

УВОД

Успехът в постигането на мисията на организациите с нестопанска цел и неправителствени организации зависи, отчасти, от привличането и задържане на ресурсите, често предлагани от поддръжниците. В същото време, бюджетните ограничения често ограничават възможността за инвестиции в маркетингови дейности. Един важен и рентабилен фактор за привличане на посетители на уебсайта на фондацията / НПО, както и тяхното превръщане в поддръжници е добрата оптимизация в търсачките (SEO).

Успешното SEO изисква малко технически грамотна и култивиране на отношения в цифровия и реален свят. Организациите с нестопанска цел и неправителствени организации, обаче, не е необходимо да наемат скъпи SEO компании с оглед постигане на по-висок рейтинг в Google.

1. Представяне и цели

„Двико” е неправителствена организация, която има за цел да промотира и подпомага двигателната активност на всички деца в региона на София. Нейният фокус е здравето на всички деца. Тя работи с правителствени агенции и училища с оглед реализиране на своите социални инициативи.

Ключовите стратегии включват:

- Решаване на проблемите свързани с физическата активност и храненето чрез координирани кампании.
- Изпълнение на висококачествена здравна програма за насърчаване на училищния персонал.
- Изпълнението на висококачествени курсове в областта на здравеопазването в училище
- Разширяване на възможностите за учениците участват в физическа активност.

Кампанията по набиране средства има целева група, за която да се разходват средствата Millennials и Gen Xers. Но техните родители от поколението бейби бумъри се очаква да бъдат основни дарители. Въпреки, че поколението Millennials е вероятно да бъдат вдъхновени да дарят в социалните медии, докато Gen Xers и Бейби Бумърите са по-склонни да използват електронната поща за дарения.

2. Онлайн маркетингова концепция

Ключов компонент за доброто SEO е дефиниране на това коя е фондацията. Това трябва подробно да се опише в интернет сайта „Двико“. По този начин сайтът на фондацията ще бъде индексирани от търсачките. Това може да се постигне чрез изграждане на съюзи за препратки в други сайтове, така че връзките към сайт на Двико ще повишават ранга при търсене.

Стратегията на Двико може да се състои от следните основни компоненти:

1. Разработване на солиден маркетингов план

Солидната маркетингова стратегия е от съществено значение за фондацията. Маркетинговите дейности в онлайн среда на Двико не трябва да получават признанието, че са с търговска цел. Затова е необходимо не просто онлайн комуникации и реклама, а и тя трябва да е правилно изпълнена. Маркетингът е диалог с общност, както и възможност да се достигне до потенциални поддръжници, които могат да помогнат на Двико да получи дарение, да постигне устойчивост и растеж..

Разработване на дигитална стратегия изисква ангажиране с онлайн медии, създаване на пряко съдържание, като например публикации в блог, както и продължаване на диалога в социални сайтове като Facebook и Twitter.

2. Планиране на ключови думи

За повишаване на ранга в търсачките, Двико трябва да предложи подходящо съдържание на всяка една от страниците в своя уеб сайт, включително и ключови думи, които привличат посетители и които отразяват мисията, визията, ценностите и целите.

Тези ключови думи трябва бъдат достатъчно конкретни и те да се различат от тези на останалите фондации. Например, "деца" може да е твърде обща, а "подпомагане на двигателните навици за деца без родители " може да се окаже прекалено специфично. Трябва да се използват фрази, които хората ще търсят в Google.

3. Социален MediaNonProfitSEO-Text.jpg