good copy! Once you've positioned the offer and built a form, you can drive your conversion rates even higher by using several simple inbound strategies!

## [Download the Landing Page eBook!](#)

This eBook will explain the following key landing page concepts:

- Why and how to add social media sharing buttons to your landing pages
- How to set up closely-targeted lead nurturing campaigns to follow up with your leads
- How to use A/B testing to optimize your landing pages, and what elements to test
- How to build effective thank you pages and why they're important

Download the [Landing Pages ebook](#) now and start taking your website lead generation to the next level!

Cheers,

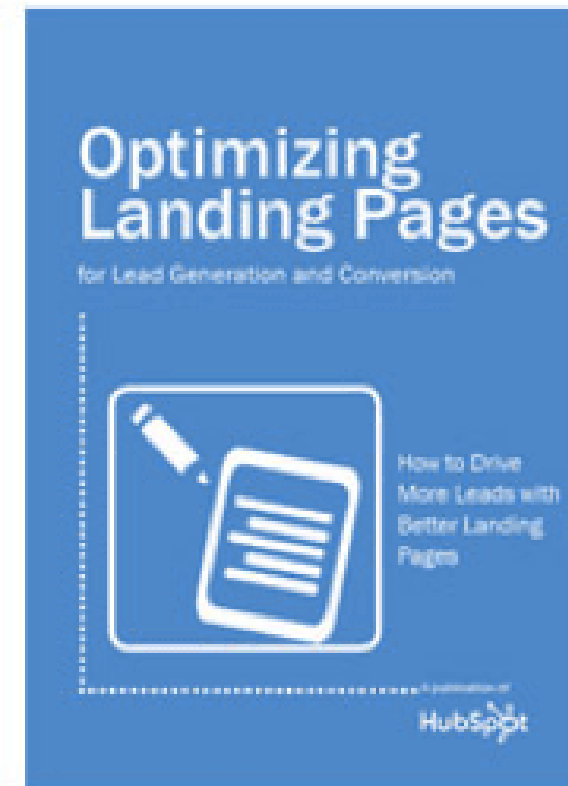
Patrick



Patrick Shea  
VAR Marketing Manager



PS - Want to learn more about how inbound marketing can help your agency deliver more robust service offerings? Request a [strategic agency consultation](#) with one of our Channel Account Managers today!



Sharing



# e-mail marketing

**TESTUJ WSZYSTKO:**

**tytuł wiadomości (ab test),**

**CTA (Call To Action)**

**treści, dni i godziny wysyłki,**

**testuj różnych odbiorców w różnych wariantach.**

**1 zł wydany na e-mail marketing to może być  
zwrot rzędu 4 PLN albo 400 PLN!**

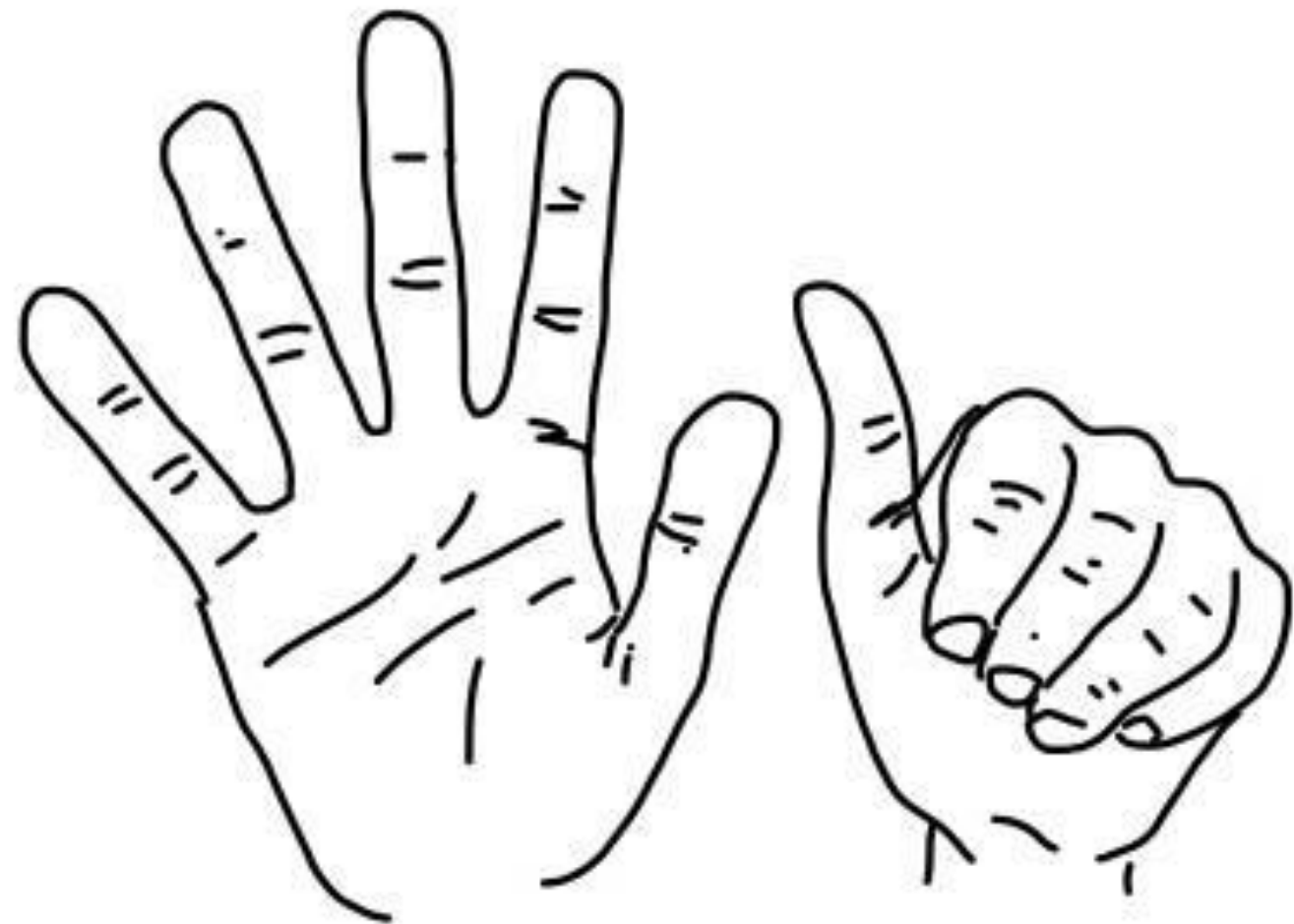
# SPOSÓB #6

**marketing  
treści  
(content  
marketing)**

**Czy warto? Tak!**

**Czy zawsze? Tak!**

**Absolutnie tak!**



# marketing treści / content marketing

***„To strategiczne podejście marketingowe, skupiające się na tworzeniu i dystrybucji wartościowych, odpowiednich i spójnych treści, mających na celu przyciągnięcie i utrzymanie uwagi jasno określonej grupy odbiorców i ostatecznie doprowadzić do rentownego dla marki działania klienta.”***

*Content Marketing Institute*

# marketing treści / content marketing

## **PROBLEM:**

**ojcowie samotnie wychowujący dzieci**

## **CONTENT:**

**informacje o zasiłkach**

**formularze urzędowe,**

**informacje, gdzie szukać pomocy**

# **marketing treści / content marketing**

## **PROBLEM:**

**zanieczyszczenie środowiska, zbyt duża emisja spalin**

## **CONTENT:**

**5 najlepszych tras rowerowych w Szczecinie dla całej rodziny z podziałem na stopień trudności**



# marketing treści / content marketing

## PROBLEM:

leczenie hospicyjne dzieci

## CONTENT:

Jakie masz propozycje *contentu* odpowiednie dla danego zagadnienia?

# marketing treści / content marketing

## FORMY:

blog

kanał na YouTube

infografika

ebook

prezentacja (slideshare)

podcast

wpisy gościnne

webinarium

magazyn internetowy  
w formie natywnej  
aplikacji na iPady

wpisy gościnne

# **marketing treści / content marketing**

**Dystrybucja jest kluczem do sukcesu –**

**Czy można zrobić dobry content marketing NGO  
w serwisie Pudelek.pl?**

# **marketing treści / content marketing XXL**

**context marketing**

**storytelling**

**viral marketing**

# marketing treści / content marketing XXL / przykłady



**50 things to do before you're 11<sup>3/4</sup>**

**50 rzeczy, które warto zrobić zanim osiągniesz wiek 11<sup>3/4</sup>**

**[https://youtu.be/Cz9xMUDcs\\_E](https://youtu.be/Cz9xMUDcs_E)**



# marketing treści / content marketing XXL / przykłady



## #WHPfromwhereiwalk

Wateraid

**marketing treści /  
content marketing XXL / przykłady**



**<https://youtu.be/sgCNbFMY208>**

# marketing treści / content marketing XXL / przykłady



30  
10, 2015



## Concern increases as relief efforts hindered after earthquake

October 30th, 2015 | 5 Comments

earthquake updates from Afghanistan Tajikistan Pakistan

<https://centralasiainstitute.org/field-notes/>



# marketing treści / content marketing XXL / przykłady



<http://www.amnesty.org.au/news/comments/34082/>

**marketing treści /  
content marketing XXL /  
przykłady**

**Likes don't save lives.**

**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](http://unicef.se). It will only cost you 4 €, but will save the lives of 12 children.

unicef 



**marketing treści /  
content marketing XXL /  
przykłady**



**#doitinadress**



# marketing treści / content marketing XXL / przykłady



**Warsaw/ModlinAirport**

@WMI\_Airport



Obserwuj

## Pamiętajcie z Modlina najtaniej...

PODANYCH DALEJ

1 846

POLUBIENIA

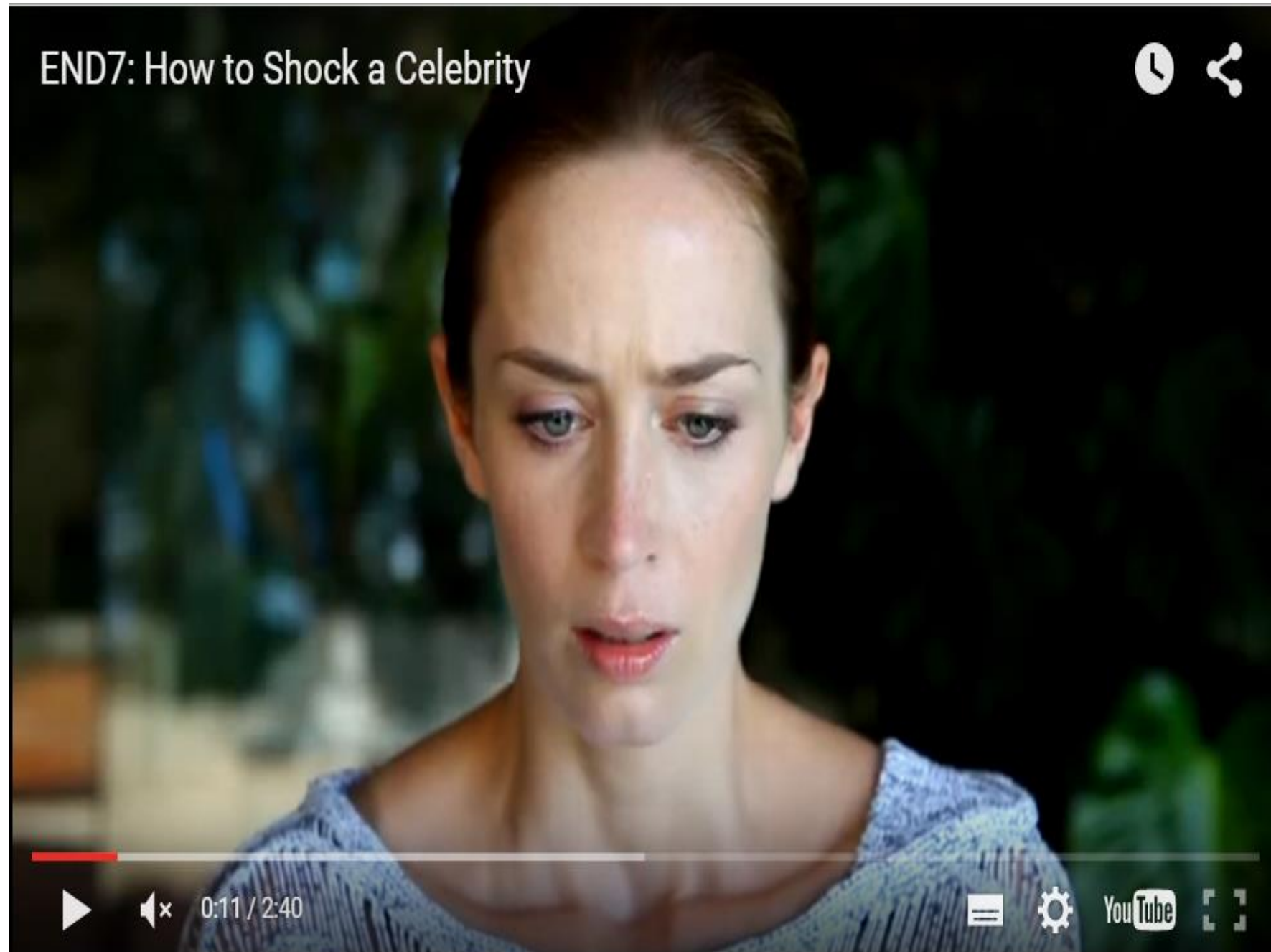
2 845



23:01 - 24.05.2015

# Po wyborach 😊

# marketing treści / content marketing XXL / przykłady

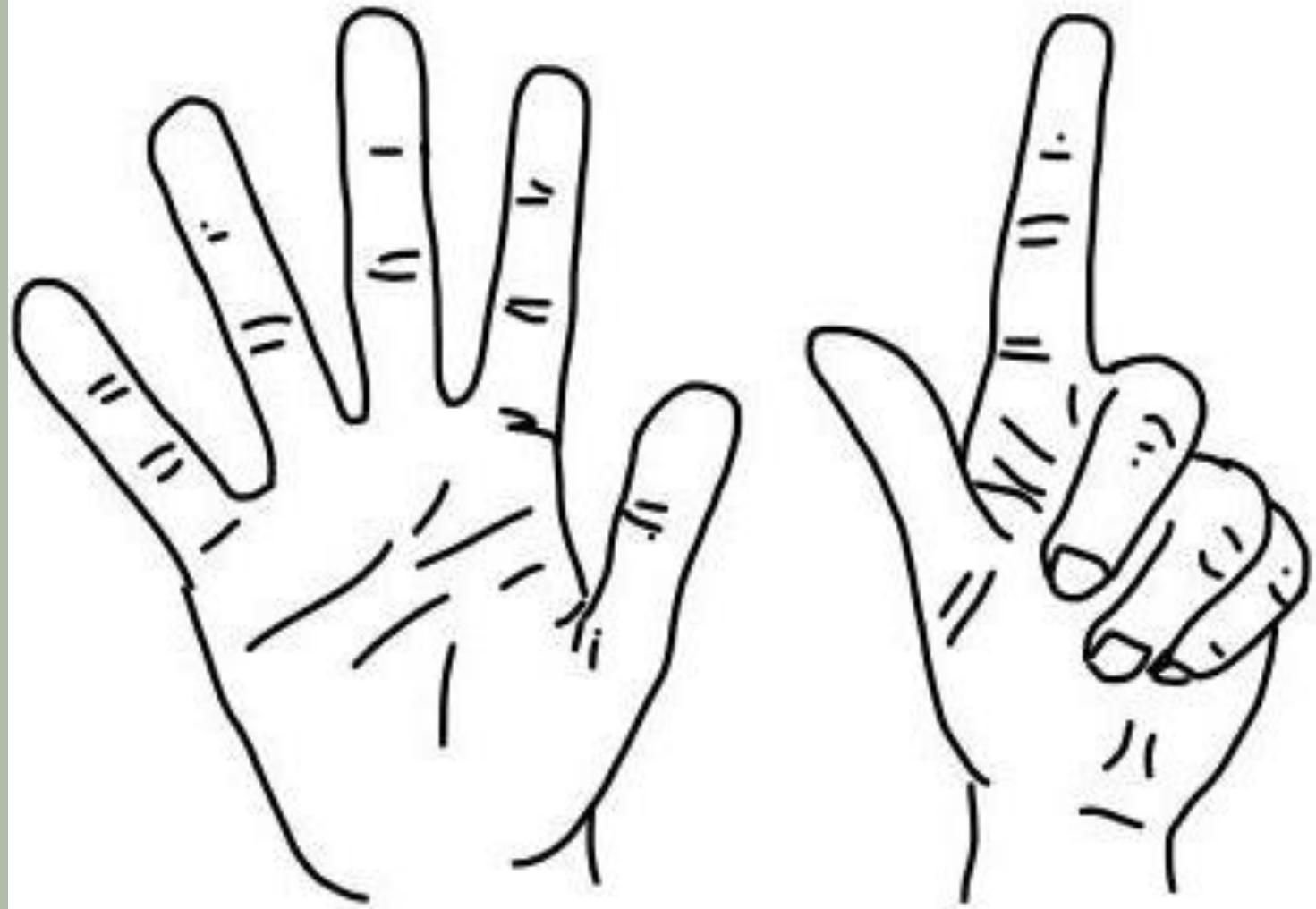


How to shock a celebrity? **Jak zaszokować celebrytkę?**

<https://youtu.be/bVSZZpfkmJc>

# SPOSÓB #7

## social media



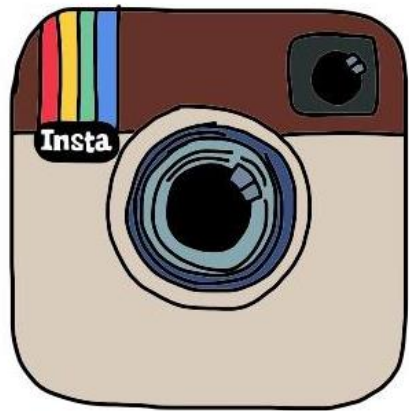
# social media

**Każda nowa platforma to kupa roboty.**

**Lepiej mniej, a dobrze, niż wszędzie  
i bez sensu/niespójnie.**

# social media

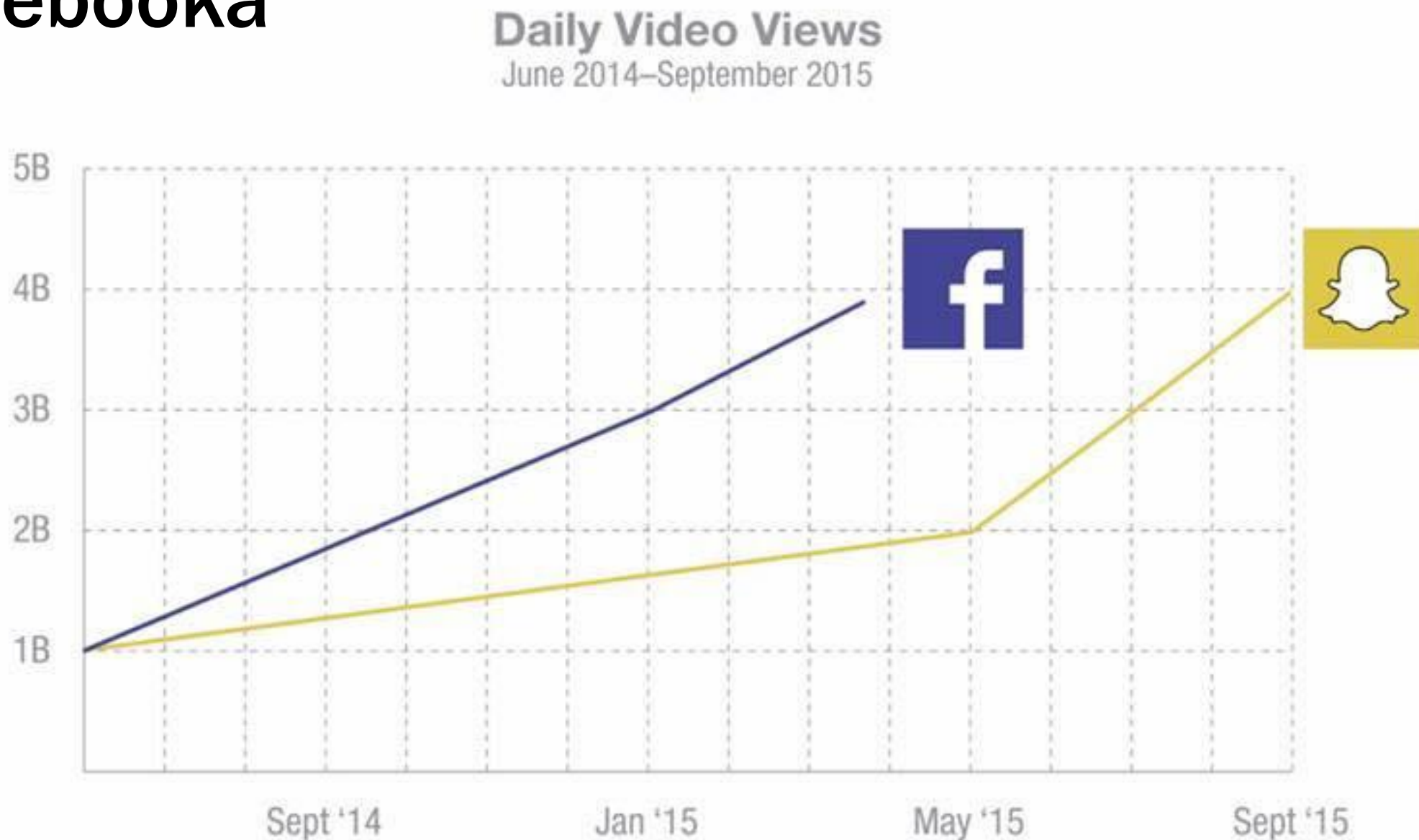
Nisze! Znajdź swoją niszę, czyli gdzie być oprócz Facebooka:





# social media

Nisze! Znajdź swoją niszę, czyli gdzie być oprócz Facebooka



Source: "Snapchat's Video Push Clicks With Users," Los Angeles Times, September 3, 2015.

~~"What the Growth of Video on Facebook Means for Businesses," Facebook For Business, September 7, 2014.~~

# social media

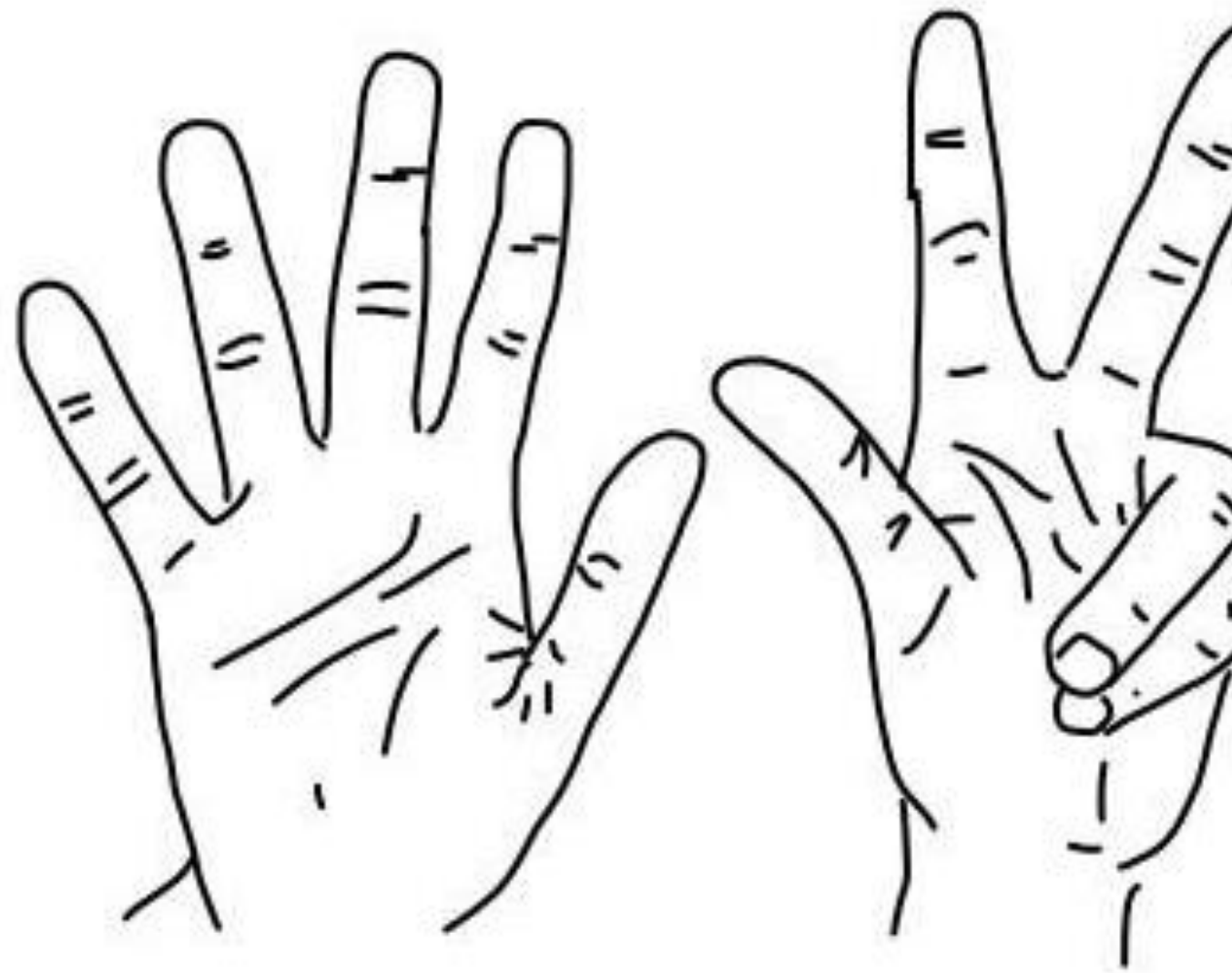
**Kluczowy wskaźnik to nie lajk  
(a co?)**



**To mit, że social media nie wymagają  
inwestycji finansowych, bo jednak...**

# SPOSÓB #8

**social hearing**  
**social listening**  
**social monitoring**



# Jak?



Monitori

newspoint

**BRAND24**

SOCIAL MEDIA MONITORING & ANALYTICS

sentione

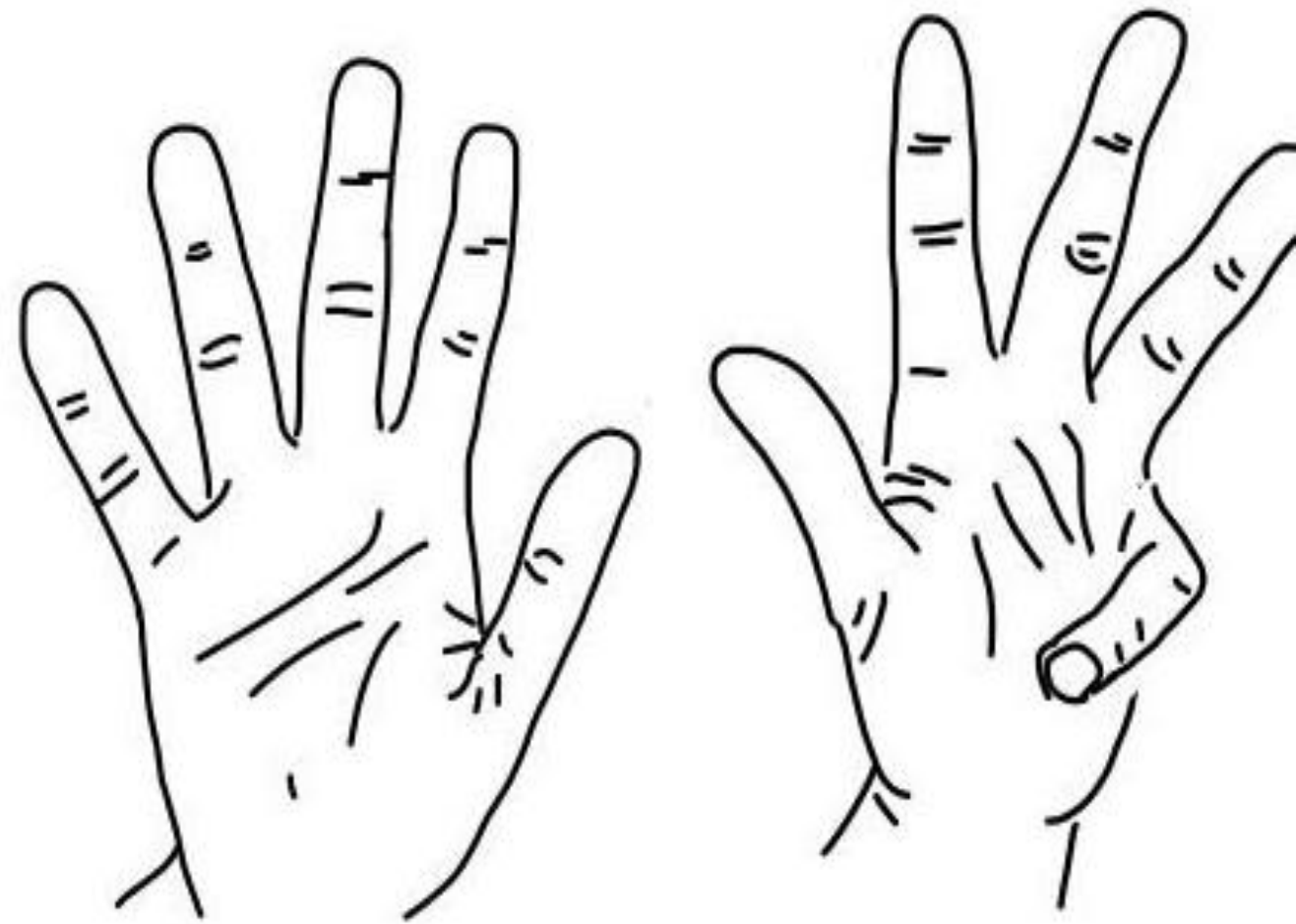
# SPOSÓB #9

## Influencer marketing

Snapczater?

Instagramer?

Youtuber?







lifemanagerka

47min



Polubienia: 48

lifemanagerka Popieram akcję SOS Karpaty, czyli walkę Fundacji WWF oraz Fundacji Dziedzictwo Przyrodnicze z wycinką drzew, a docelowo także polowaniem na zwierzęta w Puszczy Karpackiej. Jeśli Tobie los naszej pięknej przyrody i dzikich zwierząt również nie jest obojętny, podpisz proszę petycję na

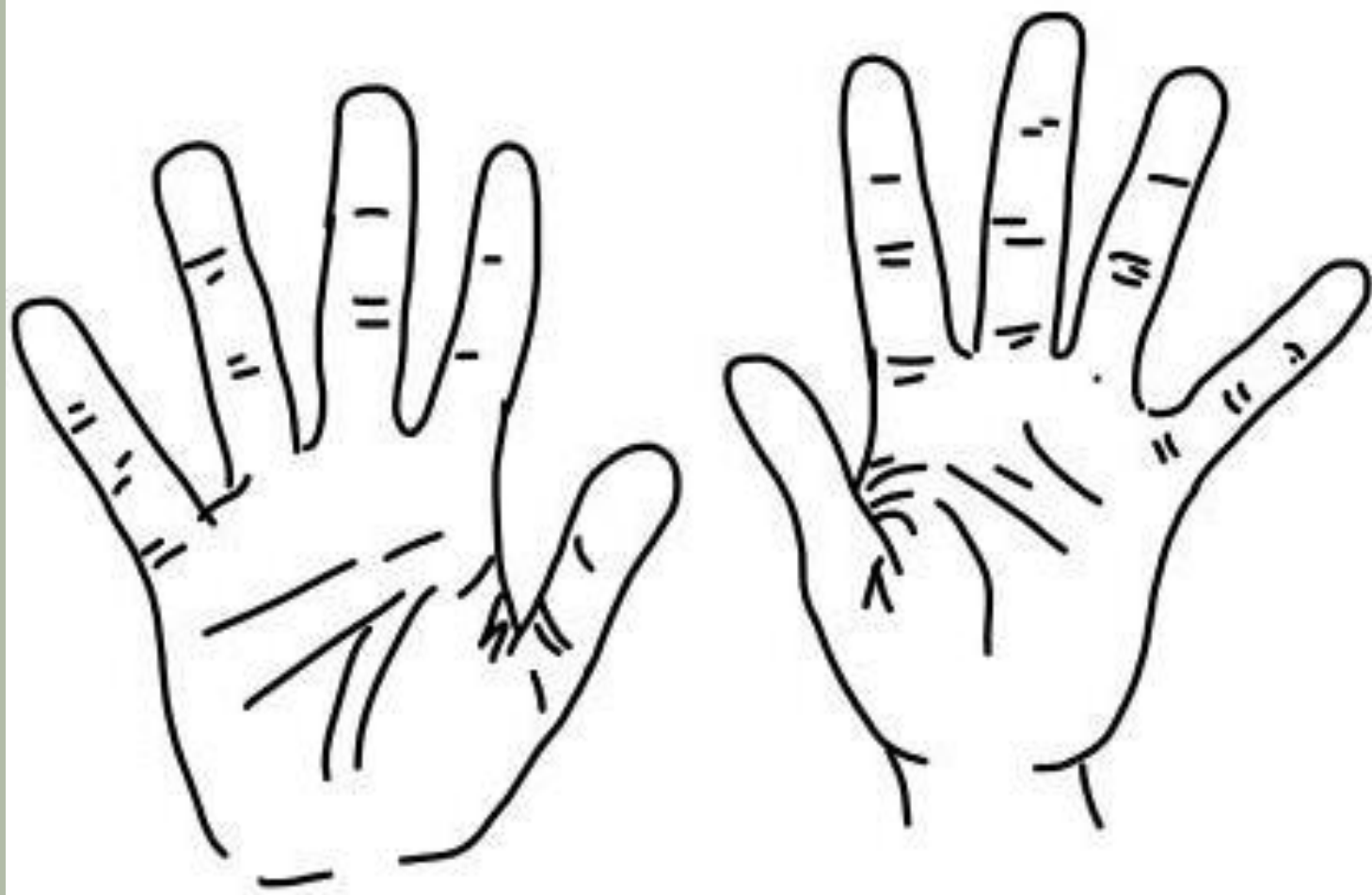


# Jak?

# SPOSÓB #10

**cold e-mail**  
**zimny e-mail,**

**czy to ma**  
**sens?**



# cold e-mail / zimny e-mail

Co o spamie mówi prawo w [poradnik.ngo.pl](http://poradnik.ngo.pl):

- Ten okropny spam, cz. 1:  
<http://poradnik.ngo.pl/wiadomosc/1626336.html>
- Ten okropny spam, cz. 2:  
<http://poradnik.ngo.pl/wiadomosc/1626642.html>



# Gabriela Kunert

[www.gabakunert.pl](http://www.gabakunert.pl)

[Gabriela.Kunert@gmail.com](mailto:Gabriela.Kunert@gmail.com)

[@GabaKunert](#)

Nagranie z całego webinarium dostępne jest  
w ngo.pl – [kliknij tutaj](#)

**ngo.pl**

**ekspertka: Gabriela Kunert**

prowadzenie i materiały graficzne: Dorota Kostowska

Portal ngo.pl jest prowadzony i rozwijany w ramach programu Obywatele dla Demokracji, finansowanego z Funduszy EOG oraz dzięki wsparciu Polsko-Amerykańskiej Fundacji Wolności.

POLSKO-AMERYKAŃSKA  
FUNDACJA WOLNOŚCI



POLISH-AMERICAN  
FREEDOM FOUNDATION

