



Международно Висше Бизнес Училище
International Business School

КУРСОВА РАБОТА

ПО

МАРКЕТИНГ В ТЪРСЕЩИТЕ МАШИНИ И СОЦИАЛНИТЕ МРЕЖИ

НА ТЕМА:

МАРКЕТИНГОВА КОНЦЕПЦИЯ НА НОВА ФОНДАЦИЯ

Изготвил:

Проверил:

София, 2017

УВОД

В продължение на много години, основната стратегия за набиране на средства от фондациите е била „от врата до врата“. Но с увеличаване на конкуренцията и постоянно нарастващите онлайн дарения през последните десет години, фондациите са се изправили пред предизвикателството за разработване на цялостна онлайн стратегия, включително и изработка на уеб сайт за дигитален маркетинг, като целта е онлайн набиране на спонсори и дарители.

1. Представяне на фондацията

„Живот за всички“ е фондация, която посвещава своята хуманитарна дейност на борбата с бедността в национален мащаб. Фондацията работи в редица области, включително трансформационно развитие, спешна помощ, промоция на правосъдието, стратегически инициативи и насърчаване на информираността на обществото. Основна дейност е набирането на средства по програми за благотворителни дарения, както и организиране на събития за подкрепа.

Тъй като е необходимо да се увеличи популярността на фондацията в страната, предизвикателството е създаването и изпълнението на дигитална стратегия, която ще повиши информираността на обществото, на съответните целеви групи и в същото време „Живот за всички“ ще се открои от конкурентите.

Целевата онлайн аудитория на фондацията по набиране на средства за бездомни юноши са младите хора 18-33 години, които са активно заети на трудовия пазар и биха могли да изпитат съпричастност към благотворителната инициатива. А тя се състои в набиране на средства за подслон, храна и изобщо, средства, които могат да помогнат на бездомните юноши да подобрят своя социален, здравен статус и качество на живот.

2. Дигитална маркетингова концепция

Дигиталната стратегия има за цел да установи „Живот за всички“ като лидерска организация в програмите за спонсорство на деца и при реагиране на извънредни ситуации.